АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ «ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

СОГЛАСОВАНО
ГАПОУ Республики Саха (Якутия)
«Якутский промышленный техникум имени Т.Г.Десяткина»



УТВЕРЖДАЮ
Директор АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»
С.Н.Семенов
«15» 04 2024 г.

ОСНОВНАЯ (СЕТЕВАЯ) ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Уровень образования – среднее профессиональное образование – программа подготовки специалистов среднего звена

Специальность – 42.02.01 Реклама

Форма обучения - очная

на базе среднего общего образования

Квалификация – специалист по рекламе

Направленность: 11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия

Якутск, 2024

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г.)

Основная (сетевая) профессиональная образовательная программа среднего профессионального образования разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (далее – ФГОС СПО) по *специальности 42.02.01 Реклама,* утвержденного приказом Минпросвещения России от 21.07.2023 г. № 552 (зарегистрирован в Минюсте РФ 22.08.2023 № 74908)

Организация-разработчик: АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»

Разработчики:
Сидорова А.Ю., зам.директора по УВР
Свешникова М.Н., методист-библиотекарь
Преподаватели колледжа

ОГЛАВЛЕНИЕ

Пояснительная записка 4
1.1 Общие положения 4
1.2 Нормативные основания для разработки образовательной программы 4
2. Структура образовательной программы 6
2.1 Учебный план 6
2.2 Календарный учебный график 6
2.3 Реализация требований ФГОС СОО 7
3. Результаты освоения образовательной программы 11
3.1 Результаты освоения ФГОС СПО 11
4. Условия реализации образовательной программы 17
4.1 Общесистемные требования к условиям реализации образовательной программы 17
4.2. Требования к материально-техническому обеспечению образовательного процесса 18
Наличие специальных условий для получения образования обучающимися с ограниченными возможностями здоровья 21
4.3. Требования к учебно-методическому обеспечению 23
4.4. Требования к кадровым условиям реализации образовательной программы 25
4.5. Требования к финансовым условиям реализации образовательной программы 25
4.6. Оценка качества образовательной программы 26
4.6.1 Текущий контроль 26
4.6.2 Промежуточная аттестация 26
4.6.3 Государственная итоговая аттестация 27
5. Рабочая программа воспитания 27
6. Календарный план воспитательной работы 31

Документы ОП

Описание образовательной программы по специальности 42.02.01 Реклама
Календарный учебный график
Учебный план
Рабочие программы дисциплин, профессиональных модулей, практик
Оценочные материалы
Методические материалы
Рабочая программа воспитания
Календарный план воспитательной работы

Пояснительная записка

1.1 Общие положения

Настоящая основная (сетевая) образовательная профессиональная образовательная программа среднего профессионального образования – программа подготовки специалистов среднего звена (далее – образовательная программа, ОП, ППССЗ) разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (далее – ФГОС СПО) по специальности *42.02.01 Реклама,* утвержденного приказом Минпросвещения России от 08.11.2023 г. № 552 (зарегистрирован в Минюсте РФ 22.08.2023 № 74908).

Квалификация – специалист по рекламе.

Область профессиональной деятельности, в которой выпускники могут осуществлять профессиональную деятельность: *11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия*.

При реализации ОП может применяться электронное обучение и дистанционные образовательные технологии в соответствии с нормативными документами, принятыми в Российской Федерации.

Реализация образовательной программы осуществляется на русском языке.

Срок получения образования по образовательной программе в очной форме обучения вне зависимости от применяемых образовательных технологий на базе среднего общего образования составляет 1 год 10 месяцев.

1.2 Нормативная база для разработки ОП:

- Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. N 273-ФЗ "Об образовании в Российской Федерации";
- Приказа Минпросвещения России № 835 от 8 ноября 2023 г. «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности *42.02.01 Реклама,* утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 08.11.2023 г. № 552 (зарегистрирован в Минюсте РФ 22.08.2023 № 74908));
- Приказ Минпросвещения России № 762 от 24.08.2022 «Об организации образовательной деятельности по образовательным программам среднего профессионального образования»;
- Приказ Министерства образования и науки РФ и Минпросвещения России от 05.08.2020 г. № 885/390 «О практической подготовке обучающихся»;
- Приказ Минпросвещения России от 08.11.2021 № 800 «Об утверждении Порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным

программам среднего профессионального образования»;

- Приказ Минобороны РФ и Министерства образования и науки РФ от 24 февраля 2010 г. N 96/134 "Об утверждении Инструкции об организации обучения граждан Российской Федерации начальным знаниям в области обороны и их подготовки по основам военной службы в образовательных учреждениях среднего (полного) общего образования, образовательных учреждениях начального профессионального и среднего профессионального образования и учебных пунктах";

- Приказ Минпросвещения России от 14 октября 2022 г. N 906 «Об утверждении Порядка заполнения, учета и выдачи дипломов о среднем профессиональном образовании и их дубликатов;

- Постановление Главного государственного санитарного врача РФ от 28.09.2020 N 28 "Об утверждении санитарных правил СП 2.4.3648-20 "Санитарно-эпидемиологические требования к организациям воспитания и обучения, отдыха и оздоровления детей и молодежи";

- Постановление Главного государственного санитарного врача РФ от 28.01.2021 N 2 «Об утверждении санитарных правил и норм СанПиН 1.2.3685-21 "Гигиенические нормативы и требования к обеспечению безопасности и (или) безвредности для человека факторов среды обитания"

и с учетом

- Оценочных материалов демонстрационного экзамена базового уровня для специальности 42.02.01.

Образовательная программа - комплекс основных характеристик образования (объем, содержание, планируемые результаты) и организационно-педагогических условий, который представлен в виде

- учебного плана,
- календарного учебного графика,
- рабочих программ учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), иных компонентов,
- оценочных и
- методических материалов, а также в предусмотренных настоящим Федеральным законом случаях в виде
- рабочей программы воспитания,
- календарного плана воспитательной работы,
- форм аттестации.

Примерной образовательной профессиональной программы нет.

2. Структура образовательной программы

2.1. Учебный план

Учебный план имеет следующую структуру:

- социально-гуманитарный цикл (далее – СГ.00);
- общепрофессиональный цикл (далее – ОП.00);
- профессиональный цикл (далее – П);
- государственная итоговая аттестация (далее – ГИА).

Таблица 2.1 - Структура и объем образовательной программы

Структура образовательной программы	**Объем образовательной программы в академических часах**	
	Обязательная часть	**Вариативная часть**
Дисциплины (модули)	не менее 1476	684
Практика	не менее 432	144
Государственная итоговая аттестация	**216**	
Общий объем образовательной программы на базе среднего общего образования	**2952**	

2.2. Календарный учебный график

Реализация образовательной программы осуществляется на основании календарного учебного графика:

Учебный год на каждом курсе начинается 1 сентября и заканчивается в соответствии с графиком учебного процесса.

В процессе освоения образовательной программы обучающимся предоставляются каникулы, в том числе не менее двух недель в зимний период.

1 курс – 11 недель, 2 курс – 2 недели. В данное количество включаются обязательные 2 недели каникул в зимний период. Всего: 13 недель.

Для всех видов учебных занятий академический час устанавливается продолжительностью 45 минут. Занятия могут проводиться парами.

Объем учебных занятий и практики не превышает 36 академических часов в неделю.

Численность обучающихся в учебной группе определяется с учетом требований санитарных правил и норм к площадям помещений, используемых при осуществлении образовательной деятельности.

Таблица 2.2 – Основные этапы реализации образовательной программы

Срок получения образования (на базе среднего общего образования)	1 год 10 месяцев = 95 недель = 2952 часа
Каникулы	13 недель: 1 курс – 11 недель

	2 курс – 2 недели, в т.ч. 2 недели в зимний период
практика:	16 недель, в т.ч.
учебная	8 недель – концентрировано: 1 курс - 3 недели 2 курс – 5 недель
производственная	8 недель – концентрировано 1 курс - 2 недели 2 курс – 6 недель

2.3. Реализация требований ФГОС СПО

Структура образовательной программы включает обязательную часть и часть, формируемую участниками образовательных отношений (вариативную часть).

Обязательная часть образовательной программы без учета объема государственной итоговой аттестации направлена на формирование общих и профессиональных компетенций и составляет не более 70 % (в учебном плане - 69,74%) от общего объема времени, отведенного на ее освоение.

Вариативная часть образовательной программы объемом (не менее 30%) (в учебном плане 30,26%) дает возможность дальнейшего развития общих и профессиональных компетенций, в том числе за счет расширения видов деятельности, введения дополнительных видов деятельности, а также профессиональных компетенций, необходимых для обеспечения конкурентоспособности выпускника в соответствии с потребностями регионального рынка труда, а также с учетом требований цифровой экономики.

Требования цифровой экономики в ОП учтены в следующих аспектах:

- в направленности ОП (выпускники данной специальности могут осуществлять профессиональную деятельность в области профессиональной деятельности *11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия*, в т.ч. в сети Интернет);

- через освоение ОК.02.

Таблица 2.3.1 - Распределение вариативной части по циклам, дисциплинам, профессиональным модулям, междисциплинарным курсам

Индекс	**Перечень циклов, учебных предметов, дисциплин, профессиональных модулей, МДК, практик**	**Объем вариативной части**	**Объяснение**
СГ.00	**Социально-гуманитарный цикл**	**174**	
СГ.02	Иностранный язык в профессиональной деятельности	62	часы на самостоятельную работу по дисциплине - для закрепления знаний и
СГ.04	Физическая культура	56	
СГ.05	Основы финансовой грамотности	10	

Индекс	Перечень циклов, учебных предметов, дисциплин, профессиональных модулей, МДК, практик	Объем вариативной части	Объяснение
СГ.06	Основы бережливого производства	6	умений, а также на промежуточную аттестацию
СГ.07	Экологические основы природопользования	32	введена для реализации ОК 07.
ОП	**Общепрофессиональный цикл**	**270**	
ОП.01	Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе	24	часы на самостоятельную работу по дисциплине - для закрепления знаний и умений и контроля запланированных результатов
ОП.02	Информационные технологии в профессиональной деятельности	12	
ОП.03	История экранных искусств	8	
ОП.04	Рекламная деятельность	18	
ОП.05	Психология рекламы	8	
ОП.06	Русский язык и культура речи	8	
ОП.07	Охрана труда	32	введена как основа МДК.02.02
ОП.08	Основы предпринимательской деятельности	48	введена для реализации ОК 03.
ОП.09	Основы права и управления в рекламной деятельности	120	введена для реализации ОК 03, ОК 06.
П	**Профессиональный цикл**	**384**	
ПМ.01	***Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта***	***54***	
МДК.01.01	Поведение потребителей	2	для самостоятельной работы при освоении МДК
МДК.01.02	Маркетинг в рекламе	10	
ПП.01	Производственная практика по ПМ.01	36	для совершенствования формирования ПК
	Экзамен по модулю	6	Для проверки освоения вида деятельности
ПМ.02	***Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций, мероприятий***	***52***	
МДК.02.01	Организация и проведение рекламных и коммуникационных кампаний	6	для самостоятельной работы при освоении МДК
МДК.02.02	Медиапланирование и медиабаинг	4	
ПП.02	Производственная практика по ПМ.02	36	для совершенствования формирования ПК
	Экзамен по модулю	6	Для проверки освоения вида деятельности

Индекс	Перечень циклов, учебных предметов, дисциплин, профессиональных модулей, МДК, практик	Объем вариативной части	Объяснение
ПМ.03	***Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий***	***198***	
МДК.03.01	Инструменты цифровой коммуникации в Интернет среде	56	для самостоятельной работы при освоении МДК и для промежуточной аттестации и углубленного изучения некоторых тем
МДК.03.02	Технология выполнения работ по профессии 20032 Агент рекламный	64	для выполнения требований п.3.6 ФГОС СПО
УП.03	Учебная практика по рабочей профессии	72	для совершенствования формирования ПК
	Экзамен по модулю	6	Для проверки освоения вида деятельности
ПМ.04	***Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях***	***80***	
МДК.04.01	Проектирование, разработка творческой концепции и производство рекламного продукта	74	для самостоятельной работы при освоении МДК, часы для КП, для промежуточной аттестации
	Экзамен по модулю	6	Для проверки освоения вида деятельности
	ИТОГО:	**828**	

Обязательная часть социально-гуманитарного цикла образовательной программы предусматривает изучение следующих дисциплин:

- СГ.01 История России;
- СГ.02 Иностранный язык в профессиональной деятельности;
- СГ.03 Безопасность жизнедеятельности;
- СГ.04 Физическая культура;
- СГ.06 Основы финансовой грамотности

Обязательная часть общепрофессионального цикла образовательной программы предусматривает изучение следующих дисциплин:

- ОП.01 Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе;
- ОП.02 Информационные технологии в профессиональной деятельности;

- ОП.03 История экранных искусств;
- ОП.04 Рекламная деятельность;
- ОП.05 Русский язык и культура речи.

Профессиональный цикл включает профессиональные модули, в состав профессионального модуля входит один или несколько междисциплинарных курсов.

Объем профессионального модуля составляет не менее 6 зачетных единиц (з.е.) = 192-216 часов (требование п.2.9 ФГОС СПО), при значении 1 (з.е.) = 32-36 часов (требование п.1.12 ФГОС СПО). В ОП выбрана 1 з.е. = 32 ч, т.е. минимальное количество – 192 ч.

Таблица 2 – Виды деятельности и наименование профессиональных модулей

Виды деятельности	**Профессиональные модули**	**Количество часов**		
		ВСЕГО	из них	
			обязат	вариатив
проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	ПМ.01. Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	354	192 МДК + 108 (практика)	54
разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций, мероприятий	ПМ.02. Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций, мероприятий	352	192 МДК + 108 (практика)	52
продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	ПМ.03. Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	462	192 МДК + 72 (практика)	198
создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях	ПМ.04. Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях	416	192 МДК + 144 (практика)	80

В социально-гуманитарном, общепрофессиональном и профессиональном циклах образовательной программы выделен объем работы обучающихся во взаимодействии с преподавателем по видам учебных занятий (практическое занятие, лекция, урок), практики (в профессиональном цикле) и самостоятельной

работы обучающихся.

В общепрофессиональном цикле дисциплина «Безопасность жизнедеятельности» изучается в объеме 68 академических часов, из них на освоение основ военной службы (для юношей) - 48 академических часов. В этот период с юношами проводятся учебные сборы в объеме 35 часов.

Для подгрупп девушек (при наличии) часть учебного времени дисциплины "Безопасность жизнедеятельности" (48 часов), отведенного на изучение основ военной службы, используется на освоение основ медицинских знаний (при необходимости).

Дисциплина СГ.04 Физическая культура способствует формированию физической культуры выпускника и способности направленного использования средств физической культуры и спорта для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовке к профессиональной деятельности, предупреждению профессиональных заболеваний.

Курсовой проект предусмотрен по МДК.04.01 Проектирование, разработка творческой концепции и производство рекламного продукт (4-й семестр).

На проведение учебных занятий и практики выделено не менее 70% от объема учебных циклов образовательной программы (требования п.2.6 абз. 2 ФГОС СПО) (по учебному плану – 88,8 %).

Самостоятельная работа обучающихся организована в каждом цикле и составляет 331 час (11,2 % от общего объема часов): направлена на формирование самостоятельности действий, развития исследовательских умений, а также для подготовки к промежуточной аттестации.

Консультации не предусмотрены учебным планом.

В профессиональный цикл образовательной программы входят следующие виды практики: учебная и производственная практика, которые реализуются в форме практической подготовки.

На проведение практик выделено 576 часов (16 недель) (при требовании п.2.1 ФГОС – не менее 540 часов).

Таблица 2.3.4 - Распределение практик по курсам и семестрам

Курс	Практика							
	Учебная практика				Производственная практика			
	Всего		1 сем	2 сем	Всего		1 сем	2 сем
	нед.	час	нед.	нед.	нед.	час	нед.	нед.
I	3	108		3	2	72		2
II	5	180	3	2	6	216		6
Всего	**8**	**288**	**3**	**5**	**8**	**288**	**0**	**8**
ИТОГО	**576**							

Производственная практика проводится концентрировано.

Практическая подготовка отражена в календарном учебном графике и учебном плане и составляет **1474 часа**:

- социально-гуманитарный цикл – 82 часа;
- общепрофессиональный цикл – 320 часов;
- профессиональный цикл – 1072 часа.

3. Результаты освоения образовательной программы

3.1 Результаты освоения ФГОС СПО

Выпускник, освоивший образовательную программу, должен обладать следующими общими компетенциями (далее - ОК):

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.

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

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

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.

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

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

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

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

Выпускник, освоивший образовательную программу, должен обладать профессиональными компетенциями (далее - ПК), соответствующими видам

деятельности:

ВД.01. Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта

ПК 1.1. Определять целевую аудиторию и целевые группы.

ПК 1.2. Проводить анализ объема рынка.

ПК 1.3. Проводить анализ конкурентов.

ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

ВД.02. Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций, мероприятий

ПК 2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

ПК 2.2. Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

ВД.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий

ПК 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.

ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.

ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.

ВД.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях

ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.

ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.

ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.

Формирование ОК и ПК по дисциплинам, профессиональным модулям (междисциплинарным курсам и практикам) представлено ниже.

Таблица 3.1 - Формирование ОК в процессе реализации образовательной программы по специальности

		ОК 01.	ОК 02.	ОК 03.	ОК 04.	ОК 05.	ОК 06.	ОК 07.	ОК 08.	ОК 09.
СГ	**Социально-гуманитарный цикл**									
СГ.01	История России		.+		.+	.+	.+			
СГ.02	Иностранный язык в профессиональной деятельности	.+	.+	.+	.+		.+			.+
СГ.03	Безопасность жизнедеятельности	.+	.+		.+	.+	.+	.+	.+	
СГ.04	Физическая культура				.+	.+			.+	
СГ.05	Основы финансовой грамотности	.+	.+	.+	.+	.+	.+			.+
СГ.06	Основы бережливого производства	.+	.+	.+	.+	.+	.+	.+		
СГ.07	Экологические основы природопользования		.+		.+	.+		.+		
ОП	**Общепрофессиональный цикл**									
ОП.01	Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе	.+	.+	.+	.+	.+				.+
ОП.02	Информационные технологии в профессиональной деятельности	.+	.+		.+	.+				.+
ОП.03	История экранных искусств	.+	.+	.+	.+	.+				.+
ОП.04	Рекламная деятельность	.+	.+	.+	.+	.+	.+			
ОП.05	Психология рекламы	.+	.+	.+	.+	.+				
ОП.06	Русский язык и культура речи	.+		.+	.+	.+				
ОП.07	Охрана труда	.+	.+		.+	.+		.+	.+	
ОП.08	Основы предпринимательской деятельности	.+	.+	.+	.+	.+	.+	.+		.+
ОП.09	Основы права и управления в рекламной деятельности	.+	.+	.+	.+	.+	.+			.+
П	**Профессиональный цикл**									
ПМ.01	**Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта**	.+	.+	.+	.+	.+	.+	.+	.+	.+
МДК.01.01	Поведение потребителей	.+	.+	.+	.+	.+	.+	.+	.+	.+
МДК.01.02	Маркетинг в рекламе	.+	.+	.+	.+	.+	.+	.+	.+	.+
УП.01.	Учебная практика по ПМ.01	.+	.+	.+	.+	.+	.+	.+	.+	.+
ПП.01.	Производственная практика по ПМ.01	.+	.+	.+	.+	.+	.+	.+	.+	.+
ПМ.02	**Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций, мероприятий**	.+	.+	.+	.+	.+	.+	.+	.+	.+
МДК.02.01	Организация и проведение рекламных и коммуникационных кампаний	.+	.+	.+	.+	.+	.+	.+	.+	.+
МДК.02.02	Медиапланирование и медиабаинг	.+	.+	.+	.+	.+	.+	.+	.+	.+
УП.02.	Учебная практика по ПМ.02	.+	.+	.+	.+	.+	.+	.+	.+	.+
ПП.02.	Производственная практика по ПМ.02	.+	.+	.+	.+	.+	.+	.+	.+	.+
ПМ.03	**Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий**	.+	.+	.+	.+	.+	.+	.+	.+	.+

МДК.03.01	Инструменты цифровой коммуникации в Интернет среде	.+	.+	.+	.+	.+	.+	.+	.+	.+
МДК.03.02	Технология выполнения работ по профессии 20032 Агент рекламный	.+	.+	.+	.+	.+	.+	.+	.+	.+
УП.03.	Учебная практика по рабочей профессии	.+	.+	.+	.+	.+	.+	.+	.+	.+
ПП.03	Производственная практика по ПМ.03	.+	.+	.+	.+	.+	.+	.+	.+	.+
ПМ.04	**Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях**	.+	.+	.+	.+	.+	.+	.+	.+	.+
МДК.04.01	Проектирование, разработка творческой концепции и производство рекламного продукта	.+	.+	.+	.+	.+	.+	.+	.+	.+
УП.04	Учебная практика по ПМ.04	.+	.+	.+	.+	.+	.+	.+	.+	.+
ПП.04	Производственная практика по ПМ.04	.+	.+	.+	.+	.+	.+	.+	.+	.+

Таблица 3.2 - Формирование ПК в процессе реализации образовательной программы по специальности

		ПК 1.1.	ПК 1.2.	ПК 1.3.	ПК 1.4.	ПК 2.1.	ПК 2.2.	ПК 3.1.	ПК 3.2.	ПК 3.3.	ПК 4.1.	ПК 4.2.	ПК 4.3.
СГ	**Социально-гуманитарный цикл**												
СГ.01	История России												
СГ.02	Иностранный язык в профессиональной деятельности				.+				.+	.+	.+	.+	.+
СГ.03	Безопасность жизнедеятельности												
СГ.04	Физическая культура												
СГ.05	Основы финансовой грамотности												
СГ.06	Основы бережливого производства	.+	.+	.+	.+	.+	.+	.+	.+	.+	.+	.+	.+
СГ.07	Экологические основы природопользования												
ОП	**Общепрофессиональный цикл**												
ОП.01	Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе										.+	.+	
ОП.02	Информационные технологии в профессиональной деятельности		.+	.+				.+	.+	.+			.+
ОП.03	История экранных искусств										.+		
ОП.04	Рекламная деятельность	.+	.+	.+	.+	.+	.+	.+	.+	.+	.+	.+	.+
ОП.05	Психология рекламы	.+		.+	.+								
ОП.06	Русский язык и культура речи	.+			.+								
ОП.07	Охрана труда		.+	.+	.+	.+	.+	.+	.+	.+	.+	.+	.+
ОП.08	Основы предпринимательской деятельности	.+	.+	.+	.+	.+	.+	.+	.+	.+	.+	.+	.+
ОП.09	Основы права и управления в рекламной деятельности				.+	.+	.+		.+		.+	.+	
П	**Профессиональный цикл**												

ПМ.01	**Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта**	.+	.+	.+	.+								
МДК.01.01	Поведение потребителей	.+	.+	.+	.+								
МДК.01.02	Маркетинг в рекламе	.+	.+	.+	.+								
УП.01.	Учебная практика по ПМ.01	.+	.+	.+	.+								
ПП.01.	Производственная практика по ПМ.01	.+	.+	.+	.+								
ПМ.02	**Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций, мероприятий**					.+	.+						
МДК.02.01	Организация и проведение рекламных и коммуникационных кампаний					.+	.+						
МДК.02.02	Медиапланирование и медиабаинг					.+	.+						
УП.02.	Учебная практика по ПМ.02					.+	.+						
ПП.02.	Производственная практика по ПМ.02					.+	.+						
ПМ.03	**Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий**							.+	.+	.+			
МДК.03.01	Инструменты цифровой коммуникации в Интернет среде							.+	.+	.+			
МДК.03.02	Технология выполнения работ по профессии 20032 Агент рекламный							.+	.+	.+			
УП.03.	Учебная практика по рабочей профессии							.+	.+	.+			
ПП.03	Производственная практика по ПМ.03							.+	.+	.+			
ПМ.04	**Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях**										.+	.+	.+
МДК.04.01	Проектирование, разработка творческой концепции и производство рекламного продукта										.+	.+	.+
УП.04	Учебная практика по ПМ.04										.+	.+	.+
ПП.04	Производственная практика по ПМ.04										.+	.+	.+

4. Условия реализации образовательной программы

Требования к условиям реализации образовательной программы включают в себя общесистемные требования, требования к материально-техническому, учебно-методическому обеспечению, кадровым и финансовым условиям реализации образовательной программы.

4.1. Общесистемные требования к условиям реализации образовательной программы

Реализация ОП по специальности 42.02.01 Реклама осуществляется на основании Лицензии на осуществление образовательной деятельности № Л035-01204-14/00668183 от 03.08.2023 г., выданной Министерством образования и науки Республики Саха (Якутия) бессрочно.

Образовательная программа реализуется с применением сетевой формы реализации образовательных программ на основании Договора:

- Базовая – организация – Автономная некоммерческая организация среднего профессионального образования «Цифровой колледж «Синергия»;

- Организация-участник - Государственное автономное профессиональное образовательное учреждение Республики Саха (Якутия) «Якутский промышленный техникум имени Т.Г. Десяткина» (реализация дисциплины ОГСЭ.05 Физическая культура).

Практическая подготовка осуществляется в следующих вариантах:

- проведение практических занятий в соответствии с рабочими программами дисциплин и междисциплинарных курсов в учебных помещениях Колледжа;

- выполнение работ во время учебных практик в лабораториях Колледжа;

- выполнение работ во время производственной практики на предприятиях и в организациях города на основании заключенных договоров о практической подготовке с предприятиями и организациями города.

Таблица 4.1. - Обеспечение образовательной деятельности оснащенными зданиями, помещениями

№ п/п	Адрес (местоположение) здания, строения, сооружения, помещения	Назначение оснащенных зданий, строений, сооружений, помещений (учебные, учебно-лабораторные, помещения для занятия физической культурой и спортом, объектов для проведения практических занятий) с указанием площади (кв. м)	Собственность или оперативное управление, хозяйственное ведение, аренда, субаренда, безвозмездное пользование, практическая подготовка	Полное наименование собственника (арендодателя, ссудодателя) объекта недвижимого имущества	Кадастровый (или условный) номер объекта недвижимости
1	2	3	4	5	6
1.	Российская Федерация, Республика Саха (Якутия), г. Якутск, ул. Б.Марлинского 5/1	помещение 203. Учебный класс, 70,8 кв.м.	аренда	Региональное отделение Общероссийской общественно-государственной организации «Добровольное общество содействия армии, авиации и флоту России» Республики Саха (Якутия)	14:36:105008:982
		помещение 204. Учебный класс, 70,8 кв.м	аренда		
		помещение 211. Учебно-лабораторный (Компьютерный класс), 55 кв.м.	аренда		
		помещение 301. Учебный класс, 46,3 кв.м.	аренда		
		помещение 304. Учебный класс, 50,4 кв.м.	аренда		
		помещение 303л.Компьютерный класс, 48,3 кв.м.	аренда		
		помещение 311л.Компьютерный класс, 31,9 кв.м.	аренда		

4.2. Требования к материально-техническому обеспечению образовательного процесса

Таблица 4.2.1 – Наименование учебных помещений и основного оборудования

№ п/п	Наименование предмета, дисциплины в соответствии с учебным планом	Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения практических занятий, объектов физической культуры и спорта с перечнем основного оборудования (с указанием номера помещения в соответствии с документами бюро технической инвентаризации)
1	2	3

1.1	СГ.05 Основы финансовой грамотности, СГ.06 Основы бережливого производства, ОП.08 Основы предпринимательской деятельности,	**Учебный класс № 203: кабинет социально-экономических дисциплин** (этаж 2, ком.6): - Персональный компьютер в сборе (Процессор: Ryzen3 3 5300G (либо аналог, 4 ядра и 4-8 потоков) Оперативная память: 8gb DDR4 3200 Mhz Накопитель: 256GB ssd.) – 1 шт. - Короткофокусный проектор Optoma X309ST – 1 шт. - Учебная маркерная доска белая – 1 шт. - Стол ученический Классик двухместный регулируемый, №4-6 СУР А.02.46 проект НМ-035.04.02 – 29 шт. - Стул ученический Стандарт, №4-6 СТУР А 02.46.Ф проект НМ-035.30.02 – 57 шт.	Российская Федерация, Республика Саха (Якутия), г. Якутск, ул. Б.Марлинского 5/1
1.2.	ОП.01 Основы композиции, рисунка и живописи	**Учебный класс № 204**: **кабинет рисунка и живописи** (2 этаж, комната 7): - Персональный компьютер в сборе (Процессор: Ryzen3 3 5300G (либо аналог, 4 ядра и 4-8 потоков) Оперативная память: 8gb DDR4 3200 Mhz Накопитель: 256GB ssd.) – 1 шт. - Короткофокусный проектор Optoma X309ST – 1 шт. - Стол ученический Классик двухместный регулируемый, №4-6 СУР А.02.46 проект НМ-035.04.02 – 10 шт. - Стул ученический Стандарт, №4-6 СТУР А 02.46.Ф проект НМ-035.30.02 – 33 шт. - Учебная маркерная доска белая – 1 шт. - Стационарный мольберт Жан – 15 шт. - Ящик художника Pinax SB-5 с ячейками и пеналом для кистей и красок, с палитрой, бук – 15 шт. - Стеллаж для материалов и проектов – 1 шт. - Стойка для натюрморта, 1300 х 500 х 500 мм – 1 шт. - Натюрмортный фонд – 166 предметов	Российская Федерация, Республика Саха (Якутия), г. Якутск, ул. Б.Марлинского 5/1
1.3.	ОП.02 Информационные технологии в профессиональной деятельности ОП.04 Рекламная деятельность МДК.03.01 Инструменты цифровой коммуникации в Интернет среде МДК.03.02 Технология выполнения работ по профессии 20032 Агент рекламный УП.03 Учебная практика по рабочей профессии	**Компьютерный класс № 211**: **лаборатория информатики информационных технологий, компьютерного дизайна и компьютерной графики** (этаж 2, комната 10): - Персональный компьютер в сборе (Процессор: Intel Core I7-10700 Оперативная память: 32gb DDR4 3200 Mhz Накопитель: 1024GB ssd NVME PCI-E 4.0 Видеокарта: RTX3060 12GB) – 11 шт. - Графические планшеты – 11 шт. - Короткофокусный проектор Optoma X309ST - 1 шт. - Стол ученический Классик двухместный регулируемый, №4-6 СУР А.02.46 проект НМ-035.04.02 – 12 шт. - Стул ученический Стандарт, №4-6 СТУР А 02.46.Ф проект НМ-035.30.02 – 12 шт. - Учебная маркерная доска белая – 1 шт	Российская Федерация, Республика Саха (Якутия), г. Якутск, ул. Б.Марлинского 5/1
1.4.	СГ.02 Иностранный язык в профессиональной деятельности	**Учебный класс № 301 иностранного языка** (этаж 3, комната 1): - Персональный компьютер в сборе (Процессор: Ryzen3 3 5300G (либо аналог, 4 ядра и 4-8 потоков) Оперативная память: 8gb DDR4 3200 Mhz Накопитель: 256GB ssd.) – 1 шт.	Российская Федерация, Республика Саха

		- Короткофокусный проектор Optoma X309ST – 1 шт. - Стол ученический Классик двухместный регулируемый, №4-6 СУР А.02.46 проект НМ-035.04.02 – 10 шт. - Стул ученический Стандарт, №4-6 СТУР А 02.46.Ф проект НМ-035.30.02 – 19 шт. - Учебная маркерная доска белая – 1 шт.	(Якутия), г. Якутск, ул. Б.Марлинского 5/1
1.5.	СГ.03 Безопасность жизнедеятельности, СГ.07 Экологические основы природопользования ОП.07 Охрана труда	**Учебный класс № 304 экологии и безопасности жизнедеятельности** (этаж 3, комната 3): - Персональный компьютер в сборе (Процессор: Ryzen3 3 5300G (либо аналог, 4 ядра и 4-8 потоков) Оперативная память: 8gb DDR4 3200 Mhz Накопитель: 256GB ssd.) – 1 шт. - Короткофокусный проектор Optoma X309ST – 1 шт. - Стол ученический Классик двухместный регулируемый, №4-6 СУР А.02.46 проект НМ-035.04.02 – 10 шт. - Стул ученический Стандарт, №4-6 СТУР А 02.46.Ф проект НМ-035.30.02 – 19 шт. - Учебная маркерная доска белая – 1 шт. - Многофункциональное устройство HP (МФУ HP), А4, ч/б – 1 шт	Российская Федерация, Республика Саха (Якутия), г. Якутск, ул. Б.Марлинского 5/1
1.6.	МДК.01.01 Поведение потребителей МДК.01.02 Маркетинг в рекламе УП.01 Учебная практика по ПМ.01 МДК.02.01 Организация и проведение рекламных и коммуникационных кампаний МДК.02.02 Медиапланирование и медиабаинг УП.02 Учебная практика по ПМ.02 МДК.04.01 Проектирование, разработка творческой концепции и производство рекламного продукта УП.04 Учебная практика по ПМ.04	**Компьютерный класс № 303л:** лаборатория компьютерного дизайна и компьютерной графики (этаж 3, помещение 3)**:** **-** Персональный компьютер в сборе (Процессор: Ryzen 7 5700G Оперативная память: 16gb DDR4 3200 Mhz Накопитель: 512GB ssd) – 10 шт. - Графический планшет Wacom One by Wacom Medium – 10 шт. - Короткофокусный проектор Optoma X309ST – 1 шт. - Учебная маркерная доска белая – 1 шт. - Стол ученический Классик двухместный регулируемый, №4-6 СУР А.02.46 проект НМ-035.04.02 – 19 шт. - Стул ученический Стандарт, №4-6 СТУР А 02.46.Ф проект НМ-035.30.02 – 19 шт.	Российская Федерация, Республика Саха (Якутия), г. Якутск, ул. Бестужева-Марлинского, дом 5
1.7	СГ.01 История России, ОП.03 История рекламных искусств ОП.05 Психология рекламы ОП.06 Русский язык и культура речи ОП.09 Основы права и управления в рекламной деятельности	**Учебный класс № 311л**: кабинет социально-гуманитарных дисциплин (этаж 3, лев.крыло): - Персональный компьютер в сборе (Процессор: Ryzen3 3 5300G (либо аналог, 4 ядра и 4-8 потоков) Оперативная память: 8gb DDR4 3200 Mhz Накопитель: 256GB ssd.) – 1 шт. - Короткофокусный проектор Optoma X309ST – 1 шт. - Стол ученический Классик двухместный регулируемый, №4-6 СУР А.02.46 проект НМ-035.04.02 – 10 шт. - Стул ученический Стандарт, №4-6 СТУР А 02.46.Ф проект НМ-035.30.02 – 19 шт. - Учебная маркерная доска белая – 1 шт.	Российская Федерация, Республика Саха (Якутия), г. Якутск, ул. Б.Марлинского 5
1.8	СГ.04 Физическая культура	**Спортивный зад (**Договор о сетевой форме реализации образовательных программ)	

Наличие специальных условий для получения образования обучающимися с ограниченными возможностями здоровья

Таблица 4.2.2 – Наличие специальных условий для лиц с ОВЗ

№ п/п	Наименование показателя	Перечень специальных условий
1.	*Информация о наличии в помещениях, зданиях инфраструктуры, обеспечивающей условия для пребывания лиц с ограниченными возможностями (далее – лица с ОВЗ)*	
1.1.	Наличие приспособленной входной группы здания для лиц с ОВЗ (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов, лифтов, локальных пониженных стоек-барьеров и другие устройства, приспособления)	**Имеется** - гусеничный подъемник БАРС УГП-130 - отдельный вход в здание (дверной проем 1300 мм) - проводная кнопка вызова персонала (антивандальная, всепогодная), - звуковая и видео-передача сигнала, - тактильная табличка
1.2.	Наличие возможностей перемещения лиц с ОВЗ внутри здания (приспособление коридоров, лестниц, лифтов и другое; при отсутствии лифтов аудитории для проведения учебных занятий должны располагаться на первом этаже)	**Имеется** - мнемосхема, - тактильные наклейки Брайль на поручни, - информационно-тактильные знаки со шрифтом Брайля, - плитка тактильная самоклеящееся для маркировки путей на напольных покрытиях, цвет желтый, - люминесцентные информационно-тактильные знаки, - дверные проемы на 2 и 3 этажах более 1300 мм
1.3.	Наличие специально оборудованных санитарно-гигиенических помещений для лиц с ОВЗ (перила, поручни, специализированное сантехническое оборудование и другое)	**Имеется** - на 1 этаже специализированный санитарный узел для лиц с ОВЗ площадью 8 кв.м. (дверной проем 1100мм) оснащен верхним поручнем для раковины с дополнительной опорой на пол, откидным отдельно стоящим поручнем с бумагодержателем и прямым откидным отдельно стоящим поручнем. - на 1 этаже точка питания, дверной проем – 1400 мм
1.4.	Оснащение зданий и сооружений системами противопожарной сигнализации и оповещения с дублирующими световыми устройствами, информационными табло с тактильной (пространственно-рельефной) информацией и другое	**Имеется** - осветительные приборы с источником резервного вторичного электропитания, - оповещатели охранно-пожарные звуковые, - оповещатели охранно-пожарные световые «ВЫХОД»
2.	*Сведения об информационном обеспечении доступности профессионального образования и обучения для инвалидов и лиц с ОВЗ*	

2.1.	Сведения об адресе размещения адаптированного сайта на открытых и общедоступных информационных ресурсах, содержащих информацию о деятельности организации, в том числе на официальном сайте соискателя лицензии (лицензиата) в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»)	**Имеется** https://колледж-якутск.рф/
2.2.	Сведения об адресе размещения информации об условиях обучения инвалидов и лиц с ОВЗ на открытых и общедоступных информационных ресурсах, содержащих информацию о деятельности организации, в том числе на официальном сайте соискателя лицензии (лицензиата) в сети «Интернет»	**Имеется** https://колледж-якутск.рф/
3.	*Адаптированные образовательные программы*	
3.1.	Наличие специализированных адаптационных программ: предметы, дисциплины (модули)	нет
4.	*Наличие правовых актов, регламентирующих работу с инвалидами и лицами с ОВЗ*	
4.1.	Наличие правового акта, регламентирующего работу с инвалидами и лицами с ОВЗ	**Имеется** Положение по работе с инвалидами и лицами с ограниченными возможностями в АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»
5.	*Система обучения инвалидов и лиц с ОВЗ в организации*	
5.1.	Инклюзивная в общих группах	да
5.2.	По индивидуальному учебному плану	да
6.	*Техническое обеспечение образования*	
6.1.	Размещение в доступных для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья, являющихся слепыми или слабовидящими, местах и в адаптированной форме (с учетом их особых потребностей) справочной информации о расписании учебных занятий	**Имеется** мониторы на 1,2,3 этажах, транслирующие расписание учебных занятий, номера и наименование учебных аудиторий

4.3. Требования к учебно-методическому обеспечению

Учебно-методическое обеспечение представлено в следующих направлениях:

Учебно-методическое обеспечение представлено в следующих направлениях:

В образовательном процессе обсечение учебной литературой осуществляется на основании Договоров с электронной библиотечной системой Юрайт и электронной библиотекой «Национальной библиотеки РС (Я)» с предоставлением права одновременного доступа не менее 25 % обучающихся к электронной библиотеке.

Доступ к ЭБС «Юрайт» находится в шапке официального сайта колледжа по адресу: https://колледж-якутск.рф/

Образовательная программа обеспечена учебно-методической документацией по всем дисциплинам (модулям), видам практики, видам государственной итоговой аттестации, разработанной преподавателями.

Перечень учебной литературы по каждой дисциплине, профессиональному модулю, практике находится в рабочих программах.

Рабочие программы, методические материалы в форме электронного документа находятся на официальном сайте Колледжа в подразделе «Образование»

Перечень и доступ к электронным образовательным ресурсам и (или) профессиональным базам данных (подборкам информационных ресурсов по тематикам в соответствии с содержанием реализуемой образовательной программы) представлен как в каждой рабочей программе дисциплины, профессионального модуля, практики, так и на официальном сайте колледжа (в форме скачиваемого документа) в подразделе «Материально-техническое обеспечение и оснащенность образовательного процесса. Доступная среда».

4.4. Требования к кадровым условиям реализации образовательной программы

Реализация образовательной программы обеспечивается педагогическими работниками образовательной организации, а также лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, в том числе из числа руководителей и работников организаций, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности обучающегося и имеющих стаж работы в данной профессиональной области не менее 3х лет.

Квалификация педагогических работников отвечает квалификационным требованиям, указанным в квалификационных справочниках по должности

«преподаватель».

Педагогические работники, привлекаемые к реализации образовательной программы, должны получать дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации не реже 1 раза в 3 года с учетом расширения спектра профессиональных компетенций, в том числе в форме стажировки в организациях, направление деятельности которых соответствует одной области профессиональной деятельности, а также в других областях профессиональной деятельности и (или) сферах профессиональной деятельности при условии соответствия полученных компетенций требованиям к квалификации педагогического работника.

Доля педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок), имеющих опыт деятельности не менее года в организациях, направление деятельности которых соответствует одной области профессиональной деятельности, в общем числе педагогических работников, обеспечивающих освоение обучающимися профессиональных модулей образовательной программы, должна быть не менее 25%.

Информация о педагогических работниках данной образовательной программы находится в подразделе «Педагогический состав» на официальном сайте колледжа.

4.5. Требования к финансовым условиям реализации образовательной программы

Обучение по образовательной программе ведется на основании заключенных договоров об оказании платных образовательных услуг в соответствии с Положением об оказании платных образовательных услуг.

Положение и форма договора находятся на официальном сайте Колледжа в подразделе «Платные образовательные услуги».

4.6. Оценка качества образовательной программы

Качество образовательной программы определяется в рамках системы внутренней оценки, а также системы внешней оценки на добровольной основе.

Положение о внутренней системе оценки качества образовательной деятельности в АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия» с основными направлениями работы находится на официальном сайте колледжа в подразделе «Документы».

Оценка качества освоения образовательной программы включает текущий контроль успеваемости, промежуточную и государственную итоговую аттестации обучающихся.

Ежегодно колледжем проводится внутренний аудит с публикацией отчета о

самообследовании, где представляется подробный анализ оценки качества по реализуемой специальности, в т.ч.

- о результатах опросов работодателей и (или) их объединений об удовлетворенности качеством образования по образовательной программе;

- о результатах опросов педагогических работников колледжа об удовлетворенности условиями и организацией образовательной деятельности в рамках реализации образовательной программы;

- о результатах опросов обучающихся колледжа об удовлетворенности условиями, содержанием, организацией и качеством образовательного процесса в целом и отдельных дисциплин (модулей) и практик в рамках реализации образовательной программы.

Отчет о самообследовании находится на официальном сайте колледжа в подразделе «Документы»

4.6.1 Текущий контроль

Текущий контроль успеваемости предусматривает систематическую проверку качества знаний и умений обучающихся и проводится по всем изучаемым в данном семестре дисциплинам, МДК, практикам по 5-ти балльной системе в течение всего периода обучения. Он может быть устным и письменным. Используются рейтинговые и накопительные системы оценивания. Выбор формы осуществляется преподавателем.

Данная форма контроля регламентируется Положением о формах, периодичности и порядке текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия».

4.6.2 Промежуточная аттестация

В учебные циклы включена промежуточная аттестация обучающихся, которая осуществляется в рамках освоения указанных циклов в соответствии с разработанными фондами оценочных средств, позволяющими оценить достижения запланированных по отдельным дисциплинам, модулям и практикам результатов обучения.

Промежуточная аттестация:

СГ.00 – 0 часов

ОП.00 – 18 часов

П.00 – 54 часа. **ИТОГО: 72 часа**

В качестве форм промежуточной аттестации в учебном плане использованы:

- Экзамен (по дисциплине, МДК, профессиональному модулю);

- Дифференцированный зачет (по дисциплине, МДК, практике), в т.ч. комплексный зачет;
- Другие формы аттестации (по дисциплине, МДК).

В соответствии п.32 Приказа № 762 количество экзаменов в процессе промежуточной аттестации обучающихся не превышает 8 экзаменов в учебном году, а количество зачетов – 10. В это число не входят экзамены и зачеты по физической культуре:

1 курс - 10 дифференцированных зачетов, 5 экзаменов;

2 курс - 10 дифференцированных зачетов, 7 экзаменов.

Комплексные формы аттестации проводятся по следующим практикам:

Таблица 4.6 – Комплексные формы промежуточной аттестации

№	Вид контроля	Наименование комплексного вида контроля	Семестр	Наименование дисциплины/МДК/практики
1	Диф. зач	Комплексный диф. зачет	2	ПП.01. Производственная практика по ПМ.01
				УП.01. Учебная практика по ПМ.01
2	Диф. зач	Комплексный диф. зачет	4	ПП.02. Производственная практика по ПМ.02
				ПП.03 Производственная практика по ПМ.03
				ПП.04 Производственная практика по ПМ.04

Промежуточная аттестация регламентируется Положением о формах, периодичности и порядке текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия».

Оценочные материалы для промежуточной аттестации разработаны по всем дисциплинам, междисциплинарным курсам, профессиональным модулям, практикам в соответствии с учебным планом специальности.

Документы находятся на официальном сайте Колледжа в подразделе «Образование».

4.6.3 Государственная итоговая аттестация

На Государственную итоговую аттестацию (далее – ГИА) предусмотрено 216 часов (с 18 мая по 28 июня).

Государственная итоговая аттестация проводится в форме демонстрационного экзамена и защиты дипломного проекта (работы).

Программа государственной итоговой аттестации разрабатывается в соответствии с Приказом Минпросвещения России № 800 от 08.11.2021 г.

5. Рабочая программа воспитания

Воспитание обучающихся при освоении ими образовательной программы осуществляется на основе включаемых в образовательные программы рабочей программы воспитания и календарного плана воспитательной работы.

Ценностными основами воспитательной работы служат уважение к личности обучающегося, сохранение его психического и нравственного благополучия, ценностных ориентаций, личностное развитие и профессиональное становление.

Таблица 5 – Основные направления и модули воспитательной работы

Направления воспитательной работы	Дескрипторы
Профессиональное воспитание	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 08, ОК 09
Социализация и общекультурное воспитание	ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 07
Социальная активность	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 07
Гражданско-патриотическое и правовое воспитание	ОК 03, ОК 05, ОК 06
Физическое воспитание и здоровый образ жизни	ОК 08

5.1. Профессиональное воспитание

Цель: формирование у обучающихся личностных качеств, необходимых для эффективной профессиональной деятельности.

Задачи:

– развитие у обучающихся потребности к учебе, воспитание отношения к труду и профессионализму как высшим нравственным и жизненным ценностям;

– формирование умений и навыков использования полученных знаний в решении практических задач.

5.2. Социализация и общекультурное воспитание

Цель: создание условий для самоопределения и социализации обучающихся на основе социокультурных, духовно-нравственных ценностей и принятых в российском обществе правил и норм поведения в интересах человека, семьи, общества и государства, формирование у обучающихся уважения к старшему поколению.

Задачи:

– воспитание здоровой, счастливой, свободной личности, формирование способности ставить цели и строить жизненные планы;

– реализация обучающимися практик саморазвития и самовоспитания в соответствии с общечеловеческими ценностями и идеалами гражданского общества;

– формирование позитивных жизненных ориентиров и планов;

– формирование у обучающихся готовности и способности к образованию, в том числе самообразованию, на протяжении всей жизни; сознательное отношение к непрерывному образованию как условию успешной профессиональной и общественной деятельности;

– развитие способностей к сопереживанию и формированию позитивного отношения к людям, в том числе к лицам с ограниченными возможностями здоровья и инвалидам;

– формирование выраженной в поведении нравственной позиции, в том числе способности к сознательному выбору добра, нравственного сознания и поведения на основе усвоения общечеловеческих ценностей и нравственных чувств (чести, долга, справедливости, милосердия и дружелюбия);

– развитие компетенций сотрудничества со сверстниками, детьми младшего возраста, взрослыми в образовательной, общественно полезной, учебно-исследовательской, проектной и других видах деятельности;

– развитие культуры межнационального общения;

– развитие в молодежной среде ответственности, принципов коллективизма и социальной солидарности;

– формирование уважительного отношения к родителям и старшему поколению в целом, готовности понять их позицию, принять их заботу, готовности договариваться с родителями и членами семьи в решении вопросов ведения домашнего хозяйства, распределения семейных обязанностей;

– воспитание ответственного отношения к созданию и сохранению семьи на основе осознанного принятия ценностей семейной жизни;

– содействие в осознанной выработке собственной позиции по отношению к общественно-политическим событиям прошлого и настоящего на основе осознания и осмысления истории, духовных ценностей и достижений нашей страны;

– формирование толерантного сознания и поведения в поликультурном мире, готовности и способности вести диалог с другими людьми, достигать в нем взаимопонимания, находить общие цели и сотрудничать для их достижения.

5.3. Социальная активность

Цель: создание условий для удовлетворения потребностей обучающихся в интеллектуальном, культурном и нравственном развитии в сфере трудовых и социально-экономических отношений посредством профессионального самоопределения

Задачи:

– развитие общественной активности обучающихся, воспитание в них сознательного отношения к труду и народному достоянию;

– формирование у обучающихся потребности трудиться, добросовестно, ответственно и творчески относиться к разным видам трудовой деятельности;

– формирование исполнительских навыков и профессиональных компетенций;

– формирование осознания профессиональной идентичности (осознание своей принадлежности к определённой профессии и профессиональному сообществу);

– формирование чувства социально-профессиональной ответственности, усвоение профессионально-этических норм;

– осознанный выбор будущего профессионального развития и возможностей реализации собственных жизненных планов;

– формирование отношения к профессиональной деятельности как возможности участия в решении личных, общественных, государственных, общенациональных проблем.

– формирование у обучающихся готовности и способности к самостоятельной, творческой и ответственной деятельности;

– развитие у обучающихся экологической культуры, бережного отношения к родной земле, природным богатствам России и мира, понимание влияния социально-экономических процессов на состояние природной и социальной среды;

– воспитание чувства ответственности за состояние природных ресурсов, формирование умений и навыков разумного природопользования, нетерпимого отношения к действиям, приносящим вред экологии; приобретение опыта бережливого производства.

5.4. Гражданско-патриотическое и правовое воспитание

Цель: развитие личности обучающегося на основе формирования чувства патриотизма, гражданственности, уважения к памяти защитников Отечества и подвигам Героев Отечества, закону и правопорядку.

Задачи:

– формирование знаний обучающихся о символике России;

– воспитание у обучающихся готовности к выполнению гражданского долга и конституционных обязанностей по защите Родины;

– формирование у обучающихся патриотического сознания, чувства верности своему Отечеству;

– развитие у обучающихся уважения к памяти защитников Отечества и подвигам Героев Отечества, историческим символам и памятникам Отечества;

– формирование российской гражданской идентичности, гражданской позиции активного и ответственного члена российского общества, осознающего

свои конституционные права и обязанности, уважающего закон и правопорядок, обладающего чувством собственного достоинства, осознанно принимающего традиционные национальные и общечеловеческие гуманистические и демократические ценности;

– развитие правовой и политической культуры обучающихся, расширение конструктивного участия в принятии решений, затрагивающих их права и интересы, в том числе в различных формах общественной самоорганизации, самоуправления, общественно значимой деятельности; развитие в молодежной среде ответственности, принципов коллективизма и социальной солидарности;

– формирование приверженности идеям интернационализма, дружбы, равенства, взаимопомощи народов; воспитание уважительного отношения к национальному достоинству людей, их чувствам, религиозным убеждениям;

– формирование установок личности, позволяющих противостоять идеологии экстремизма, национализма, ксенофобии, коррупции

5.5. Физическое воспитание и здоровый образ жизни

Цель: формирование у обучающихся здорового образа жизни в соответствии с индивидуальными особенностями и склонностями.

Задачи:

- развитие у обучающихся ответственного отношения к своему здоровью и потребности в здоровом образе жизни;

- формирование мотивации к физическому самосовершенствованию, занятиям спортивно-оздоровительной деятельностью;

- развитие культуры безопасной жизнедеятельности, профилактика наркотической и алкогольной зависимости, табакокурения и других вредных привычек;

- формирование бережного, ответственного и компетентного отношения к физическому и психологическому здоровью - как собственному, так и других людей, умение оказывать первую помощь, развитие культуры здорового питания;

- использование потенциала спортивной деятельности для профилактики ассоциального поведения.

Рабочая программа воспитания в форме электронного документа находятся на сайте организации в разделе «Образование».

6. Календарный план воспитательной работы

Календарный план воспитательной работы составлен на весь период обучения с 2024 по 202 гг по месяцам на основании Календаря знаменательных дат, приуроченного к государственным и национальным праздникам Российской Федерации, памятным датам и событиям российской истории и культуры, который утверждается Приказом Минпросвещения на каждый учебный год.

Ежегодно в процессе реализации образовательной программы Колледж корректирует календарный план воспитательной работы на текущий год.

Календарный план воспитательной работы в форме электронного документа находятся на сайте организации в разделе «Образование».

Составил
Зам.директора по УВР  А.Ю.Сидорова

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г.)

УТВЕРЖДАЮ
Директор АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»
_____ С.Н.Семенов
«15» 04 2024 г.

Календарный учебный график
по специальности 42.02.01 Реклама на базе среднего общего образования очной формы обучения

Курс	Сентябрь				29 сен - 5 окт	Октябрь			27 окт - 2 ноя	Ноябрь				Декабрь				29 дек - 4 янв	Январь			26 янв - 1 фев	Февраль			23 фев - 1 мар	Март				30 мар - 5 апр	Апрель			27 апр - 3 май	Май				Июнь				29 июн - 5 июл	Июль			27 июл -2 авг	Август			
	1 - 7	8 - 14	15 - 21	22 - 28		6 - 12	13 - 19	20 - 26		3 - 9	10 - 16	17 - 23	24 - 30	1 - 7	8 - 14	15 - 21	22 - 28		5 - 11	12 - 18	19 - 25		2 - 8	9 - 15	16 - 22		2 - 8	9 - 15	16 - 22	23 - 29			6 - 12	13 - 19	20 - 26		4 - 10	11 - 17	18 - 24	25 - 31	1 - 7	8 - 14	15 - 21	22 - 28		6 - 12	13 - 19	20 - 26		3 - 9	10 - 16	17 - 23	24 - 31	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52
I																	::	=	=																				0	0	0	8	8	=	=	=	=	=	=	=	=	=
																																								0	0	8										
																	::																								0	0	8										
																																								0	0	8										
																	::																								0	0	8										
																																								0	0	8										
II															0	0	0	=	=									::			0							III	III	III	III	III	III	*	*	*	*	*	*	*	*	*
																0	0														0																							
																0	0														0																							
																0	0														0																							
																0	::												::		0																							

Обозначения:

	Обучение по дисциплинам и междисциплинарным ку	0	Учебная практика		Практическая подготовка
::	Промежуточная аттестация	8	Производственная практика		
=	Каникулы	III	Государственная итоговая аттестация	*	Неделя отсутствует

2 Сводные данные по бюджету времени

Курс	Обучение по дисциплинам и междисциплинарным курсам			Промежуточная аттестация			Практики						ГИА	Каникулы	ВСЕГО
							Учебная практика			Производственная практика					
	Всего	1 сем	2 сем	Всего	1 сем	2 сем	Всего	1 сем	2 сем	Всего	1 сем	2 сем			
	нед.	нед.	нед.	нед.	нед.	нед.	нед.	нед.	нед.	нед.	нед.	нед.	нед.	нед.	нед.
I	35 1/6	16 1/2	18 2/3	5/6	1/2	1/3	3		3	2		2		11	52
II	22 5/6	13 5/6	9	1 1/6	1/6	1	5	3	2	6		6	6	2	43
Всего	**58**	**30 1/3**	**27 2/3**	**2**	**2/3**	**1 1/3**	**8**	**3**	**5**	**8**		**8**	**6**	**13**	**95**

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г.)

УТВЕРЖДАЮ
Директор АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»
_____ С.Н.Семенов
«15» 04 2024 г.

УЧЕБНЫЙ ПЛАН

программы подготовки специалистов среднего звена

Автономная некоммерческая организация среднего профессионального образования "Цифровой колледж "Синергия"

наименование образовательного учреждения (организации)

по специальности среднего профессионального образования

42.02.01 Реклама

код *наименование специальности*

среднее общее образование

Уровень образования, необходимый для приема на обучение

квалификация: специалист по рекламе

форма обучения Очная **Срок получения образования по ОП** 1г 10м **год начала подготовки по УП** 2024

Приказ об утверждении ФГОС **от** 21.07.2023 **№** 552

направленность программы - 11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия

Индекс	Наименование циклов, разделов, дисциплин, профессиональных модулей, МДК, практик	Формы промежуточно			Курсовые проекты	Учебная нагрузка обучающихся, ч.								Распределение по курсам и семестрам																								Объём ОП	
														Курс 1												Курс 2													
														Семестр 1							Семестр 2							Семестр 3							Семестр 4								
														16 1/2 нед							18 2/3 (5) нед							13 5/6 (3) нед							9 (8) нед								
																	в том числе							в том числе							в том числе							в том числе					
		Экзамены	Диффер. зачеты	Другие		Объём ОП	в т.ч. Практическая подготовка	Самост.	Всего	Лекции, уроки	Пр. занятия	Курс. проектир.	Промежут. аттестация	Объём ОП	Самост.	С препод.	Лекции, уроки	Пр. занятия	Курс. проектир.	Промежут. аттестация	Объём ОП	Самост.	С препод.	Лекции, уроки	Пр. занятия	Курс. проектир.	Промежут. аттестация	Объём ОП	Самост.	С препод.	Лекции, уроки	Пр. занятия	Курс. проектир.	Промежут. аттестация	Объём ОП	Самост.	С препод.	Лекции, уроки	Пр. занятия	Курс. проектир.	Промежут. аттестация	Обяз. часть	Вар. часть
	Итого час/нед (с учетом консультаций в период обучения по циклам)													36		30					36		30.64					36		30.07					36		30.44					69.74%	30.26%
ППССЗ	**ПРОГРАММА ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА**	**12**	**27**	**8**	**1**	**2736**	**1474**	**331**	**1757**	**678**	**1059**	**20**	**72**	**612**	**99**	**495**	**181**	**314**		**18**	**864**	**100**	**572**	**222**	**350**		**12**	**612**	**82**	**416**	**197**	**219**		**6**	**648**	**50**	**274**	**78**	**176**	**20**	**36**	**1908**	**828**
СГ	**Социально-гуманитарный цикл**		**10**	**3**		**514**	**82**	**120**	**394**	**131**	**263**			**174**	**44**	**130**	**62**	**68**			**186**	**42**	**144**	**45**	**99**			**112**	**28**	**84**	**22**	**62**			**42**	**6**	**36**	**2**	**34**			**348**	**166**
СГ.01	История России		1			52		4	48	40	8			52	4	48	40	8																							52	
СГ.02	Иностранный язык в профессиональной деятельности		4	1-3		148	62	54	94		94			48	16	32		32			36	18	18		18			40	14	26		26			24	6	18		18			86	62
СГ.03	Безопасность жизнедеятельности		2			68			68	21	47										68		68	21	47																68	
СГ.04	Физическая культура		1-4			126		48	78	6	72			32	16	16	2	14			36	18	18		18			40	14	26	2	24			18		18	2	16			70	56
СГ.05	Основы финансовой грамотности		1			42		8	34	20	14			42	8	34	20	14																							32	10
СГ.06	Основы бережливого производства		2			46	16	6	40	24	16										46	6	40	24	16																40	6
СГ.07	Экологические основы природопользования		3			32	4		32	20	12																32		32	20	12											32
ОП	**Общепрофессиональный цикл**	**3**	**6**	**1**		**638**	**320**	**77**	**543**	**223**	**320**		**18**	**438**	**55**	**365**	**119**	**246**		**18**	**98**	**10**	**88**	**49**	**39**			**102**	**12**	**90**	**55**	**35**										**360**	**278**
ОП.01	Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе	1				122	80	18	98	18	80		6	122	18	98	18	80		6																						98	24
ОП.02	Информационные технологии в профессиональной деятельности	1				76	58	6	64	6	58		6	76	6	64	6	58		6																						64	12
ОП.03	История экранных искусств		1			40	8	6	34	26	8			40	6	34	26	8																							32	8
ОП.04	Рекламная деятельность	1				114	62	12	96	34	62		6	114	12	96	34	62		6																						96	18
ОП.05	Психология рекламы		1			44	16	7	37	21	16			44	7	37	21	16																							36	8
ОП.06	Русский язык и культура речи		1			42	22	6	36	14	22			42	6	36	14	22																							34	8
ОП.07	Охрана труда		2			32	7		32	25	7										32		32	25	7																32	
ОП.08	Основы предпринимательской деятельности		3			48	14	6	42	28	14																48	6	42	28	14										48	
ОП.09	Основы права и управления в рекламной деятельности		3	2		120	53	16	104	51	53										66	10	56	24	32			54	6	48	27	21										120	
П	**Профессиональный цикл**	**9**	**11**	**4**	**1**	**1584**	**1072**	**134**	**820**	**324**	**476**	**20**	**54**								**580**	**48**	**340**	**128**	**212**		**12**	**398**	**42**	**242**	**120**	**122**		**6**	**606**	**44**	**238**	**76**	**142**	**20**	**36**	**1200**	**384**
ПМ.01	**Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта**	**2**	**3**			**354**	**244**	**24**	**174**	**74**	**100**		**12**								**354**	**24**	**174**	**74**	**100**		**12**														**300**	**54**
МДК.01.01	Поведение потребителей		2			68	22	12	56	34	22										68	12	56	34	22																66	2
МДК.01.02	Маркетинг в рекламе	2				136	78	12	118	40	78		6								136	12	118	40	78		6														126	10
УП.01.	Учебная практика по ПМ.01		2	час		72	72		72	нед		2								час		72	нед	2																72	
ПП.01.	Производственная практика по ПМ.01		2	час		72	72		72	нед		2								час		72	нед	2																36	36
	Экзамен по профессиональному модулю ПМ.01	2				6							6								6					6																6
	Всего часов по МДК					204			174																																		
ПМ.02	**Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций, мероприятий**	**2**	**3**	**1**		**352**	**224**	**30**	**166**	**86**	**80**		**12**															**58**	**6**	**52**	**32**	**20**			**294**	**24**	**114**	**54**	**60**		**12**	**300**	**52**
МДК.02.01	Организация и проведение рекламных и коммуникационных кампаний	4				94	34	18	70	36	34		6																												88	6
МДК.02.02	Медиапланирование и медиабаинг		4	3		108	46	12	96	50	46																58	6	52	32	20			50	6	44	18	26			104	4
УП.02.	Учебная практика по ПМ.02		4	час		72	72		72	нед		2																													
ПП.02.	Производственная практика по ПМ.02		4	час		72	72		72	нед		2																													
ПМ.02.ЭК	Экзамен по профессиональному модулю ПМ.02	4				6							6																												6
	Всего часов по МДК					202			166																																		
ПМ.03	**Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий**	**3**	**2**	**2**		**462**	**310**	**42**	**258**	**92**	**166**		**18**								**100**	**12**	**88**	**28**	**60**			**212**	**18**	**116**	**64**	**52**		**6**	**150**	**12**	**54**		**54**		**12**	**264**	**198**
МДК.03.01	Инструменты цифровой коммуникации в Интернет среде	4		23		248	152	30	212	60	152		6								100	12	88	28	60			76	6	70	32	38			72	12	54		54		6	192	56
МДК.03.02	Технология выполнения работ по профессии 20032 Агент рекламный	3				64	14	12	46	32	14		6															64	12	46	32	14		6								64
УП.03.	Учебная практика по рабочей профессии		3	час		72	72		72	нед		2																													72
ПП.03	Производственная практика по ПМ.03		4	час		72	72		72	нед		2																													
	Экзамен по профессиональному модулю ПМ.03	4				6							6																												6
	Всего часов по МДК					312			258																																		
ПМ.04	**Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях**	**2**	**3**	**1**	**1**	**416**	**294**	**38**	**222**	**72**	**130**	**20**	**12**								**126**	**12**	**78**	**26**	**52**			**128**	**18**	**74**	**24**	**50**			**162**	**8**	**70**	**22**	**28**	**20**	**12**	**336**	**80**
МДК.04.01	Проектирование, разработка творческой концепции и производство рекламного продукта	4	3	2	4	266	150	38	222	72	130	20	6								90	12	78	26	52			92	18	74	24	50			84	8	70	22	28	20	6	192	74
УП.04	Учебная практика по ПМ.04		3	час		72	72		72	нед		2								час		36	нед	1			час		36	нед	1										72	
ПП.04	Производственная практика по ПМ.04		4	час		72	72		72	нед		2																													
	Экзамен по профессиональному модулю ПМ.04	4				6							6																												6
	Всего часов по МДК					266			222																																		
	Учебная и производственная практики			**час**		**576**			**576**	**нед**		**16**								**час**		**180**	**нед**	**5**			**час**		**108**	**нед**	**3**			**час**		**288**	**нед**	**8**				
	Учебная практика			час		288			288	нед		8								час		108	нед	3			час		108	нед	3			час		72	нед	2				
	Производственная практика			час		288			288	нед		8								час		72	нед	2										час		216	нед	6				
	Государственная итоговая аттестация			**час**		**216**			**216**	**нед**		**6**																							**час**		**216**	**нед**	**6**				
	ОБЪЕМ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	**12**	**27**	**8**	**1**	**2952**	**1474**	**331**	**1757**	**678**	**1059**	**20**	**72**	**612**	**99**	**495**	**181**	**314**		**18**	**864**	**100**	**572**	**222**	**350**		**12**	**612**	**82**	**416**	**197**	**219**		**6**	**864**	**50**	**274**	**78**	**176**	**20**	**36**	**2124**	**828**
	Экзамены (без учета физ. культуры)													**3**							**2**							**1**							**6**							
	Диффер. зачеты (без учета физ. культуры)													**5**							**5**							**6**							**4**							
	Курсовые проекты (без учета физ. культуры)																																		**1**							

№	Вид контроля	Наименование комплексного вида контроля	Семестр	Наименование дисциплины/МДК/практики
1	Диф. зач	Комплексный диф. зачет	2	ПП.01. Производственная практика по ПМ.01
				УП.01. Учебная практика по ПМ.01
2	Диф. зач	Комплексный диф. зачет	4	ПП.02. Производственная практика по ПМ.02
				ПП.03 Производственная практика по ПМ.03
				ПП.04 Производственная практика по ПМ.04

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

СГ.01. История России

для специальности 42.02.01 Реклама

Якутск, 2024

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г.)

УТВЕРЖДАЮ
Директор АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»
_____ С.Н.Семенов
«15» 04 2024 г.

Рабочая программа дисциплины СГ.01. История России разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (далее – ФГОС СПО) по *специальности 42.02.01 Реклама,* утвержденного приказом Минпросвещения России от 21.07.2023 г. № 552 (зарегистрирован в Минюсте РФ 22.08.2023 № 74908)

Организация-разработчик: АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»

Составитель:
Халыева А.Е., преподаватель

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Паспорт рабочей программы дисциплины 4

2. Структура и содержание дисциплины 6

3. Условия реализации рабочей программы дисциплины 12

4. Контроль и оценка результатов освоения дисциплины 14

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ СГ.01. ИСТОРИЯ РОССИИ

1.1. Область применения программы

Рабочая программа дисциплины СГ.01. История России является частью основной профессиональной образовательной программы СПО – программы подготовки специалистов среднего звена по *специальности 42.02.01 Реклама*, входящей в состав укрупненной группы специальностей *42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело*.

1.2 Место дисциплины в структуре образовательной программы:

Дисциплина СГ.01. История России является обязательной дисциплиной социально-гуманитарного цикла и изучается в течение одного семестра.

1.3. Требования к результатам освоения дисциплины:

В результате освоения дисциплины обучающийся **должен**

уметь:

$У_1$ - ориентироваться в современной экономической, политической и культурной ситуации в России и мире;

$У_2$ - выявлять взаимосвязь отечественных, региональных, мировых социально-экономических, политических и культурных проблем;

знать:

$З_1$ - основные периоды истории Российского государства, ключевые социально-экономические процессы, а также даты важнейших событий отечественной истории;

$З_2$ - имена героев Первой мировой, Гражданской, Великой Отечественной войн, исторических личностей, внесших значительный вклад в социально-экономическое, политическое и культурное развитие России в XX – начале XXI века;

$З_3$ - сущность и причины локальных, региональных, межгосударственных конфликтов в конце XX – начале XXI в.;

$З_4$ - роли России в мировых политических и социально-экономических процессах с древнейших времен до настоящего времени;

$З_5$ - назначение ООН, НАТО, ЕС и других организаций и основные направления их деятельности;

$З_6$ - о роли науки, культуры и религии в сохранении укреплении национальных и государственных традиций;

$З_7$ - содержание и назначение важнейших правовых и законодательных актов мирового и регионального значения.

с целью овладения **общими компетенциями (ОК)**:

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

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команд

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.

ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, *применять стандарты антикоррупционного поведения*[1].

1.4. Количество часов на освоение рабочей программы дисциплины:

Объем дисциплины – 52 часа, в том числе

в форме практической подготовки – 0 часов

включает:

объем работы обучающегося во взаимодействии с преподавателем – 48 часов, в том числе

практические занятия – 8 часов;

самостоятельная работа обучающегося – 4 часа

Обязательная часть рабочей программы составляет – 52 часа, вариативная часть – 00 часов.

[1] *Выделенное курсивом не формируется в рамках данной дисциплины*

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Объем дисциплины (всего)	**52**
в том числе:	
в форме практической подготовки	0
Объем работы обучающегося во взаимодействии с преподавателем	**48**
в том числе:	
практические занятия	8
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	**4**
в том числе: подготовка к практическим занятиям	4

2.2. Формы промежуточной аттестации

1 семестр – дифференцированный зачет

2.2. Тематический план и содержание дисциплины СГ.01. История России

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся		Объем часов	В т.ч. практической подготовки	Формируемые компетенции
Тема 1. Россия – великая наша держава	*Содержание учебного материала*		2		
	1	Гимн России. Становление духовных основ России. Место и роль России в мировом сообществе. Содружество народов России и единство российской цивилизации. Пространство России и его геополитическое, экономическое и культурное значение. Российские инновации и устремленность в будущее.			ОК 04, ОК 06
Тема 2. Александр Невский как спаситель Руси	*Содержание учебного материала*		2		
	1	Выбор союзников Даниилом Галицким. Александр Ярославович. Невская битва и Ледовое побоище. Столкновение двух христианских течений: православие и католичество. Любечский съезд. Русь и Орда. Отношение Александра с Ордой.			ОК 04, ОК 06
Тема 3. Смута и её преодоление	*Содержание учебного материала*		2		
	1	Династический кризис и причины Смутного времени. Избрание государей посредством народного голосования. Столкновение с иностранными захватчиками и зарождение гражданско-патриотической идентичности в ходе 1-2 народного ополчений.			ОК 04, ОК 06
Тема 4. Волим под царя восточного, православного	*Содержание учебного материала*		2		
	1	Взаимоотношения России и Польши. Вопросы национальной и культурной идентичности приграничных княжеств западной и южной Руси (Запорожское казачество). Борьба за свободу под руководством Богдана Хмельницкого. Земский собор 1653 г. и Переяславская Рада 1654 г.			ОК 04, ОК 06
Тема 5. Пётр Великий. Строитель великой империи	*Содержание учебного материала*		2		
	1	Взаимодействие Петра I с европейскими державами (северная война, прутские походы). Формирование нового курса развития России: западно-ориентированный подход. Россия – империя. Социальные, экономические и политические изменения в стране. Строительство великой империи: цена и результаты.			ОК 04, ОК 06

Тема 6. Отторженная возвратих	*Содержание учебного материала*		2		
	1	Просвещённый абсолютизм в России. Положение Российской империи в мировом порядке: русско-турецкие войны (присоединение Крыма), разделы Речи Посполитой. Расцвет культуры Российской империи и её значение в мире. Строительство городов в Северном Причерноморье.			ОК 04, ОК 06
Тема 7. Крымская война – «Пиррова победа Европы»	*Содержание учебного материала*		*2*		
	1	«Восточный вопрос». Положение держав в восточной Европе. Курс императора Николая I. Расстановка сил перед Крымской войной. Ход военных действий. Оборона Севастополя. Итоги Крымской войны.			ОК 04, ОК 06
Тема 8. Гибель империи	*Содержание учебного материала*		*5*		
	1	Первая русская революция 1905-1907 гг. Первая мировая война и её значение для российской истории: причины, предпосылки, ход военных действий (Брусиловский прорыв), расстановка сил. Февральская революция и Брестский мир. Октябрь 1917 г. как реакция на происходящие события: причины и ход Октябрьской революции. Гражданская война.	2		ОК 04, ОК 06
	Практические занятия		**2**		ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 06
	2	**Практическое занятие № 1** Октябрьская революция и её значение в мировой истории.			
	Самостоятельная работа		**1**		ОК 02, ОК 04, ОК 06
	- подготовка к практическому занятию				
Тема 9. От великих потрясений к Великой победе	*Содержание учебного материала*		2		
	1	Новая экономическая политика. Антирелигиозная компания. Коллективизация и ее последствия. Индустриализация. Патриотический поворот в идеологии советской власти и его выражение в Великой Отечественной Войне			ОК 04, ОК 06
Тема 10. Вставай, страна огромная	*Содержание учебного материала*		*9*		
	1	Причины и предпосылки Второй мировой войны. Основные этапы и события Великой Отечественной войны.	2		ОК 04, ОК 06
	2	Патриотический подъем народа в годы Отечественной Войны. Фронт и тыл. Защитники Родины и пособники нацистов. Великая Отечественная война в исторической памяти нашего народа.	2		ОК 04, ОК 06
	3	Период коренного перелома.	2		ОК 04, ОК 06
	Практические занятия		**2**		

	4	**Практическое занятие № 2:** Ялтинская конференция и её роль в формировании			ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 06
	Самостоятельная работа		**1**		ОК 02, ОК 04, ОК 06
	- подготовка к практическому занятию				
Тема 11. В буднях великих строек	*Содержание учебного материала*		*2*		
	1	Пути восстановления экономики – процессы и дискуссии. Экономическая модель послевоенного СССР, идеи социалистической автаркии. Продолжение и последующее сворачивание патриотического курса в идеологии. Атомный проект и создание советского ВПК. План преобразования природы.	2		ОК 04, ОК 06
Тема 12. От перестройки к кризису, от кризиса к возрождению	*Содержание учебного материала*		*5*		
	1	Хрущёвская оттепель. Реформы. Шестидесятники в культуре («дети XX съезда»). Период «Застоя». 80-е гг. Внешняя политика СССР. Афганская война (1979-1989). Внутренняя политика СССР. Особенности идеологии. Культурное развитие народов СССР и русская культура. Идеология и действующие лица «перестройки». Россия и страны СНГ в 1990-е годы. Кризис экономики – цена реформ. Безработица и криминализация общества. Пропаганда деструктивных идеологий среди молодёжи. Олигархизация. Конфликты на Северном Кавказе. Положение национальных меньшинств в новообразованном государстве.	2		ОК 04, ОК 06
	Практические занятия		**2**		ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 06
	2	**Практическое занятие № 3**: Распад СССР как геополитическая катастрофа, его значение.			
	Самостоятельная работа		**1**		ОК 02, ОК 04, ОК 06
	- подготовка к практическому занятию				
Тема 13. Россия. XXI век	*Содержание учебного материала*		2		
	1	Запрос на национальное возрождение в обществе. Укрепление патриотических настроений. Владимир Путин. Деолигархизация и укрепление вертикали власти. Курс на суверенную внешнюю политику: от Мюнхенской речи до операции в Сирии. Экономическое возрождение: энергетика, сельское хозяйство, национальные проекты. Возвращение ценностей в конституцию. Спецоперация по защите			ОК 04, ОК 06

		Донбасса.			
Тема 14. История антироссийской пропаганды	*Содержание учебного материала*		*7*		
	1	Ливонская война – истоки русофобской мифологии. «Завещание Петра великого» - антироссийская фальшивка. Пропаганда Наполеона Бонапарта. Либеральная и революционная антироссийская пропаганда в Европе в XIX столетии и роль в ней российской революционной эмиграции. Образ большевистской угрозы в подготовке гитлеровской агрессии. Антисоветская пропаганда эпохи Холодной войны. Мифологемы и центры распространения современной русофобии.	2		ОК 04, ОК 06
	2	Назначение ООН, НАТО, ЕС и др. Агрессия стран НАТО против Сербской Республики. Локальные, национальные и территориальные конфликты в РФ. Изменения в территориальном устройстве РФ, образование новых субъектов РФ	2		ОК 04, ОК 06
	Практические занятия		**2**		ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 06
	3	**Практическое занятие № 4**: «Моя малая родина»			
	Самостоятельная работа		**1**		ОК 02, ОК 04, ОК 06
	- подготовка к практическому занятию				
Тема 15. Слава русского оружия	*Содержание учебного материала*		*2*		ОК 04, ОК 06
	1	Ранние этапы истории российского оружейного дела: государев пушечный двор, тульские оружейники. Значение военно-промышленного комплекса в истории экономической модернизации Российской Империи: Путиловский и Обуховский заводы, развитие авиации. Сталинская индустриализация. Пятилетки. ВПК в эпоху Великой Отечественной Войны – всё для фронта, всё для победы. Космическая отрасль, авиация, ракетостроение, кораблестроения. Современный российский ВПК и его новейшие разработки.			
Тема 16. Россия в деле	*Содержание учебного материала*		*2*		ОК 04, ОК 06
	1	Высокие технологии. Энергетика. Сельское хозяйство. Освоение Арктики. Развитие сообщений – дороги и мосты. Космос. Перспективы импортозамещения и технологических рывков.			
		Дифференцированный зачет	**2**		
		ВСЕГО:	**52**	**0**	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Материально-техническое обеспечение

Реализация рабочей программы дисциплины проходит в учебном кабинете социально-гуманитарных дисциплин.

Оборудование кабинета:

- Персональный компьютер в сборе (Процессор: Ryzen3 3 5300G (либо аналог, 4 ядра и 4-8 потоков) Оперативная память: 8gb DDR4 3200 Mhz Накопитель: 256GB ssd.) – 1 шт.
- Короткофокусный проектор Optoma X309ST – 1 шт.
- Стол ученический Классик двухместный регулируемый, №4-6 СУР А.02.46 проект НМ-035.04.02 – 10 шт.
- Стул ученический Стандарт, №4-6 СТУР А 02.46.Ф проект НМ-035.30.02 – 19 шт.
- Учебная маркерная доска белая – 1 шт.

3.2. Учебно-методическое обеспечение

По дисциплине СГ.01. История России разработана учебно-методическая документация:

- рабочая программа дисциплины;
- оценочные материалы;
- методические указания по выполнению заданий на практических занятиях;
- методические указания по выполнению самостоятельной работы.

3.3. Информационное обеспечение обучения

Литература:

1. Зуев М. Н. История России до XX века : учебник и практикум для среднего профессионального образования / М. Н. Зуев, С. Я. Лавренов. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 353 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-17066-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/532333 (дата обращения: 12.01.2024).

2. Зуев М. Н. История России XX - начала XXI века : учебник и практикум для среднего профессионального образования / М. Н. Зуев, С. Я. Лавренов. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 419 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-17067-2.

— Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/532334 (дата обращения: 12.01.2024).

3. Некрасова М. Б. История России : учебник и практикум для среднего профессионального образования / М. Б. Некрасова. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 436 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15987-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/517841 (дата обращения: 12.01.2024).

4. Сафонов А. А. История (конец XX — начало XXI века) : учебник для среднего профессионального образования / А. А. Сафонов, М. А. Сафонова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 284 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16116-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/530451 (дата обращения: 12.01.2024).

5. Сафонов А. А. История: международные конфликты в XXI веке : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. А. Сафонов, М. А. Сафонова. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 415 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15564-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/517624 (дата обращения: 12.01.2024).

Электронные образовательные ресурсы:

Сайты, блоги, электронные библиотеки

1. РИО.Компас - Образовательно-просветительский портал. Проект «РИО.Компас» – крупнейшая библиотека онлайн-ссылок на верифицированные исторические материалы, размещенные в Рунете. Это навигатор, позволяющий оперативно находить информационные и образовательные материалы, в том числе текстовые, видео- и аудио-материалы, по отечественной истории. [Электронный ресурс]. URL:Compas (historyrussia.org)

Дополнительная электронная литература/учебные пособия, материалы, статьи

1. Русский биографический словарь. [Электронный ресурс]. URL: http://www.rulex.ru

2. Карты РИО.Компас - Образовательно-просветительский портал. [Электронный ресурс]. URL: Compas (historyrussia.org) https://compass.historyrussia.org/maps?pg=1&pp=20&st=name

3.Таблицы и схемы по истории. [Электронный ресурс]. URL: История (infotables.ru)

Видеоматериалы/ виртуальные музеи/интерактивные презентации

1. Видео. Подборка документальных фильмов РИО. Компас. Образовательно-просветительский портал. [Электронный ресурс]. URL: https://compass.historyrussia.org/filter_query_all?pg=1&pp=20&st=views

2. Центр дополнительного образования РГПУ им. А. И. Герцена. Открытые видео лекции по истории. [Электронный ресурс]. URL: Видео лекции Курс: История (herzen.edu.ru)

Тренажеры/ тесты/ кейсы/ материал для практикума/ бесплатные онлайн курсы

1. История России. Даты. [Электронный ресурс]. URL: Карточки История России. Даты | Quizlet

2.Ответы на тесты по предмету История России (277 вопросов) [Электронный ресурс]. URL: Ответы на тесты по предмету История России | 277 вопросов и ответов | Тест на 5 (testna5.ru)

4 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка запланированных результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе текущего контроля знаний, проверки выполнения заданий практических занятий и самостоятельной работы, а также во время промежуточной аттестации.

Оценка качества подготовки обучающихся осуществляется через оценку знаний, умений по дисциплине и оценку сформированности компетенций.

Результаты обучения (знания, умения)	**Формы и методы контроля и оценки результатов обучения**	
	Текущий контроль	**Промежуточная аттестация**
уметь:		
$У_1$ - ориентироваться в современной экономической, политической и культурной ситуации в России и мире;	- оценка выполнения заданий на практических занятиях; - оценка участия обучающегося в беседе; - оценка выполнения самостоятельной работы	- дифференцированный зачет
$У_2$ - выявлять взаимосвязь отечественных, региональных, мировых социально-экономических, политических и культурных проблем;		
знать:		
$З_1$ - основные периоды истории Российского государства, ключевые социально-экономические процессы, а также даты важнейших событий отечественной истории	- оценка выполнения заданий на практических занятиях; - оценка участия обучающегося в беседе; - устный опрос; - оценка выполнения заданий самостоятельной работы	- дифференцированный зачет
$З_2$ - имена героев Первой мировой, Гражданской, Великой Отечественной войн, исторических личностей, внесших значительный вклад в социально-экономическое, политическое и культурное развитие России в XX – начале XXI века		
$З_3$ - сущность и причины локальных, региональных, межгосударственных конфликтов в конце XX – начале XXI в.;		
$З_4$ - роли России в мировых политических и социально-экономических процессах с древнейших времен до настоящего времени;		
$З_5$ - назначение ООН, НАТО, ЕС и других организаций и основные направления их деятельности;		
$З_6$ - о роли науки, культуры и религии в сохранении укреплении национальных и государственных традиций;		
$З_7$ - содержание и назначение важнейших правовых и законодательных актов мирового и регионального значения		

Оценка ***общих компетенций (ОК)***:

Результат (общие компетенции)	*Основные показатели*
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.	- осуществляет поиск информации в сети Интернет и различных электронных носителях - извлекает информацию с электронных носителей - использует средства ИТ для обработки и хранения информации - представляет информацию в различных формах с использованием разнообразного программного обеспечения - создает презентации в различных формах
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команд	- устанавливает позитивный стиль общения - выбирает стиль общения в соответствии с ситуацией - признает чужое мнение - при необходимости отстаивает собственное мнение - принимает критику - ведет деловую беседу в соответствии с этическими нормами - соблюдает официальный стиль при оформлении документов - составляет отчеты, задания в соответствии с запросом и предъявляемыми требованиями - оформляет документы в соответствии с нормативными актами - выполняет письменные и устные рекомендации преподавателя - способен к эмпатии - организует коллективное обсуждение рабочей ситуации
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	- умеет передавать информацию другому человеку - способен правильно формулировать свои мысли в устной и письменной формах - способен оценить уровень своих знаний по дисциплине
ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, *применять стандарты антикоррупционного поведения*[2].	- ведет деловую беседу в соответствии с этическими нормами - признает чужое мнение - способен к эмпатии - не обманывает - старается выполнять задания сам, не прибегая к помощи других

Критерии и методы оценки освоения дисциплины отражены в оценочных материалах.

[2] *Выделенное курсивом не формируется в рамках данной дисциплины*

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

ИСТОРИЯ РОССИИ

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

по выполнению заданий на практических занятиях

для специальности 42.02.01 Реклама

Якутск, 2024

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г.)

Методические указания составлены в соответствии с рабочей программой по дисциплине СГ.01. История России

Разработчик: АНО СПО «Цифровой колледж Синергия»

Составитель:
Халыева А.Ю., преподаватель

1.Пояснительная записка

Дисциплина СГ.01. История России является обязательной дисциплиной социально-гуманитарного учебного цикла и изучается в течение одного семестра.

В результате освоения дисциплины СГ.01. История России обучающиеся должны **уметь:**

$У_1$ - ориентироваться в современной экономической, политической и культурной ситуации в России и мире;

$У_2$ - выявлять взаимосвязь отечественных, региональных, мировых социально-экономических, политических и культурных проблем;

знать:

$З_1$ - основные периоды истории Российского государства, ключевые социально-экономические процессы, а также даты важнейших событий отечественной истории;

$З_2$ - имена героев Первой мировой, Гражданской, Великой Отечественной войн, исторических личностей, внесших значительный вклад в социально-экономическое, политическое и культурное развитие России в XX – начале XXI века;

$З_3$ - сущность и причины локальных, региональных, межгосударственных конфликтов в конце XX – начале XXI в.;

$З_4$ - роли России в мировых политических и социально-экономических процессах с древнейших времен до настоящего времени;

$З_5$ - назначение ООН, НАТО, ЕС и других организаций и основные направления их деятельности;

$З_6$ - о роли науки, культуры и религии в сохранении укреплении национальных и государственных традиций;

$З_7$ - содержание и назначение важнейших правовых и законодательных актов мирового и регионального значения.

с целью овладения **общими компетенциями (ОК)**:

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

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команд

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.

ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, *применять стандарты антикоррупционного поведения*[1].

---

[1] *Выделенное курсивом не формируется в рамках данной дисциплины*

Количество часов на практические занятия – **8** часов.

Требования к выполнению практических работ

Практические задания выполняются обучающимися в обязательном порядке по указанию преподавателя.

Работы выполняются в рабочей тетради и сдаются для проверки преподавателю. Полученная оценка выставляется в журнал и учитывается при освоении учебной дисциплины в целом.

Методические указания по выполнению практических работ по учебной дисциплине составлены в помощь обучающимся по следующим разделам/темам:

Наименование тем	Тема практического занятия	Кол-во часов
Тема 8. Гибель империи	Практическое занятие №1 Октябрьская революция и её значение в мировой истории	2
Тема 10. Вставай, страна огромная	Практическое занятие №2 Ялтинская конференция и её роль в формировании многополярного мира.	2
Тема 12. От перестройки к кризису, от кризиса к возрождению	Практическое занятие №3 Распад СССР как геополитическая катастрофа, его значение.	2
Тема 14. История антироссийской пропаганды	Практическое занятие №4 Моя малая родина	2
	ИТОГО:	**8**

Критерии оценивания выполненных заданий

Работа оценивается по 5 балльной шкале:

Оценка «**отлично»** ставится, если студент выполнил работу в полном объеме с соблюдением необходимой последовательности действий; в ответе правильно и аккуратно выполняет все записи, таблицы, рисунки, чертежи, графики, вычисления; правильно выполняет анализ ошибок.

Оценка **«хорошо»** ставится, если студент выполнил требования к оценке "5", но допущены 2-3 недочета.

Оценка **«удовлетворительно»** ставится, если студент выполнил работу не полностью, но объем выполненной части таков, что позволяет получить правильные результаты и выводы; в ходе проведения работы были допущены ошибки.

Оценка **«неудовлетворительно»** ставится, если студент выполнил работу не полностью или объем выполненной части работы не позволяет сделать правильных выводов

Практическое занятие № 1
Октябрьская революция и её значение в мировой истории

Капитан земли

Еще никто
Не управлял планетой,
И никому
Не пелась песнь моя.
Лишь только он,
С рукой своей воздетой,
Сказал, что мир —
Единая семья.
Не обольщен я
Гимнами герою,
Не трепещу
Кровопроводом жил.
Я счастлив тем,
Что сумрачной порою
Одними чувствами
Я с ним дышал
И жил.
Не то что мы,
Которым все так
Близко,—
Впадают в диво
И слоны…
Как скромный мальчик
Из Симбирска
Стал рулевым
Своей страны.
Средь рева волн
В своей расчистке,
Слегка суров
И нежно мил,
Он много мыслил
По-марксистски,
Совсем по-ленински
Творил.
Нет! Это не разгулье
Стеньки! Не пугачевский
Бунт и трон!
Он никого не ставил
К стенке.
Все делал
Лишь людской закон.
Он в разуме,
Отваги полный,
Лишь только прилегал
К рулю,
Чтобы об мыс
Дробились волны,
Простор давая
Кораблю.
Он — рулевой
И капитан,
Страшны ль с ним
Шквальные откосы?
Ведь, собранная
С разных стран,
Вся партия его —
Матросы.
Не трусь,
Кто к морю не привык:
Они за лучшие
Обеты
Зажгут,
Сойдя на материк,
Путеводительные светы.
Тогда поэт
Другой судьбы,
И уж не я,
А он меж вами
Споет вам песню
В честь борьбы
Другими,
Новыми словами.
Он скажет:
«Только тот пловец,
Кто, закалив
В бореньях душу,
Открыл для мира наконец
Никем не виданную Сушу».

17 января 1925, Батум

Сергей Есенин

Цель:

- сформировать умение ориентироваться в современной экономической, политической и культурной ситуации в России и мире;
- научиться выявлять взаимосвязь отечественных, региональных, мировых социально-экономических, политических и культурных проблем.

Литература: учебник [1], источники Интернет

Время выполнения работы – 2 часа

ПОРЯДОК ВЫПОЛНЕНИЯ:

1. **Схематично восстановите ход** Октябрьской революции.

2. **Прочитайте декрет о мире, выпишете основные положения:**

- Заключение чего там провозглашалось и на каких условиях?
- Что по этому декрету означало продолжение войны?
- Был провозглашён отказ от чего?

3. **Прочитайте декрет о земле, выпишете основные положения:**

Что отменялось?
Что запрещалось? (как минимум два пункта)
Что передавалось государству?

4. **Прочитайте учебник** и источники Интернет-ресурса, **заполните таблицу** 1.

Таблица 1 - Сравнение Февральской и Октябрьской революций по основным показателям

Линия сравнения	Февральская революция	Октябрьская революция
Наличие плана проведения		
Руководящая партия		
Характер (мирный или немирный)		
Поддержка обществом		

5. Прослушайте сообщения обучающихся группы и кратко запишите основные моменты их выступлений.

6. Прочитайте статью учебника и источники Интернет-ресурса заполните таблицу 2.

Примечание. В.И.Ленин отрицательно относился к институтам буржуазного общества: частной собственности, парламенту, гражданским свободам, праву

т.к. считал, что без материального равенства они служат интересам имущих классов.

Таблица 2 - Ленинский план социалистических преобразований и его реализация

Мероприятия	**Реализация**
Ликвидация помещичьего землевладения. Передача земли в использование крестьянам	
Введение рабочего контроля и рабочего законодательства	
Решение вопроса о мире	
Формирование органов власти	
Создание судебной системы	
Создание армии и милиции	

ДЕКРЕТ О МИРЕ

принятый единогласно на заседании Всероссийского съезда Советов рабочих, солдатских и крестьянских депутатов 26 октября1917 г.

Рабочее и Крестьянское правительство, созданное революцией 24-25 октября и опирающееся на Советы рабочих, солдатских и крестьянских депутатов, предлагает всем воюющим народам и их правительствам начать немедленно переговоры о справедливом демократическом мире.

Справедливым или демократическим миром, которого жаждет подавляющее большинство истощенных, измученных и истерзанных войной рабочих и трудящихся классов всех воюющих стран, – миром, которого самым определенным и настойчивым образом требовали русские рабочие и крестьяне после свержения царской монархии, – таким миром Правительство считает немедленный мир без аннексий (т.е. без захвата чужих земель, без насильственного присоединения чужих народностей) и без контрибуций.

Такой мир предлагает Правительство России заключить всем воюющим народам немедленно, выражая готовность сделать без малейшей оттяжки тотчас же все решительные шаги впредь до окончательного утверждения всех условий такого мира полномочными собраниями народных представителей всех стран и всех наций.

Под аннексией или захватом чужих земель Правительство понимает сообразно правовому сознанию демократии вообще и трудящихся классов в особенности всякое присоединение к большому или сильному государству малой или слабой народности без точно, ясно и добровольно выраженного согласия и желания этой народности, независимо от того, когда это насильственное присоединение совершено, независимо также от того, на сколько развитой или отсталой является насильственно присоединяемая или насильственно удерживаемая в границах данного государства нация.

Независимо, наконец, от того, в Европе или в далеких заокеанских странах эта нация живет. Если какая бы то ни было нация удерживается в границах данного государства насилием, если ей, вопреки выраженному с ее стороны

желанию – все равно, выражено ли это желание в печати, в народных собраниях, в решениях партий или возмущениях и восстаниях против национального гнета – не предоставляется права свободным голосованием, при полном выводе войска присоединяющей или вообще более сильной нации, решить без малейшего принуждения вопрос о формах государственного существования этой нации, то присоединение ее является аннексией, т.е. захватом и насилием.

Продолжать эту войну из-за того, как разделить между сильными и богатыми нациями захваченные ими слабые народности, Правительство считает величайшим преступлением против человечества и торжественно заявляет свою решимость немедленно подписать условия мира, прекращающего эту войну на указанных, равно справедливых для всех без изъятия народностей условиях.

Вместе с тем правительство заявляет, что оно отнюдь не считает вышеуказанных условий мира ультимативными, т.е. соглашается рассмотреть и всякие другие условия мира, настаивая лишь на возможно более быстром предложении их какой бы то ни было воюющей страной и на полнейшей ясности, на безусловном исключении всякой двусмысленности и всякой тайны при предложении условий мира.

Тайную дипломатию Правительство отменяет, со своей стороны выражая твердое намерение вести все переговоры совершенно открыто перед всем народом, приступая немедленно к полному опубликованию тайных договоров, подтвержденных или заключенных правительством помещиков и капиталистов с февраля по 25 октября 1917 г. Все содержание этих тайных договоров, поскольку оно направлено, как это в большинстве случаев бывало, к доставлению выгод и привилегий русским помещикам и капиталистам, к удержанию или увеличению аннексий великороссов, Правительство объявляет безусловно и немедленно отмененным.

Обращаясь с предложением к правительствам и народам всех стран начать немедленно открытые переговоры о заключении мира, Правительство выражает с своей стороны готовность вести эти переговоры как посредством письменных сношений, по телеграфу, таки путем переговоров между представителями разных стран или на конференции таковых представителей. Для облегчения таких переговоров Правительство назначает своего полномочного представителя в нейтральные страны.

Правительство предлагает всем правительствам и народам всех воюющих стран немедленно заключить перемирие, причем со своей стороны считает желательным, чтобы это перемирие было заключено не меньше как на три месяца, т.е. на такой срок, в течение которого вполне возможно как завершение переговоров о мире с участием представителей всех без изъятия народностей или наций, втянутых в войну или вынужденных к участию в ней, так равно и созыв полномочных собраний народных представителей всех стран для окончательного утверждения условий мира.

Обращаясь с этим предложением мира к правительствам и народам всех воюющих стран, Временное рабочее и крестьянское правительство России обращается также в особенности к сознательным рабочим трех самых передовых

наций человечества и самых крупных участвующих в настоящей войне государств, Англии, Франции и Германии. Рабочие этих стран оказали наибольшие услуги делу прогресса и социализма, и великие образцы чартистского движения в Англии, ряд революций, имевших всемирно-историческое значение, совершенных французским пролетариатом, наконец, в геройской борьбе против исключительного закона в Германии и образцовой для рабочих всего мира длительной, упорной дисциплинированной работе создания массовых пролетарских организаций Германии – все эти образцы пролетарского героизма и исторического творчества служат нам порукой за то, что рабочие названных стран поймут лежащие на них теперь задачи освобождения человечества от ужасов войны и ее последствий, что эти рабочие всесторонней решительной и беззаветно энергичной деятельностью своей помогут нам успешно довести до конца дело мира и вместе с тем дело освобождения трудящихся и эксплуатируемых масс населения от всякого рабства и всякой эксплуатации.

Председатель Совета Народных Комиссаров
Владимир Ульянов-Ленин

ДЕКРЕТ О ЗЕМЛЕ СЪЕЗДА СОВЕТОВ РАБОЧИХ И СОЛДАТСКИХ ДЕПУТАТОВ
(принят на заседании 26 октября в 2 час. ночи)

1) Помещичья собственность на землю отменяется немедленно без всякого выкупа.
2) Помещичьи имения, равно как все земли удельные, монастырские, церковные, со всем их живым и мертвым инвентарем, усадебными постройками и всеми принадлежностями переходят в распоряжение волостных земельных комитетов и уездных Советов крестьянских депутатов, впредь до Учредительного собрания.
3) Какая бы то ни было порча конфискуемого имущества, принадлежащего отныне всему народу, объявляется тяжким преступлением, караемым революционным судом. Уездные Советы крестьянских депутатов принимают все необходимые меры для соблюдения строжайшего порядка при конфискации помещичьих имений, для определения того, до какого размера участки и какие именно подлежат конфискации, для составления точной описи всего конфискуемого имущества и для строжайшей революционной охраны всего переходящего народу хозяйства на земле со всеми постройками, орудиями, скотом, запасами продуктов и проч.
4) Для руководства по осуществлению великих земельных преобразований, впредь до окончательного их решения Учредительным собранием, должен повсюду служить следующий крестьянский наказ, составленный на основании 242 местных крестьянских наказов редакцией «Известий Всероссийского Совета Крестьянских Депутатов» и опубликованный в номере 88 этих «Известий» (Петроград, номер88, 19 августа 1917 г.).

О земле

Вопрос о земле, во всем его объеме, может быть разрешен только всенародным Учредительным собранием. Самое справедливое разрешение земельного вопроса должно быть таково:

1) ***Право частной собственности на землю отменяется навсегда;*** *земля не может быть ни продаваема, ни покупаема, ни сдаваема в аренду, либо в залог, ни каким-либо другим способом отчуждаема. Вся земля:* ***государственная, удельная, кабинетская, монастырская, церковная, посессионная, майоратная, частновладельческая, общественная и крестьянская и т.д., отчуждается безвозмездно,*** *обращается в всенародное достояние и переходит в пользование всех трудящихся на ней. За пострадавшими от имущественного переворота признается лишь право на общественную поддержку на время, необходимое для приспособления к новым условиям существования.*

2) Все недра земли: руда, нефть, уголь, соль и т.д., а также леса и воды, имеющие общегосударственное значение, переходят в исключительное пользование государства. Все мелкие реки, озера, леса и проч. переходят в пользовании общин, при условии заведывания ими местными органами самоуправления.

3) Земельные участки с ***высококультурными*** *хозяйствами: сады, плантации, рассадники, питомники, оранжереи и т. под.* ***не подлежат разделу, а превращаются в показательные*** *и передаются в исключительное пользование* ***государства или общин****, в зависимости от размера и значения их. Усадебная, городская и сельская земля, с домашними садами и огородами, остается в пользовании настоящих владельцев, причем размер самих участков и высота налога за пользование ими определяется законодательным порядком.*

4) Конские заводы, казенные и частные племенные скотоводства и птицеводства и проч. конфискуются, обращаются во всенародное достояние и переходят либо в исключительное пользование государства, либо общины, в зависимости от величины и значения их. Вопрос о выкупе подлежит рассмотрению Учредительного собрания.

5) Весь хозяйственный инвентарь конфискованных земель, живой и мертвый, переходит в исключительное пользование государства или общины, в зависимости от величины и значения их, без выкупа. Конфискация инвентаря не касается малоземельных крестьян.

6) Право пользования землей получают все граждане (безразличия пола) Российского государства, желающие обрабатывать ее своим трудом, при помощи своей семьи, или в товариществе, и только до той поры, пока они в силах ее обрабатывать. Наемный труд не допускается. При случайном бессилии какого-либо члена сельского общества в продолжение 2 лет, сельское общество обязуется, довосстановления его трудоспособности, на этот срок прийти к нему на помощь путем общественной обработки земли. Земледельцы, вследствие старости или инвалидности утратившие навсегда возможность лично обрабатывать землю, теряют право на пользование ею, но взамен того получают от государства пенсионное обеспечение.

7) Землепользование должно быть уравнительным, т.е. земля распределяется между трудящимися, смотря по местным условиям, по трудовой

или потребительной норме. Формы пользования землей должны быть совершенно свободны, подворная, хуторская, общинная, артельная, как решено будет в отдельных селениях и поселках.

8) Вся земля, по ее отчуждении, поступает в общенародный земельный фонд. Распределением ее между трудящимися заведуют местные и центральные самоуправления, начиная от демократически организованных бессословных сельских и городских общин и кончая центральными областными учреждениями. Земельный фонд подвергается периодическим переделам в зависимости от прироста населения и поднятия производительности и культуры сельского хозяйства.

При изменении границ наделов первоначальное ядро надела должно остаться неприкосновенным. Земля выбывающих членов поступает обратно в земельный фонд, причем преимущественное право на получение участков выбывших членов получают ближайшие родственники их и лица по указанию выбывших. Вложенная в землю стоимость удобрения и мелиорации (коренные улучшения), поскольку они не использованы при сдаче надела обратно в земельный фонд, должны быть оплачены. Если в отдельных местностях наличный земельный фонд окажется недостаточным для удовлетворения всего местного населения, то избыток населения подлежит переселению. Организацию переселения, равно как и расходы по переселению и снабжению инвентарем и проч., должно взять на себя государство. Переселение производится в следующем порядке: желающие безземельные крестьяне, затем порочные члены общины, дезертиры и проч. и, наконец, по жребию, либо по соглашению.

Все содержащееся в этом наказе, как выражение безусловной воли огромного большинства сознательных крестьян всей России, объявляется временным законом, который впредь до Учредительного собрания проводится в жизнь по возможности немедленно, а в известных своих частях с той необходимой постепенностью, которая должна определяться уездными Советами крестьянских депутатов. Земли рядовых крестьян и рядовых казаков не конфискуются.

Председатель Совета Народных Комиссаров
Владимир Ульянов-Ленин

Практическое занятие № 2
Ялтинская конференция и её роль в формировании многополярного мира

Цель:

- сформировать умение ориентироваться в современной экономической, политической и культурной ситуации в России и мире;
- научиться выявлять взаимосвязь отечественных, региональных, мировых социально-экономических, политических и культурных проблем

Литература: учебник [1], источники Интернет

Время выполнения работы – 2 часа



ПОРЯДОК ВЫПОЛНЕНИЯ:

1. Прочитайте текст, учебник и воспользуйтесь ресурсами Интернет **заполните таблицу 1.**

Таблица 1 - «результаты Ялтинской конференции»

Страна	Территориальные изменения	Политическое устройство
Германия		
Польша		
Югославия		
Греция		
Япония		

2. Прослушайте сообщения обучающихся группы и кратко запишите основные моменты их выступлений

3. Используя следующий текст, параграф учебника, **зарисуйте на карте положение сил в Европе.**

В 1943 году на Тегеранской конференции Франклин Рузвельт, Иосиф Сталин и Уинстон Черчилль обсуждали в основном проблему достижения победы над Третьим рейхом, на Потсдамской в июле–августе 1945 года союзники решали вопросы мирного обустройства и раздела Германии, а в Ялте принимались основные решения о будущем разделе мира между странами-победительницами.

К тому моменту победа над Германией была лишь вопросом времени, и война вступила в завершающую стадию. Судьба Японии тоже не вызывала особых сомнений, поскольку США уже контролировали почти весь Тихий океан. Союзники понимали, что у них уникальный шанс распорядиться историей Европы по-своему, поскольку впервые в истории практически вся Европа находилась в руках всего трёх государств.

Все решения конференции касались двух проблем.

Во-первых, требовалось провести новые государственные границы на территории, ещё недавно оккупированной Третьим рейхом. Одновременно нужно было установить неофициальные, но общепризнанные всеми сторонами демаркационные линии между сферами влияния союзников — дело, которое было начато ещё на Тегеранской конференции.

Во-вторых, союзники осознавали, что после исчезновения общего врага вынужденное объединение Запада и СССР потеряет какой-либо смысл, а поэтому следовало создать процедуры, гарантирующие неизменность проведённых на карте мира разграничительных линий.

Передел границ

В этом вопросе Рузвельт, Черчилль и Сталин, пойдя на взаимные уступки, пришли к соглашению практически по всем пунктам. В результате конфигурация политической карты мира претерпела существенные территориальные изменения[1].

Польша

«Польский вопрос» на конференции являлся одним из самых сложных и дискуссионных. На его обсуждение было затрачено 10 000 слов — это 24 % всех слов, произнесённых в Ялте[2]. Но результаты такого обсуждения оказались малоудовлетворительными. Это связано со следующими аспектами польской проблемы.

Польша, которая перед войной была крупнейшей страной Центральной Европы, резко уменьшилась и сдвинулась к западу и северу. До 1939 года её восточная граница находилась практически под Киевом и Минском, да к тому же поляки владели Виленским регионом, который теперь вошёл в состав Литвы. Западная же граница с Германией находилась восточнее Одера, при этом большая часть балтийского побережья также принадлежала Германии. На востоке довоенной исторической территории Польши поляки являлись национальным меньшинством среди украинцев и белорусов, тогда как часть территорий на западе и севере, населённых поляками, находилась под германской юрисдикцией[3].

СССР получил западную границу с Польшей по «линии Керзона», установленной ещё в 1920 году, с отступлением от неё в некоторых районах от 5 до 8 км в пользу Польши. Фактически граница вернулась к положению на момент раздела Польши между Германией и СССР в 1939 году по Договору о дружбе и границе между СССР и Германией, основным отличием от которого стала передача Польше Белостокского региона.

Хотя Польша к началу февраля 1945 года в результате наступления советских войск уже находилась под властью временного правительства в Варшаве, признанного правительствами СССР и Чехословакии (Эдварда Бенеша), в Лондоне находилось польское правительство в изгнании (премьер-министр Томаш Арчишевский), которое не признало решения Тегеранской конференции о линии Керзона и потому не могло, по мнению СССР, США и Великобритании, претендовать на власть в стране после окончания войны. Разработанная 1 октября 1943 года инструкция правительства в изгнании для Армии Крайовой содержала в себе следующие инструкции на случай несанкционированного польским правительством вступления советских войск на довоенную территорию Польши: «Польское правительство направляет протест Объединённым нациям против нарушения польского суверенитета — вследствие вступления Советов на территорию Польши без согласования с польским правительством — одновременно заявляя, что страна с Советами взаимодействовать не будет. Правительство одновременно предостерегает, что в случае ареста представителей подпольного движения и каких-либо репрессий против польских граждан подпольные организации перейдут к самообороне».

Союзники в Крыму осознавали, что «Новое положение создалось в Польше в результате полного освобождения её Красной Армией». Сталин в Крыму сумел добиться от союзников согласия на создание нового правительства в самой Польше — «Временного правительства национального единства», на базе Временного правительства Польской Республики «с включением демократических деятелей из самой Польши и поляков из-за границы». Это означало политическое

банкротство польского эмигрантского правительства и его подпольных структур в Польше. Это решение, реализованное в присутствии советских войск, позволило СССР в дальнейшем сформировать в Варшаве устраивающий его политический режим, в результате чего столкновения между прозападными и прокоммунистическими формированиями в этой стране были решены в пользу последних.

Германия

Было принято принципиальное решение об оккупации и разделе Германии на оккупационные зоны и о выделении Франции своей зоны (март 1945 г.).

Конкретное урегулирование вопроса относительно зон оккупации Германии было достигнуто ещё до крымской конференции и зафиксировано в «Протоколе Соглашения между правительствами СССР, США и Соединённого Королевства о зонах оккупации Германии и об управлении „Большим Берлином“» от 12 сентября 1944.

Это решение предопределило раскол страны на долгие десятилетия. 23 мая 1949 года была введена в действие Конституция Федеративной Республики Германии, ранее подписанная представителями трёх западных держав. 7 сентября 1949 года первая сессия западногерманского парламента провозгласила создание нового государства (кроме Эльзаса и Лотарингии, вошедших в состав Франции). В ответ 7 октября 1949 на территории советской оккупационной зоны была образована Германская Демократическая Республика. Шла речь также об отделении Восточной Пруссии (позже, уже после Потсдамской конференции, состоявшейся в июле-августе 1945 года, на 1/3 этой территории была создана нынешняя Калининградская область).

Участники Ялтинской конференции заявили, что их непреклонной целью является уничтожить германский милитаризм и нацизм и создать гарантии того, что «Германия никогда больше не будет в состоянии нарушить мир», «разоружить и распустить все германские вооружённые силы и навсегда уничтожить германский генеральный штаб», «изъять или уничтожить всё германское военное оборудование, ликвидировать или взять под контроль всю германскую промышленность, которая могла бы бытьиспользована для военного производства; подвергнуть всех преступников войны справедливому и быстрому наказанию; стереть с лица земли нацистскую партию, нацистские законы, организации и учреждения; устранить всякое нацистское и милитаристическое влияние из общественных учреждений, из культурной и экономической жизни германского народа». Вместе с тем в коммюнике конференции подчёркивалось, что после искоренения нацизма и милитаризма германский народ сможет занять достойное место в сообществе наций[4].

Балканы

Был обсуждён и извечный балканский вопрос — в частности, ситуация в Югославии и Греции. Считается, что ещё в октябре 1944 г. Сталин позволил Великобритании решать судьбу греков, в результате чего позднее столкновения между коммунистическими и прозападными формированиями в этой стране были решены в пользу последних. С другой стороны, было фактически признано, что

власть в Югославии получит НОАЮ ИосипаБроз Тито, которому было рекомендовано взять в правительство «демократов».

Декларация об Освобождённой Европе

В Ялте была также подписана Декларация об Освобождённой Европе, определившая принципы политики победителей на отвоёванных у противника территориях. Она предполагала, в частности, восстановление суверенных прав народов этих территорий, а также право союзников совместно «помогать» этим народам «улучшать условия» для осуществления этих самых прав. В декларации говорилось: «Установление порядка в Европе и переустройство национально-экономической жизни должно быть достигнуто таким путём, который позволит освобождённым народам уничтожить последние следы нацизма и фашизма и создать демократические учреждения по их собственному выбору».

Идея о совместной помощи так и не стала реальностью: каждая держава-победительница имела власть лишь на тех территориях, где были размещены её войска. В результате каждый из бывших союзников в войне начал по её окончании старательно поддерживать своих собственных идеологических союзников. Европа за несколько лет разделилась на социалистический лагерь и Западную Европу, где Вашингтон, Лондон и Париж пытались противостоять коммунистическим настроениям.

Репарации

В очередной раз был поднят вопрос о репарациях. Однако союзники так и не смогли окончательно определить сумму компенсаций. Было решено лишь, что США и Великобритания отдадут Москве 50 процентов всех репараций.

Дальний Восток

Отдельным документом была принципиально решена судьба Дальнего Востока. В обмен на вступление в войну с Японией через 2–3 месяца после окончания войны в Европе СССР получал Курильские острова и Южный Сахалин, аннексированные ещё в русско-японской войне; за Монголией признавался статус независимого государства. Советской стороне также были обещаны в аренду Порт-Артур и Китайско-Восточная железная дорога (КВЖД).

ООН

В Ялте была начата реализация идеи новой Лиги Наций. Союзникам требовалась межгосударственная организация, способная предотвратить попытки изменить установленные границы сфер влияния. Именно на конференциях победителей в Тегеране и Ялте и на промежуточных переговорах в Думбартон-Оксе была сформирована идеология Организации Объединённых Наций.

Было условлено, что в основу деятельности ООН при решении кардинальных вопросов обеспечения мира будет положен принцип единогласия великих держав — постоянных членов Совета Безопасности, имеющих право вето.

Сталин добился согласия партнёров на то, чтобы в числе учредителей и членов ООН был не только СССР, но и как наиболее пострадавшие от войны Украинская ССР и Белорусская ССР. И именно в ялтинских документах появилась дата «25

апреля 1945 года» — дата начала Сан-Францисской конференции, которой было предназначено выработать Устав ООН.

ООН стала символом и формальным гарантом послевоенного мироустройства, авторитетной и иногда даже достаточно эффективной организацией в разрешении межгосударственных проблем. При этом страны-победители и впредь предпочитали решать действительно серьёзные вопросы своих взаимоотношений путём двусторонних переговоров, а не в рамках ООН. ООН также не смогла помешать войнам, которые и США, и СССР вели в последующие десятилетия.



Практическое занятие №3.
Распад СССР как геополитическая катастрофа, его значение

Цель:

- сформировать умение ориентироваться в современной экономической, политической и культурной ситуации в России и мире;
- научиться выявлять взаимосвязь отечественных, региональных, мировых социально-экономических, политических и культурных проблем

Литература: учебник [1], источники Интернет

Время выполнения работы – 2 часа

По мнению президента Российской Федерации Владимира Владимировича Путина, распад СССР стал крупнейшей геополитической катастрофой XX века. Попробуем разобраться в этой проблеме.

ПОРЯДОК ВЫПОЛНЕНИЯ:

1. **Используя текст** учебника, **запишите не менее 10 причин** распада СССР.

2. Прослушайте сообщения обучающихся группы и кратко запишите основные моменты их выступлений.

3. Заполните таблицу по основным вооружённым конфликтам на постсоветском пространстве:

1. Вооружённый конфликт в Приднестровье
2. Грузино-абхазский конфликт
3. Грузино-южноосетинский конфликт
4. Карабахский конфликт
5. Молдавско-гагаузский конфликт
6. Гражданская война в Таджикистане
7. Вооружённый конфликт на востоке Украины
8. Чеченский конфликт
9. Баткенские события
10. Бои в Раштском районе Таджикистана (2010)
11. Гражданская война в Грузии
12. Засада на колонну правительственных войск Таджикистана в ущелье Камароб.
13. Осетино-ингушский конфликт
14. Хорогские события (2012)

Таблица 1 – Основные вооруженные конфликты

Территория конфликта	Даты	Противоборствующие стороны	Предмет спора	Причины конфликта
Грузия-Абхазия	1990-2008 гг.	Грузия, Евросоюз - Абхазия	Самоопределение бывшей Абхазской автономной республики в составе Грузии	Политические, этнические

Взгляды политологов на истинные причины развала СССР

1. Версия о естественных причинах развала Советского Союза

Политологи, придерживающиеся версии о том, что истинные причины развала СССР носили естественный характер, указывают на ряд проблем, стоявших перед Советским Союзом в 1980-е годы.

Например, бывший глава правительства Российской Федерации Евгений Примаков в статье «Почему скончался СССР?». Которую он поместил в сборнике «Мысли вслух», указывает на то, что глубинные экономические причины произошедшего в период перестройки краха СССР заключались в общем кризисе административно-командной системы, не успевавшей реагировать на вызовы временим, что привело к существенному отставанию от США.

Евгений Примаков указывает, что СССР отставал по размеру ВВП от США в целых два раза, и это по данным советской официальной статистики. Примаков отмечает глубокое отставание СССР от США по самым различным показателям, даже по промышленному производству и капитальным вложениям, не говоря уже о сельском хозяйстве и электронике.

Как отмечает Евгений Примаков в статье «Почему скончался СССР?», советские лидеры забыли об удовлетворении повседневных потребностей населения, появился дефицит различных товаров, в результате по уровню жизни населения мы серьёзно отстали от Запада.

Примаков также обращает внимание на противоречия между союзными республиками и центром, на кризис такой государственной модели, которая была в Советском Союзе, приводит хронологический анализ попыток реформирования советской системы.

Евгений Чазов в книге «Здоровье и власть» обращает внимание на низкое качество советской управленческой элиты, на влияние болезни и различных пагубных привычек на состояние здоровья и на интеллектуальное состояние Леонида Брежнева и других членов Политбюро ЦК КПСС.

По мнению Евгения Чазова, проблемы СССР во многом объяснялись состоянием здоровья его престарелых лидеров, которые довели страну до глубокого кризиса, из которого её не смогла вывести перестройка.

2. Версия о преднамеренном развале Советского Союза

Политологи, придерживающиеся мнения о том, что Советский Союз подвергся целенаправленному развалу, считают виновными в этом самые различные политические силы.

Политолог Иван Фёдоров в книге «Истинные причины развала СССР» отмечает, что Советский Союз создавался как государство, обречённое на развал, на что указывают такие факты, искусственное создание союзных республик по национальному признаку, и предоставление им конституционного права в любое желаемое время свободно отделяться от СССР путём выхода из его состава.

Этим конституционным правом союзные республики и воспользовались в 1990-1991 гг.

Кроме того, политолог подробно разбирает приёмы и способы, которыми в советских республиках создавались националистические и сепаратистские движения, раздувалась межнациональная напряжённость, в ряде случаев даже специально организовывались погромы, чтобы подорвать дружбу советских народов.

Финальной стадией подготовки к развалу СССР стало принятие союзными республиками деклараций о суверенитете, что позволило им сделать свои законы превалирующими над законодательством Союза ССР.

При этом, как отмечается в книге Ивана Фёдорова «Истинные причины развала СССР», основную роль в провоцировании национализма и сепаратизма в советских республиках играли органы государственной безопасности и местная партийно-хозяйственная номенклатура.

Олег Греченевский в книге «Истоки нашего демократического режима», так же, как и политолог Иван Фёдоров, делает вывод о ведущей роли органов безопасности в деле инициирования перестройки, повлекшей развал СССР, и полагает, что истинные причины участия их реформировании советской системы было обусловлено самыми различными причинами, в том числе и коммерческого характера.

Олег Греченевский подробно описывает подготовку к перестройке, систему заблаговременного подбора и обучения будущих реформаторов в специальных институтах, а также их направление для подготовки за границу.

В книге Максима Калашникова и Сергея Кугушева «Третий проект» показывают пагубный характер высоких цен на нефть для советской экономики, пишут о том, что приток «нефтедолларов» способствовал деградации советской экономики.

Политологи отмечают, что председатель КГБ Ю.В. Андропов, понимая тупиковость советского пути развития, намеревался провести конвергенцию, интегрировать страну в Запад на выгодных условиях, как вступил в контакты с западными элитными сообществами, в частности, с Римским клубом, в целях разработки плана конвергенции, то есть объединении советской и западной систем.

Выдвиженцем Андропова, занявшим пост генерального секретаря ЦК КПСС, стал Михаил Сергеевич Горбачёв, начавший практическое осуществление

запланированной Андроповым перестройки, направленной на конвергенцию с Западом.

При этом Кугушев и Калашников пишет о том, что СССР столкнулся с «самопредательством значительной части силовых структур», которые, вместо того, чтобы защищать безопасность государства, «сдали страну». Именно в этом и состоят истинные причины развала СССР, считавшегося вторым по мощи государством на планете Земля.

Политолог Игорь Панарин в книге «Первая мировая информационная война. Развал СССР» сообщает, что в августе 1991 года, во время «Августовского путча», вылившегося в противостояние российского руководства во главе с президентом Ельциным, и заговорщиков в лице ГКЧП, «действия Б.Н. Ельцина тайно поддерживались третьей силой – национально-ориентированными профессионалами в недрах КГБ СССР», что и позволило российскому президенту стать победителем.

Практически всеми вышеупомянутыми политологами отмечается отсутствие у советской элиты хоть какого-нибудь действенного желания спасти страну от развала, умышленные либо сознательно допускаемые её действия, влекущие расчленение СССР на союзные республики.

Среди причин, повлекших развал СССР, можно также отметить, что среди членов КПСС практически не оказалось истинных сторонников сохранения Союза, так как ни один из 19 миллионов членов коммунистической партии не поднялся на защиту страны в августе 1991 года, и они спокойно смотрели, как запускался процесс распада великого государства.

Точно так же бездействовали и силовые структуры Советского Союза, которые, имея полную возможность предотвратить развал СССР, абсолютно ничего реального не сделали для этого.

Таким образом, с точки зрения политологии можно сделать вывод, что истинные причины развала СССР состояли в нежелании широких слоёв советской партийной, государственной и силовой элиты, а также основной массы советских коммунистов сохранить свою страну в том виде, в каком она была создана, и существовала в течение около 70 лет.

Практическое занятие №4
«Моя малая родина»

Цель:

- сформировать умение ориентироваться в современной экономической, политической и культурной ситуации в России и мире;
- научиться выявлять взаимосвязь отечественных, региональных, мировых социально-экономических, политических и культурных проблем

Литература: учебник [1], источники Интернет

Время выполнения работы – 2 часа

Родина

Касаясь трёх великих океанов,
Она лежит, раскинув города,
Покрыта сеткою меридианов,
Непобедима, широка, горда.

Но в час, когда последняя граната
Уже занесена в твоей руке
И в краткий миг припомнить разом надо
Всё, что у нас осталось вдалеке,

Ты вспоминаешь не страну большую,
Какую ты изъездил и узнал,
Ты вспоминаешь родину — такую,
Какой её ты в детстве увидал.

Клочок земли, припавший к трём берёзам,
Далёкую дорогу за леском,
Речонку со скрипучим перевозом,
Песчаный берег с низким ивняком.

Вот где нам посчастливилось родиться,
Где на всю жизнь, до смерти, мы нашли
Ту горсть земли, которая годится,
Чтоб видеть в ней приметы всей земли.

Да, можно выжить в зной, в грозу, в морозы,
Да, можно голодать и холодать,
Идти на смерть… Но эти три берёзы
При жизни никому нельзя отдать.

Константин Симонов <1941>

Наша родина является одной из самых многонациональных стран мира, особенность России в том, что многие народы являются коренными на своих землях. И «сумма» этих малых родин составляет нашу великую державу.

ПОРЯДОК ВЫПОЛНЕНИЯ:

1. По докладам заполните таблицу о самых многочисленных народах, проживающих в **нашем регионе**.

Таблица 1 – Народы нашего региона

Название народа	Численность народа	География народа	Языковая семья	Самое популярное национальное блюдо	Особенность национального костюма

2. Многонациональная страна.

Браки между представителями различных этносов давно стали неотъемлемой частью нашей жизни. А знаете ли вы, к какой этнической общности вы принадлежите? **Для этого необходимо заполнить таблицу**: **записать национальность своих предков (по отцу и матери) и своих родственников**. Оказала ли собранная информация влияние на ваш ответ? Если да, то какое? **Объясните полученные результаты.**

Таблица 2 – «Моя семья»

<table>
<tr><td colspan="3">Отцовская линия</td><td rowspan="9"></td><td colspan="3">Материнская линия</td></tr>
<tr><td>Прадедушка</td><td>Дедушка</td><td rowspan="8">Папа</td><td rowspan="8">Я</td><td rowspan="8">Мама</td><td>Дедушка</td><td>Прадедушка</td></tr>
<tr><td>Прабабушка</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>Прадедушка</td><td>Бабушка</td><td></td><td>Бабушка</td><td>Прадедушка</td></tr>
<tr><td>Прабабушка</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td colspan="3"></td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td colspan="3"></td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td colspan="3"></td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td colspan="3"></td><td colspan="3"></td></tr>
</table>

ЛИТЕРАТУРА

1. Зуев М. Н. История России до XX века : учебник и практикум для среднего профессионального образования / М. Н. Зуев, С. Я. Лавренов. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 353 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-17066-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/532333 (дата обращения: 12.01.2024).

2. Зуев М. Н. История России XX - начала XXI века : учебник и практикум для среднего профессионального образования / М. Н. Зуев, С. Я. Лавренов. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 419 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-17067-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/532334 (дата обращения: 12.01.2024).

3. Некрасова М. Б. История России : учебник и практикум для среднего профессионального образования / М. Б. Некрасова. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 436 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15987-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/517841 (дата обращения: 12.01.2024).

4. Сафонов А. А. История (конец XX — начало XXI века) : учебник для среднего профессионального образования / А. А. Сафонов, М. А. Сафонова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 284 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16116-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/530451 (дата обращения: 12.01.2024).

5. Сафонов А. А. История: международные конфликты в XXI веке : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. А. Сафонов, М. А. Сафонова. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 415 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15564-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/517624 (дата обращения: 12.01.2024).

Электронные образовательные ресурсы:

Сайты, блоги, электронные библиотеки

1. РИО.Компас - Образовательно-просветительский портал. Проект «РИО.Компас» – крупнейшая библиотека онлайн-ссылок на верифицированные исторические материалы, размещенные в Рунете. Это навигатор, позволяющий оперативно находить информационные и образовательные материалы, в том числе текстовые, видео- и аудио-материалы, по отечественной истории. [Электронный ресурс]. URL:Compas (historyrussia.org)

Дополнительная электронная литература/учебные пособия, материалы, статьи

1. Русский биографический словарь. [Электронный ресурс]. URL: http://www.rulex.ru

2. Карты РИО.Компас - Образовательно-просветительский портал. [Электронный ресурс]. URL: Compas (historyrussia.org) https://compass.historyrussia.org/maps?pg=1&pp=20&st=name

3.Таблицы и схемы по истории. [Электронный ресурс]. URL: История (infotables.ru)

Видеоматериалы/ виртуальные музеи/интерактивные презентации

1. Видео. Подборка документальных фильмов РИО. Компас. Образовательно-просветительский портал. [Электронный ресурс]. URL: https://compass.historyrussia.org/filter_query_all?pg=1&pp=20&st=views

2. Центр дополнительного образования РГПУ им. А. И. Герцена. Открытые видео лекции по истории. [Электронный ресурс]. URL: Видео лекции Курс: История (herzen.edu.ru)

Тренажеры/ тесты/ кейсы/ материал для практикума/ бесплатные онлайн курсы

1. История России. Даты. [Электронный ресурс]. URL: Карточки История России. Даты | Quizlet

2.Ответы на тесты по предмету История России (277 вопросов) [Электронный ресурс]. URL: Ответы на тесты по предмету История России | 277 вопросов и ответов | Тест на 5 (testna5.ru)

ИСТОРИЯ РОССИИ

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
по выполнению заданий на практических занятиях
для специальности 42.02.01 Реклама

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

ИСТОРИЯ РОССИИ

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
по выполнению самостоятельной работы
для специальности 42.02.01 Реклама

Якутск, 2024

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г.)

Методические указания составлены в соответствии с рабочей программой по дисциплине СГ.01 История России

Разработчик: АНО СПО «Цифровой колледж Синергия»

Составитель:
Халыева А.Е., преподаватель

1. Пояснительная записка

Самостоятельная работа студентов является одной из основных форм внеаудиторной работы дисциплине СГ.01 История России и имеет следующие виды: подготовка рефератов, докладов и презентаций по изучаемым темам.

Самостоятельная работа направлена на умение работать с источниками, литературой и подготавливает обучающихся к публичным выступлениям.

В результате освоения дисциплины СГ.01 История России обучающиеся должны **уметь:**

$У_1$ - ориентироваться в современной экономической, политической и культурной ситуации в России и мире;

$У_2$ - выявлять взаимосвязь отечественных, региональных, мировых социально-экономических, политических и культурных проблем;

знать:

$З_1$ - основные периоды истории Российского государства, ключевые социально-экономические процессы, а также даты важнейших событий отечественной истории;

$З_2$ - имена героев Первой мировой, Гражданской, Великой Отечественной войн, исторических личностей, внесших значительный вклад в социально-экономическое, политическое и культурное развитие России в XX – начале XXI века;

$З_3$ - сущность и причины локальных, региональных, межгосударственных конфликтов в конце XX – начале XXI в.;

$З_4$ - роли России в мировых политических и социально-экономических процессах с древнейших времен до настоящего времени;

$З_5$ - назначение ООН, НАТО, ЕС и других организаций и основные направления их деятельности;

$З_6$ - о роли науки, культуры и религии в сохранении укреплении национальных и государственных традиций;

$З_7$ - содержание и назначение важнейших правовых и законодательных актов мирового и регионального значения.

с целью овладения **общими компетенциями (ОК)**:

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

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команд

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.

ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, *применять стандарты антикоррупционного поведения*[1].

---

[1] *Выделенное курсивом не формируется в рамках данной дисциплины*

2. Содержание самостоятельной работы

Тематика докладов и сообщений

Тема 8. Гибель империи

1. Особенности экономического развития России в начале XX века.
2. Реформы С. Ю. Витте.
3. Русско-японская война 1904-1905 гг.: причины и итоги поражения.
4. Цусимское сражение.
5. Первая русская революция.
6. Реформы П. А. Столыпина.
7. Третьеиюньский переворот.
8. Эволюция политической системы России в 1905—1907 гг.
9. Россия в Первой мировой войне.
10. Брусиловский прорыв.
11. Николай II в февральские дни 1917г.
12. Монархические партии после Февраля.
13. Либеральные партии в дни февральской революции.
14. Партия большевиков в феврале-марте 1917 г.
15. Кризисы власти в 1917 году.
16. Выступление генерала Корнилова.
17. Победа большевиков в октябре 1917 года.
18. Аграрные программы белых правительств.
19. Эволюция большевистской партии в годы гражданской войны.
20. Герои красного и белого движения (две персоналии на выбор).

Тема 10 Вставай, страна огромная

1. НЭП как модель общественного развития, 1921-1929 гг.
2. Литература и искусство в условиях нэпа.
3. Перестройка образования в 20-е гг.
4. Национальная политика РКП(б) — ВКП(б) в 20-е гг.
5. Первая пятилетка индустриализации.
6. Вторая пятилетка индустриализации.
7. Развитие СССР в 1929-1939: взаимосвязь политики и экономики.
8. Власть и культура в 1930-е годы.
9. Политические репрессии в СССР: мифы и реальность.
10. Переговоры Ярцева в 1938-1939гг.
11. 22 июня- 23 июля 19141 года героическая оборона Брестской крепости.
12. 8 сентября 1941 года- начало блокады Ленинграда.
13. 30.09.1941-20.04.1942 Битва под Москвой.
14. 07.11.1941 Парад советских войск на красной площади в Москве.
15. 30.10.1941-04.07.1942 героическая оборона Севастополя.
16. 17.07.1942- 02.02.1943 Сталинградская битва.
17. 1943 г., июль - август - Курская битва.
18. 1943 г., ноябрь-декабрь - Конференция глав правительств СССР, США и Англии в Тегеране.

19. 1945 г, февраль - Крымская (Ялтинская) конференция глав правительств СССР, США и Англии.
20. 1945 г., апрель-май - Битва за Берлин.

Тема 12. От перестройки к кризису, от кризиса к возрождению

1. Изменения в мире после второй мировой войны.
2. «Холодная война»: истоки и уроки.
3. Корейская война 25.06.1950-27.07.1953
4. НАТО, Организация Североатлантического договора, Североатлантический Альянс.
5. Организация Варшавского договора.
6. Карибский кризис: итоги и уроки.
7. Афганская война (1979—1989).
8. "Оттепель" 1950-1960-х годов: власть и общество.
9. «Оттепель» в литературе и искусстве.
10. Экономика СССР в начале 1960-х гг.: проблемы и пути их преодоления.
11. Смена власти и смена курса в октябре 1964 г.
12. Л. И. Брежнев: человек и политик.
13. Диссидентское движение в СССР: причины, направления, этапы развития.
14. Ю. В. Андропов: политический портрет.
15. Быт советского человека в 1970-х - начале 1980-х гг.
16. Национальная политика СССР в годы «перестройки» и ее результаты.
17. "Перестройка" 1985-1991 – замысел и результат.
18. Российское общество на пути демократических реформ 1990-х годов – обретения и потери.
19. Расстрел «Белого дома» в октябре 1993 г. глазами участников событий.
20. Россия и Запад: характер взаимоотношений в постсоветский период.
21. 20 лет без СССР: роль и место постсоветской России в современном мире.

3. Требования к оформлению самостоятельной работы

3.1. Общие требования к докладам и сообщениям:

Требования к докладу

1. Тема доклада *должна быть конкретизирована, интересна, понятна для аудитории.* Выступающий должен владеть темой. Это значит, что все факты должны быть собраны, систематизированы, изучены, причем, они должны освещать явление со всех сторон. ***Это и есть применение системного анализа на практике.***

Необходимо учесть, что тему надо изложить за короткое время, удовлетворив запросы слушателей.

Структура доклада

1. Введение, в котором докладчик привлекает внимание слушателей и настраивает их на тему своего выступления.
2. Стержневая идея.
3. Основная часть, в которой раскрываются главные пункты доклада.
4. Заключение, в которой подводятся итоги.

Примерное распределение времени:

Введение и стержневая идея – 10-15%
Основная часть – 60-65%
Заключение – 20-30%

Вступление необходимо в каждом докладе. Его структура включает в себя следующие элементы:

1. Вступительное замечание.
2. Формулировка конкретной цели доклада для слушателей.
3. Обзор главных вопросов темы доклада, если выступление достаточно продолжительное.

Цель введения – привлечь внимание слушателей и ориентировать их на материал, который будет представлен в докладе. Способы привлечения внимания:

- дать иллюстрацию в виде словесного рассказа или наглядного изложения;
- обратиться к чему-либо, известному из жизни всей аудитории;
- начать с исторического вопроса;
- начать выступление с какой-нибудь потрясающей цитаты известного человека.

Стержневая идея – основная цель выступления

Чтобы ориентировать слушателей, можно:

- дать историческую справку;
- дать определение основных терминов;
- взять примеры из личного жизненного опыта и связать их с темой (при необходимости);
- указать важность темы для слушателей или для сегодняшних событий в мире/стране/истории.

Начинать доклад можно одним из следующих способов:

- сообщение темы и основных ее вопросов; характеристика их теоретического и практического значения;
- прямое приглашение к совместному обсуждению, поиску ответов на поставленные вопросы или примеров, которые знает аудитория;
- **формулировка основной мысли доклада;**
- выражение своего отношения к изложенному.

Во время своего доклада:

1. Стремитесь к свободному изложению, без постоянного заглядывания в текст.
2. Сохраняйте визуальный контакт со слушателями, контролируйте их реакцию. Улавливайте отношение к себе и к тому, что говорите.
3. Не начинайте доклад с изложения его плана, если известно, что он не записывается слушателями.
4. Избегайте диктовки литературы, если к тому нет никакой необходимости.

Критерии оценивания

Эффективность доклада на учебном семинаре оценивается по трем критериям:

1. Соответствие содержания доклада его цели и задачам.
2. Степень и характер активности слушателей во время доклада.
3. Степень влияния услышанного как на интеллект, так и на чувства слушателей.

При наличии всех критериев работа оценивается в 5 баллов **(отлично).**

При отсутствии одного критерия выставляется оценка в 4 балла **(хорошо)** или 3 балла **(удовлетворительно)**.

Оценка 2 **(неудовлетворительно)** выставляется при полном отсутствии результата

ЛИТЕРАТУРА

1. Зуев М. Н. История России до XX века : учебник и практикум для среднего профессионального образования / М. Н. Зуев, С. Я. Лавренов. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 353 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-17066-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/532333 (дата обращения: 12.01.2024).

2. Зуев М. Н. История России XX - начала XXI века : учебник и практикум для среднего профессионального образования / М. Н. Зуев, С. Я. Лавренов. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 419 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-17067-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/532334 (дата обращения: 12.01.2024).

3. Некрасова М. Б. История России : учебник и практикум для среднего профессионального образования / М. Б. Некрасова. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 436 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15987-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/517841 (дата обращения: 12.01.2024).

4. Сафонов А. А. История (конец XX — начало XXI века) : учебник для среднего профессионального образования / А. А. Сафонов, М. А. Сафонова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 284 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16116-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/530451 (дата обращения: 12.01.2024).

5. Сафонов А. А. История: международные конфликты в XXI веке : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. А. Сафонов, М. А. Сафонова. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 415 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15564-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/517624 (дата обращения: 12.01.2024).

Электронные образовательные ресурсы:

Сайты, блоги, электронные библиотеки

1. РИО.Компас - Образовательно-просветительский портал. Проект «РИО.Компас» – крупнейшая библиотека онлайн-ссылок на верифицированные исторические материалы, размещенные в Рунете. Это навигатор, позволяющий оперативно находить информационные и образовательные материалы, в том числе текстовые, видео- и аудио-материалы, по отечественной истории. [Электронный ресурс]. URL:Compas (historyrussia.org)

Дополнительная электронная литература/учебные пособия, материалы, статьи

1. Русский биографический словарь. [Электронный ресурс]. URL: http://www.rulex.ru

2. Карты РИО.Компас - Образовательно-просветительский портал. [Электронный ресурс]. URL: Compas (historyrussia.org) https://compass.historyrussia.org/maps?pg=1&pp=20&st=name

3.Таблицы и схемы по истории. [Электронный ресурс]. URL: История (infotables.ru)

Видеоматериалы/ виртуальные музеи/интерактивные презентации

1. Видео. Подборка документальных фильмов РИО. Компас. Образовательно-просветительский портал. [Электронный ресурс]. URL: https://compass.historyrussia.org/filter_query_all?pg=1&pp=20&st=views

2. Центр дополнительного образования РГПУ им. А. И. Герцена. Открытые видео лекции по истории. [Электронный ресурс]. URL: Видео лекции Курс: История (herzen.edu.ru)

Тренажеры/ тесты/ кейсы/ материал для практикума/ бесплатные онлайн курсы

1. История России. Даты. [Электронный ресурс]. URL: Карточки История России. Даты | Quizlet

2.Ответы на тесты по предмету История России (277 вопросов) [Электронный ресурс]. URL: Ответы на тесты по предмету История России | 277 вопросов и ответов | Тест на 5 (testna5.ru)

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г.)

УТВЕРЖДАЮ
Директор АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»
_____ С.Н.Семенов
«15» 04 2024 г.

Оценочные материалы

для промежуточной аттестации
по дисциплине СГ.01. История России

для специальности 42.02.01 Реклама

Составила:
Халыева А.Е., преподаватель истории и обществознания АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»

Якутск, 2024

1. Пояснительная записка

Оценочные материалы для промежуточной аттестации по дисциплине СГ.01. История России предназначены для оценки достижений запланированных результатов по дисциплине и общих компетенций обучающимися по *специальности 42.02.01 Реклама.*

1.1. Оценка освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины СГ.01. История России обучающийся должен

уметь:

$У_1$ - ориентироваться в современной экономической, политической и культурной ситуации в России и мире;

$У_2$ - выявлять взаимосвязь отечественных, региональных, мировых социально-экономических, политических и культурных проблем;

знать:

$З_1$ - основные периоды истории Российского государства, ключевые социально-экономические процессы, а также даты важнейших событий отечественной истории;

$З_2$ - имена героев Первой мировой, Гражданской, Великой Отечественной войн, исторических личностей, внесших значительный вклад в социально-экономическое, политическое и культурное развитие России в XX – начале XXI века;

$З_3$ - сущность и причины локальных, региональных, межгосударственных конфликтов в конце XX – начале XXI в.;

$З_4$ - роли России в мировых политических и социально-экономических процессах с древнейших времен до настоящего времени;

$З_5$ - назначение ООН, НАТО, ЕС и других организаций и основные направления их деятельности;

$З_6$ - о роли науки, культуры и религии в сохранении укреплении национальных и государственных традиций;

$З_7$ - содержание и назначение важнейших правовых и законодательных актов мирового и регионального значения.

с целью овладения **общими компетенциями (ОК)**:

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

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;

ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, *применять стандарты антикоррупционного поведения*[1].

Форма промежуточной аттестации – ***дифференцированный зачет.***

Вид – тест.

Тест состоит из 20 вопросов и имеет 2 варианта.

Инструкция по выполнению теста

Внимательно прочитайте задания и округлите верные ответы.

Время выполнения задания – 45 минут.

Критерии оценивания теста

Уровень подготовки студентов оценивается в баллах: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Критерии оценки тестовых заданий

Общее количество правильных ответов – 23

«отлично» - 23-21 правильных ответов

«хорошо» - 20-17 правильных ответа

«удовлетворительно» - 16-13 правильных ответов

«неудовлетворительно» - 12 и менее правильных ответов

[1] *Выделенное курсивом не формируется в рамках данной дисциплины*

Автономная некоммерческая организация среднего профессионального образования
«Цифровой колледж «Синергия»

УТВЕРЖДЕНО
Директором Колледжа в составе ОП по
специальности 42.02.01 Реклама

ТЕСТ
для промежуточной аттестации
по дисциплине СГ.01. История России
для специальности 42.02.01 Реклама

ВАРИАНТ 1

Задания с выбором одного правильного ответа

1. Современное развитие стран мира характеризуется:
А) холодной войной Б) глобализацией В) агрессией

2. Первые годы проведения рыночных реформ в России (1992-1993 г.г.) были отмечены:
А) падением объёмов производства
Б) развитием военно-промышленного комплекса
В) макроэкономической стабилизацией
Г) увеличением доходов большинства населения

3. Толчком к созданию ООН послужило
А) начало освоения космоса Б) открытие атома
В) создание лекарств Г) Вторая мировая война

4. Ограниченный контингент советских войск присутствовал в Афганистане в период:
А) 1990-1999 г.г. Б) 1970-1989 г.г.
В) 1979-1989 г.г. Г) 1999-2000 г.г.

5. Первым лидером партии ЛДПР в РФ был
А) Г. Явлинский Б) М. Прохоров
В) В. Жириновский Г) Г. Зюганов

6. Террористический акт в Беслане произошёл
А) 1 сентября 2011г. Б) 11 сентября 2001г.
В) 1 сентября 2004г. Г) 1 сентября 2000г.

7. В марте 2008 года наряду с Д. А. Медведевым одним из претендентов на пост президента являлся:
А) В. В. Путин Б) Г. А. Зюганов
В) М. М. Касьянов Г) Б. Н. Ельцин

8. Денежная единица европейского характера, введённая в 1999 г., называется
А) франки Б) европейские доллары
В) евро Г) иена

9. Дефолт в РФ произошёл в
А) 2000г. Б) 1995г. В) 1993г. Г) 1998г.

10. Организация, занимающаяся вопросами ядерной энергетики, называется
А) ООН Б) НАТО
В) ЮНЕСКО Г) ЕВРАТОМ

11. Самыми противоречивыми конфликтами 21 века являются
А) чеченская война Б) ливийская война
В) арабо-израильский конфликт Г) революция на Украине

12. В «большую восьмерку» не входит
А) Великобритания Б) Россия
В) Испания Г) Япония

Задания на знание терминологии

13. ЮНЕСКО – это
А) интеграционная организация, созданная 1 января 1995 года с целью либерализации международной торговли и регулирования торгово-политических отношений государств-членов
Б) специализированное учреждение ООН, направленное на содействие миру и безопасности во всем мире посредством международного сотрудничества в области образования, искусства, науки и культуры
В) организация ООН, основной задачей которой является борьба с голодом
Г) международное экономико-политическое объединение

14. Интервенция – это

А) насильственное присоединение, захват одним государством территории, принадлежащей другому государству или народу

Б) стратегия, основанная на быстрейшем достижении победы посредством нанесения концентрированных ударов по противнику и разгрома его основных сил в первые дни военной кампании

В) Военное, политическое, информационное или экономическое вмешательство одного или нескольких государств во внутренние дела другого государства, нарушающее его суверенитет.

Г) главенствующее положение, использование политической силы для получения руководящей роли в движении, борьбе

15. Демилитаризация – это

А) передача государственного имущества в собственность отдельным лицам или коллективам.

Б) признание необходимости и внедрения демократических начал, реорганизация общественно-политической жизни на основах народовластия.

В) сплочение, слияние общественных, государственных структур для совместной деятельности как в области политики, так и в экономике.

Г) ликвидация на основе международного договора военных сооружений на определенной местности и запрещение держать на ней военные базы и войска.

Задания на последовательность действий

16. Расположите события распада СССР в хронологическом порядке

А) Провозглашение суверенитета РСФСР

Б) Беловежские соглашения

В) Августовский путч в Москве, поражение ГКЧП

Г) Провозглашение выхода из СССР тремя прибалтийскими республиками, Грузией и Арменией

17. Расположите события Великой Отечественной войны в хронологическом порядке:

А) Битва за Москву Б) Начало блокады Ленинграда

В) Берлинская операция Г) Курская битва

Задания с выбором несколько правильных ответов

18. БРИКС (BRICS) — это межгосударственное неформальное объединение стран с динамично развивающейся экономикой, в которую входят следующие страны

А) Россия Б) Португалия В) Китай

Г) Австрия Д) Франция

19. Террористические акты, которые были совершены на территории России

А) Подрыв посольств США в 1998 г.

Б) Захват заложников во время мюзикла «Норд-Ост»

В) Пожар в кинотеатре "Синема Рекс"

Г) Атака с применением зарина в метро в 1995 г.

Д) Захват школы в Беслане

20. РФ является членом таких организаций

А) ООН Б) АСЕАН В) БРИКС

Г) СЭВ Д) НАТО

Автономная некоммерческая организация среднего профессионального образования
«Цифровой колледж «Синергия»

УТВЕРЖДЕНО
Директором Колледжа в составе ОП по
специальности 42.02.01 Реклама

ТЕСТ
для промежуточной аттестации
по дисциплине СГ.01. История России
для специальности 42.02.01 Реклама

ВАРИАНТ 2

Задания с выбором одного правильного ответа

1. Цель международной политики стран мира - это
А) раздел мира на сферы влияния
Б) интеграция во всех сферах жизни
В) стремление к гегемонии
Г) разобщённость

2. Страны этого региона лидируют в области нефтедобычи и продажи.
А) Юго-Восточной Азии Б) Арабского Востока
В) Российская Федерация Г) Латинская Америка

3. Основной проблемой современного развития стран Азии является:
А) низкий уровень жизни Б) локальные конфликты
В) колониальные режимы Г) «экономическое чудо»

4. Беловежское соглашение было подписано
А) 15 марта 1991г. Б) 30 декабря 1991г.
В) 21 октября 1991 г. Г) 21 августа 1991г.

5. ООН была создана в
А) 1999г. Б) 1990г. В) 1945г. Г) 1949г.

6. Одной из самых острых проблем современности является:
А) международный бандитизм
Б) международный терроризм
В) антиглобализм
Г) национализм

7. Когда был совершён террористический акт против США, вследствие которого в корне поменялись международные отношения и международная политика?
А) 11 сентября 2001г. Б) 1 сентября 2008г.
В) 29 октября 2010г. Г) 11 марта 2011г.

8. Современный терроризм основан
А) на исламе Б) на буддизме
В) на нацизме Г) на пацифизме

9. Кто возглавляет пост премьер-министра Великобритании?
А) Т.Мей Б) Н. Саркози
В) А. Меркель Г) Б. Обама

10. Современная цель развития РФ - это
А) усиление своих позиций в мире
Б) конкурентоспособная экономика
В) подавление экстремистских движений на Востоке
Г) расширение территорий на Востоке

11. После распада СССР, страны, входящие в него, создали международный блок:
А) НАТО Б) СЭВ В) СНГ Г) ЕС

12. Стабилизация внутреннего и внешнего развития РФ произошла
А) при Б. Н. Ельцине Б) при Г. Н. Зюганове
В) при В. В. Путине Г) при Д. А. Медведеве

Задания на знание терминологии

13. Смутное время – это
А) вооружённая борьба за власть между гражданами одного государства;
Б) процесс заимствования западноевропейских форм общественной жизни, политических институтов и культурных достижений;
В) период истории, ознаменованный стихийными бедствиями, сопровождающийся многочисленными случаями самозванства и внешней интервенцией;
Г) смещение стоящей у власти правящей придворной группировки и смена ее другой группировкой.

14. Пролетариат – это

А) класс наёмных промышленных и сельскохозяйственных рабочих, добровольно нанимающихся за плату к собственнику производства;

Б) высший слой общества – родовая знать;

В) сословие служивших при государевом дворе, а в последствии в государевом войске людей, которые за военную службу получали временное земельное владение;

Г) сельские жители, занимающиеся сельскохозяйственным трудом

15. Ваучер - это

А) натуральный или денежный побор с покоренных племен и народов;

Б) долгосрочные вложения капитала в экономику;

В) передача государством частным лицам за определенную плату права сбора налогов или продажи каких-либо товаров;

Г) ценная бумага, предназначенная для бесплатной передачи гражданам объектов государственной собственности.

Задания на последовательность действий

16. Расположите события распада СССР в хронологическом порядке

А) «Застой» Б) «Перестройка»

В) «Оттепель» Г) «Сталинизм»

17. Расположите события Великой Отечественной войны в хронологическом порядке:

А) Висло-Одерская операция

Б) Нападение фашистской Германии и её союзников на СССР

В) Пражская операция

Г) Начало героической обороны Севастополя

Задания с выбором несколько правильных ответов

18. НАТО – это военно-политический блок, в которую входят следующие страны

А) Россия Б) Швейцария

В) Германия Г) Австрия Д) Франция

19. За героические подвиги в Великой Отечественной войне были удостоены трижды звания Героя Советского Союза

А) И. Н. Кожедуб Б) В.В. Талалихин

В) Г. К. Жуков Г) К.Я. Самсонов Д) А.М. Матросов

20. Известные правители Смутного времени

А) Владислав IV Б) Лжедмитрий I

В) Василий Темный Г) Стефан Баторий

Д) Борис Годунов

1.2. Сформированность компетенций обучающихся

В результате освоения учебной дисциплины **История России** обучающийсядолжен показать также и сформированность ***общих компетенций (ОК):***

Результат (общие компетенции)	*Основные показатели*
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.	- осуществляет поиск информации в сети Интернет и различных электронных носителях - извлекает информацию с электронных носителей - использует средства ИТ для обработки и хранения информации - представляет информацию в различных формах с использованием разнообразного программного обеспечения - создает презентации в различных формах
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать вколлективе и команд	- устанавливает позитивный стиль общения - выбирает стиль общения в соответствии с ситуацией - признает чужое мнение - при необходимости отстаивает собственное мнение - принимает критику - ведет деловую беседу в соответствии с этическими нормами - соблюдает официальный стиль при оформлении документов - составляет отчеты, задания в соответствии с запросом и предъявляемыми требованиями - оформляет документы в соответствии с нормативными актами - выполняет письменные и устные рекомендации преподавателя - способен к эмпатии - организует коллективное обсуждение рабочей ситуации
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	- умеет передавать информацию другому человеку - способен правильно формулировать свои мысли в устной и письменной формах - способен оценить уровень своих знаний по дисциплине
ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозныхотношений, *применять стандарты антикоррупционного поведения*[2].	- ведет деловую беседу в соответствии с этическими нормами - признает чужое мнение - способен к эмпатии - не обманывает - старается выполнять задания сам, не прибегая к помощи других

[2] *Выделенное курсивом не формируется в рамках данной дисциплины*

Критерии

2 балла - компетенция проявляется постоянно в полной мере (сформирована полностью);

1 балл - компетенция проявляется иногда или неполностью (частично сформирована);

0 баллов - компетенция не проявляется (не сформирована).

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

СГ.02. Иностранный язык в профессиональной деятельности

для специальности 42.02.01 Реклама

Якутск, 2024

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г.)

УТВЕРЖДАЮ
Директор АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»
_____ С.Н.Семенов
«15» 04 2024 г.

Рабочая программа дисциплины СГ.02. Иностранный язык в профессиональной деятельности разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (далее – ФГОС СПО) по специальности *42.02.01 Реклама,* утвержденного приказом Минпросвещения России от 21.07.2023 г. № 552 (зарегистрирован в Минюсте РФ 22.08.2023 № 74908)

Организация-разработчик: АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»

Составитель:
Иванова С.В., преподаватель

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Паспорт рабочей программы дисциплины 4

2. Структура и содержание дисциплины 7

3. Условия реализации рабочей программы дисциплины 11

4. Контроль и оценка результатов освоения дисциплины 14

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ СГ.02. ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

1.1. Область применения программы

Рабочая программа дисциплины СГ.02. Иностранный язык в профессиональной деятельности является частью основной профессиональной образовательной программы СПО – программы подготовки специалистов среднего звена по специальности *42.02.01 Реклама*, входящей в состав укрупненной группы специальностей *42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело*.

1.2 Место дисциплины в структуре образовательной программы:

Дисциплина СГ.02. Иностранный язык в профессиональной деятельности является обязательной дисциплиной социально-гуманитарного цикла и изучается в течение всего срока обучения.

Иностранным языком является английский язык.

1.3. Требования к результатам освоения дисциплины:

В результате освоения дисциплины обучающийся **должен**

уметь:

$У_1$ - общаться (устно и письменно) на английском языке на профессиональные и повседневные темы;

$У_2$ - переводить (со словарем) английские тексты профессиональной направленности;

$У_3$ - самостоятельно совершенствовать устную и письменную речь, пополнять словарный запас;

знать:

$З_1$ - лексический (1200-1400 лексических единиц) и грамматический минимум, необходимый для чтения и перевода (со словарем) иностранных текстов профессиональной направленности.

с целью овладения **общими компетенциями (ОК)**:

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

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

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

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;

ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, *применять стандарты антикоррупционного поведения*[1].

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

и профессиональных компетенций (ПК):

ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.

ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.

ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.

ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.

ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.

1.4. Количество часов на освоение рабочей программы дисциплины:

Объем дисциплины – 148 часов, в том числе

в форме практической подготовки – 62 часа

включает:

объем работы обучающегося во взаимодействии с преподавателем – 94 часа, в том числе

практические занятия – 94 часа;

самостоятельная работа обучающегося – 54 часа

Обязательная часть рабочей программы составляет – 86 часов, вариативная часть – 62 часа.

[1] *Выделенное курсивом не формируется в рамках данной дисциплины*

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Объем дисциплины (всего)	**148**
в том числе:	
в форме практической подготовки	62
Объем работы обучающегося во взаимодействии с преподавателем	**94**
в том числе:	
практические занятия	94
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	**54**
в том числе: работа с текстом составление монолога выполнение лексико-грамматических упражнений выполнение заданий по изучаемым темам	 4 8 8 34

2.2. Формы промежуточной аттестации

1 семестр – другие формы контроля
2 семестр – другие формы контроля
3 семестр – другие формы контроля
4 семестр - дифференцированный зачет

2.2. Тематический план и содержание дисциплины СГ.02. Иностранный язык в профессиональной деятельности

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся		Объем часов	в т.ч. практической подготовки	Формируемые компетенции
ВВОДНО-КОРРЕКТИВНЫЙ КУРС			**48**		
Тема 1.1. Английский язык – язык делового общения	*Содержание учебной дисциплины*		*24*		
	Практические занятия		**18**		ОК 01,ОК 04, ОК 06, ОК 09
	1-2	Основы английского языка Фонетика. Правила чтения. Основы грамматики	4		
	3-4	Приветствие и знакомство Лексические единицы. Грамматический материал.	4		
	5-7	Работа с текстами и выполнение лексико-грамматических упражнений	6		
	8-9	Самопрезентация. Монолог. Диалог. Составление резюме.	4		
	Самостоятельная работа		**6**		ОК 01, ОК 06, ОК 09
	- работа с текстами - выполнение лексико-грамматических упражнений по теме - составить монолог-самопрезентацию				
Тема 1.2. Английский язык и моя будущая профессия	*Содержание учебной дисциплины*		*24*		
	Практические занятия		**12**		ОК 01,ОК 04, ОК 06, ОК 09
	1-2	Личностные качества человека	4		
	3-4	Профессиональные качества специалиста	4		
	5-6	Моя будущая профессия	4		
	Самостоятельная работа		**12**		ОК 01, ОК 06, ОК 09
	- работа с текстом				
	Другие формы контроля		**2**		
	ВСЕГО по СГ.02. (1 семестр)		**48**		
ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ					
Тема 2. Реклама	*Содержание учебной дисциплины*				
	Практические занятия		**24**		ОК 01-ОК 04, ОК 06, ОК 09 ПК 1.4, ПК 3.2, ПК 3.3,
	1-2	**Реклама на телевидении и радио.** Лексические единицы по теме. Чтение текста. Аудирование. Диалоги. Выполнение лексико-грамматических упражнений. Монологические	4	4	

		высказывания по теме. Беседа. Контроль по теме.			ПК 4.1-ПК 4.3
	3-5	**Наружная реклама.** Лексические единицы по теме. Чтение текста. Аудирование. Диалоги. Выполнение лексико-грамматических упражнений. Монологические высказывания по теме. Беседа. Контроль по теме.	6	6	
	6-8	**Средства массовой информации.** Лексические единицы по теме. Чтение текста. Аудирование. Диалоги. Выполнение лексико-грамматических упражнений. Монологические высказывания по теме. Беседа. Контроль по теме	6	6	
	Самостоятельная работа		**18**		ОК 01, ОК 06, ОК 09, ПК 1.4, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 4.1-ПК 4.3
	Выполнение заданий по изучаемым темам				
	9	**Другие формы контроля**	**2**	2	
		ВСЕГО по СГ.02. (2 семестр)	**36**		
	10-11	**Печатные издания.** Лексические единицы по теме. Чтение текста. Аудирование. Диалоги. Выполнение лексико-грамматических упражнений. Монологические высказывания по теме. Беседа. Контроль по теме	4	4	ОК 01-ОК 04, ОК 06, ОК 09 ПК 1.4, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 4.1-ПК 4.3
	12-13	**Интернет** Лексические единицы по теме. Чтение текста. Аудирование. Диалоги. Выполнение лексико-грамматических упражнений. Монологические высказывания по теме. Беседа. Контроль по теме	4	4	
	14-16	**Фирменный стиль** Лексические единицы по теме. Чтение текста. Аудирование. Диалоги. Выполнение лексико-грамматических упражнений. Монологические высказывания по теме. Беседа. Контроль по теме	6	6	
	17-18	**Распространение информации о продуктах на веб-форумах** Лексические единицы по теме. Чтение текста. Аудирование. Диалоги. Выполнение лексико-грамматических упражнений. Монологические высказывания по теме. Беседа. Контроль по теме	4	4	
	19-21	**Рекламные акции на продвижение товаров** Лексические единицы по теме. Чтение текста. Аудирование. Диалоги. Выполнение лексико-грамматических упражнений. Монологические высказывания по теме. Беседа. Контроль по теме	6	6	
	Самостоятельная работа		**14**		ОК 01, ОК 06, ОК 09, ПК 1.4,
	Выполнение заданий по изучаемым темам				

					ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 4.1-ПК 4.3
	22	**Другие формы контроля**	**2**	2	
		ВСЕГО по СГ.02. (3 семестр)	**40**		
	Содержание учебной дисциплины				
	Практические занятия				ОК 01-ОК 04, ОК 06, ОК 09 ПК 1.4, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 4.1-ПК 4.3
	23	**Почтовая рассылка и электронная почта** Лексические единицы по теме. Чтение текста. Аудирование. Диалоги. Выполнение лексико-грамматических упражнений. Монологические высказывания по теме. Беседа. Контроль по теме	2	2	
	24-25	**Бренды** Лексические единицы по теме. Чтение текста. Аудирование. Диалоги. Выполнение лексико-грамматических упражнений. Монологические высказывания по теме. Беседа. Контроль по теме	4	4	
	26-27	**Связи с общественностью и лоббирование** Лексические единицы по теме. Чтение текста. Аудирование. Диалоги. Выполнение лексико-грамматических упражнений. Монологические высказывания по теме. Беседа. Контроль по теме	4	4	
	28	**Спонсорство** Лексические единицы по теме. Чтение текста. Аудирование. Диалоги. Выполнение лексико-грамматических упражнений. Монологические высказывания по теме. Беседа. Контроль по теме	2	2	
	29-30	**Товарная и корпоративная реклама** Лексические единицы по теме. Чтение текста. Аудирование. Диалоги. Выполнение лексико-грамматических упражнений. Монологические высказывания по теме. Беседа. Контроль по теме	4	4	
	Самостоятельная работа		**6**		ОК 01, ОК 06, ОК 09, ПК 1.4, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 4.1-ПК 4.3
	Выполнение заданий по изучаемым темам				
	31	**Дифференцированный зачет**	**2**	**2**	
		ВСЕГО по СГ.02.	**24**		
		ИТОГО	**148**	**62**	

2.3 Вариативная часть дисциплины

№ п/п	Наименование тем	Количество часов	Примечание
1	Самостоятельная работа	54	Для совершенствования знаний, умений
2	Промежуточная аттестация	8	Для проверки запланированных результатов
	ИТОГО:	**62**	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Материально-техническое обеспечение

Реализация рабочей программы дисциплины проходит в кабинете иностранного языка.

Оборудование кабинета:

- Рабочее место преподавателя: Персональный компьютер в сборе (Процессор: Ryzen3 3 5300G (либо аналог, 4 ядра и 4-8 потоков) Оперативная память: 8gb DDR4 3200 Mhz Накопитель: 256GB ssd.) – 1 шт.
- Короткофокусный проектор Optoma X309ST – 1 шт.
- Стол ученический Классик двухместный регулируемый, №4-6 СУР А.02.46 проект НМ-035.04.02 – 10 шт.
- Стул ученический Стандарт, №4-6 СТУР А 02.46.Ф проект НМ-035.30.02 – 19 шт.
- Учебная маркерная доска белая – 1 шт.

3.2. Учебно-методическое обеспечение

По дисциплине СГ.02. Иностранный язык в профессиональной деятельности разработана учебно-методическая документация:

- рабочая программа дисциплины;
- оценочные материалы;
- методические указания по выполнению самостоятельной работы.

3.3. Информационное обеспечение обучения

Учебная литература:

1. Иванова О. Ф. Английский язык. Пособие для самостоятельной работы учащихся (B1 — C1) : учебное пособие для среднего профессионального образования / О. Ф. Иванова, М. М. Шиловская. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 357 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15795-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/509748 (дата обращения: 12.01.2024).

2. Куряева Р. И. Английский язык. Лексика и грамматика : учебник для среднего профессионального образования / Р. И. Куряева. — 8-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 497 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16553-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/531289 (дата обращения: 12.01.2024).

3. Краснова Т. И. Английский язык для специалистов в области интернет-технологий. English for Internet Technologies : учебное пособие для среднего профессионального образования / Т. И. Краснова, В. Н. Вичугов. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 191 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16921-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/532021 (дата обращения: 12.01.2024).

Дополнительная литература:

1. Англо-русский и русско-английский словарь
2. Андрюшкин А.П. Business English. Деловой английский язык. – Норинт, 2019
3. Кумарова М.Г. Новый бизнес-английский (Курс деловой лексики английского языка) – М.: Акалис, 2019
4. Радовель, В.А. Английский язык в сфере информационных технологий : учебно-практическое пособие / В.А. Радовель. — Москва : КНОРУС, 2017. — 232 с

Электронные образовательные ресурсы:
Сайты, блоги, электронные библиотеки

1. LearnEnglish. [Электронный ресурс]. URL: https://learnenglish.britishcouncil.org/

Дополнительная электронная литература/учебные пособия, материалы, статьи

1. Стогниева, О. Н. Английский язык для ИТ-специальностей: учебное пособие для среднего профессионального образования/ О.Н.Стогниева. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 124 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-17877-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — [Электронный ресурс]. URL: https://urait.ru/bcode/539964
2. Английский язык в профессиональной деятельности для специальности Реклама. URL: https://e-univers.ru/upload/iblock/179/jq6yke44c7am1333od2q8h95qeupzz00.pdf 3.
3. Учебное пособие по специальности 42.02.01 [Электронный ресурс]. URL: Английский язык в профессиональной деятельности для специальности «Реклама» = English in Professional Activities for the Specialty `Advertising' : учебное пособие

Видеоматериалы/ виртуальные музеи/интерактивные презентации

1. Подборка фильмов по уровням английского Блог LinguaTrip https://linguatrip.com/blog/cto-posmotret-na-angliiskom-podborka-po-urovnyam/

Тренажеры/ тесты/ кейсы/ материал для практикума/ бесплатные онлайн курсы

1. Иностранный язык в профессиональной деятельности. Тесты. [Электронный ресурс]. URL: Иностранный язык в профессиональной деятельности (ИСиТ) тест с ответами🍀 | ВКонтакте (vk.com)

4 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка запланированных результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе текущего контроля знаний, проверки выполнения заданий практических занятий и самостоятельной работы, а также во время промежуточной аттестации.

Оценка качества подготовки обучающихся осуществляется через оценку знаний и умений по дисциплине и сформированности компетенций.

Результаты обучения (знания, умения)	**Формы и методы контроля и оценки результатов обучения**	
	Текущий контроль	**Промежуточная аттестация**
уметь:		
$У_1$ - общаться (устно и письменно) на английском языке на профессиональные и повседневные темы	- оценка выполнения заданий на практических занятиях; - оценка выполнения самостоятельной работы	- другие формы контроля - дифференцированный зачет
$У_2$ - переводить (со словарем) английские тексты профессиональной направленности;		
$У_3$ - самостоятельно совершенствовать устную и письменную речь, пополнять словарный запас;		
знать:		
$З_1$ - лексический (1200-1400 лексических единиц) и грамматический минимум, необходимый для чтения и перевода (со словарем) иностранных текстов профессиональной направленности.	- оценка выполнения заданий на практических занятиях; - устный опрос; - письменный опрос; - оценка выполнения заданий самостоятельной работы.	- другие формы контроля - дифференцированный зачет

Оценка общих компетенций (ОК):

Результат (общие компетенции)	*Основные показатели*
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам	- самостоятельно организует свою деятельность по выданным заданиям - умеет оценить свои возможности для выполнения поставленных целей, задач, заданий по дисциплине
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	- осуществляет поиск информации в сети Интернет и различных электронных носителях - извлекает информацию с электронных носителей - использует средства ИТ для обработки и хранения информации - представляет информацию в различных формах с использованием разнообразного программного обеспечения - создает презентации в различных формах

ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, *предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях*	- берет на себя ответственность за принятое решение/совершенный поступок - ответственно выполняет разовые/постоянные поручения в группе - может спрогнозировать результат - умеет оценить свои действия, поступки и проанализировать их
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	- устанавливает позитивный стиль общения - выбирает стиль общения в соответствии с ситуацией - признает чужое мнение - при необходимости отстаивает собственное мнение - принимает критику - ведет деловую беседу в соответствии с этическими нормами - соблюдает официальный стиль при оформлении документов - выполняет письменные и устные рекомендации преподавателя - способен к эмпатии - организует коллективное обсуждение рабочей ситуации
ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять *стандарты антикоррупционного поведения*[2].	- ведет деловую беседу в соответствии с этическими нормами - признает чужое мнение - способен к эмпатии - не обманывает - старается выполнять задания сам, не прибегая к помощи других
ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	- осуществлять эффективный поиск необходимой информации в российских и зарубежных источниках: нормативно-правовой документации, стандартов, научных публикации, технической документации; - уметь применять лексику и грамматику иностранного языка для перевода текста, содержание которого включает профессиональную лексику; - уметь анализировать, систематизировать и применять в профессиональной деятельности информацию, содержащуюся в документации профессиональной области.

[2] *Выделенное курсивом в рамках данной дисциплины не формируется*

Оценка ***профессиональных компетенций (ПК)*** происходит через освоенные знания и умения.

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
по выполнению самостоятельной работы
для специальности 42.02.01 Реклама

Якутск, 2024

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г.)

Методические указания составлены в соответствии с рабочей программой по дисциплине СГ.02 Иностранный язык в профессиональной деятельности

Разработчик: АНО СПО «Цифровой колледж Синергия»

Составитель:
Иванова С.В., преподаватель

1. Пояснительная записка

Самостоятельная работа студентов является одной из форм работы обучающихся по дисциплине СГ.02 Иностранный язык в соответствии с учебным планом и направлена на закрепление знаний и выполнение заданий для формирования словарного запаса и иноязычных компетенций специалиста по рекламе.

уметь:

$У_1$ - общаться (устно и письменно) на английском языке на профессиональные и повседневные темы;

$У_2$ - переводить (со словарем) английские тексты профессиональной направленности;

$У_3$ - самостоятельно совершенствовать устную и письменную речь, пополнять словарный запас;

знать:

$З_1$ - лексический (1200-1400 лексических единиц) и грамматический минимум, необходимый для чтения и перевода (со словарем) иностранных текстов профессиональной направленности.

с целью овладения **общими компетенциями (ОК)**:

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

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

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

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;

ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, *применять стандарты антикоррупционного поведения*[1].

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

и профессиональных компетенций (ПК):

ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.

ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.

ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.

[1] *Выделенное курсивом не формируется в рамках данной дисциплины*

ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.

ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.

2. Содержание самостоятельной работы

Importance of Advertising

Vocabulary

Introductory Terms for Advertising

Task 1. Listen to the words, read and learn them.

advertising, n реклама

Advertising as a form of communication is used to persuade an audience to take some action. The audience of advertising can include

listeners, readers or viewers.

advertiser, n 1 рекламодатель 2 газета с объявлениями

Advertiser is the manufacturer, product and service supplier or retailer. Advertisers use all kinds of mass media.

advertise (advertised, advertised, advertising), advertises, v рекламировать

To advertise means to present product or service to audience. Any business advertises its products and services.

advertisement =advert.=ad, n рекламное объявление; plural advertisements =adverts. =ads, n рекламные объявления

Advertisement is one of the ways of advertising the product or service. Currently there's a tendency to display the advertisements on the Internet.

Reading

Importance of Advertising

Task 2 Learn the words before reading the text.

consumer, n потребитель

exposure, n 1 экспозиция 2 воздействие

implementation, n внедрение

means of persuasion средства убеждения

provide (provided, provided, providing), provides, v обеспечивать

select (selected, selected, selecting), selects, v отбирать

Task 3 Guess the meaning of the words: business, individual, information, public, organization, stimulate.

Task 4 Match the meaning of English and Russian words.
English words: goods, demand, retailer, service.
Russian words: розничный торговец, спрос, товары, услуга.

Task 5 Answer the question 'Why is advertising so important?' after reading the text.
Importance of Advertising

Advertising is an inseperable part of business and public organizations.

It is aimed at implementation of their purposes. Advertising is realised through distribution of information. Advertising provides an exposure of goods and services to selected consumers, and this information is usually paid by individuals or organizations. It also attracts retailers.

Why is advertising so important? This is because it stimulates demand for products and services. The potential customer reads, hears or watches advertisements and buys the advertised product. Advertising is a strong means of persuasion. It is both an industry and an art.

Talk Effectiveness of Advertising

Task 6. Read the talk of Michael and Mary about the effectiveness of advertising and dramatise it.
Characters: Michael and his fellow mate David. Both are students currently studying advertising.
Effectiveness of Advertising
– Hello, Michael, how are you?
– I'm well, thank you, and you?
– Great. I'm going to become a specialist in advertising.
– Why?
– It's so important and can be effective.
– What do you mean?
– Effective advertising contains specific information about goods and their use, shows benefits to consumers, catches their attention.
– Yes, it does, and the original message is also important as well as placing advertisements in the media of high reputation.
– Quite right.
– Good luck. See you soon.
– Goodbye.

Writing

How to Make Advertising Effective

Task 7 Write a dialogue about the effectiveness of advertising (10-12 replicas and responds.

Types of Advertising. Introduction.
Print and Marketing Advertising

Vocabulary

Specific Words for Print and Marketing Advertising

Task 1 Learn the words about print and marketing advertising.

advertorial, n реклама в газете или журнале, содержащая информацию о продукте в стиле редакционной журналистской статьи

Advertorial is a special advertisement. Advertorial is an advertisement that provides information as in editorial articles.

banner, n баннер - заголовок или реклама, появляющаяся на веб-странице в форме столбца или рамки

A banner is an advertisement on a web page. A banner can also be a heading on a web page.

flyer, n 1 листовка 2 флайер

Flyer is a small advertisement on one side of paper. Flyers advertise products and events.

Task 2 Find the meaning of special words in the field of mass media, print advertising in the dictionary. Choose printed or e-dictionary: brochure, journal, magazine, newspaper.

Task 3 Learn the words before reading the text.

assume (assumed, assumed, assuming), assumes, v предполагать
cave paintings наскальные рисунки
choice, selection n выбор
evolve (evolved, evolved, evolving), evolves, v 1 развиваться 2 эволюционировать
papyrus sheets листья папируса

Task 4 Guess the meaning of words related to computer English: chat, forum, video, website.

Reading

Print and Marketing Advertising

Task 5 Answer the questions after reading the text "Print and Marketing Advertising".

1. What does print advertising include?
2. What is marketing advertising?

Print and Marketing Advertising

Advertising has become a form of communication with numerous ways for a business to convey a message to a consumer. We can assume that the cave paintings or papyrus sheets were the first forms of advertising.

Advertisers currently have a wide selection. There are the Internet sites, chats, forums, commercials, banners, videos. Print advertising includes everything that is printed on paper: newspapers, magazines and journals, brochures, flyers.

Marketing advertising has become important over the past twenty years.

It was developed based on creative ideas and innovations. This is an interactive form of advertising that attracts consumers to participate in promotional events, taking into account time and place.

Talk

Branded Chat Rooms

Task 6 Read and dramatise the dialogue.

Characters:

Richard Green, who graduated as an advertising specialist two years earlier

John White, advertising specialist

Michael, a student who is currently studying advertising Branded Chat Rooms

– Allow me to introduce my colleague, John White.

– Nice to meet you, Michael.

– Nice to meet you too. Could you, please, tell me about the use brandedo cfhat rooms in advertising?

– Oh, they are very useful, because you can discuss various business problems in all areas, including advertising at different levels.

– Including the level of top executives?

– Them too. I would advise you to watch these discussions, then select some of them and become one of the participants in the chat.

– Thank you.

Task 7 Make up a dialogue on the topic under discussion.

Writing

Preference of Print Advertising

Task 8 Write about what type of print advertisements you prefer and why.

Public Service and Media Advertising

Vocabulary

Specific Words for Types of Public Service and Media Advertising

Task 1 Explore definitions related to types of public service and media advertising.

broadcast advertising широковещательная реклама

The commercials are a necessary part of broadcast advertising.

Broadcast advertising is aimed at wide audience.

covert advertising скрытая реклама

Covert advertising is just mentioning of goods or products in the film.

media advertising реклама в средствах массовой информации (СМИ)

Advertising in the media has a wide target audience. The basis of media advertising is print advertising, radio, television and the Internet.

mobile advertising мобильная реклама

Mobile applications allow the use of mobile advertising. Mobile advertising can be applied to millions of mobile users.

online advertising онлайн (интернет) реклама

Availability is a benefit of online advertising. Another benefit of online advertising is immediate placement of advertisements.

outdoor advertising наружная реклама

The advantage of outdoor adverting is its visibility. Another advantage of outdoor advertising is its large size.

product placement advertising реклама размещения продукта

Product placement advertising can be realised in the form of hidden display of goods and products in films.

public service advertising общественная реклама

Public service advertising is aimed at issues of public service interest.

Public service advertising touches such spheres as religion, politics, health, safety.

Reading

Public Service and Media Advertising

Task 2 Read the text and find definitions of broadcast, outdoor, product placement, covert advertising, public service, mobile and online advertising.

Broadcast Advertising and Radio Commercials

Vocabulary

Specific Words for Broadcast Advertising

Task 1 Learn the words realted to broadcast advertising.

airing, n выход в эфир

Airing of programs is realised on the condition of their crediting.

We estimate the importance of airing the programs on radio.

audience, n аудитория

The audience is examined before the broadcast. The audience is explored by mass marketing experts.

be aired быть в эфире

The commercials are aired every day. My favourite commercial is aired in the morning.

channel, n канал

TV offers a great variety of channels. Everyone has his or her favourite channels.

commercial, n рекламный ролик

Commercials combine both sound and video. Commercials are an effective type of broadcasting.

persuasion, n убеждение

Advertising uses different types of persuasion. It explores which types of persuasion are most effective.

prime time лучшее время или прайм-тайм

Prime time is the broadcasting time, when the number of listeners or viewers is the highest. Prime time is more expensive.

Task 2 Compare the equivalents of English and Russian words in business.

Benefit, choice, cost, expensive, global scale, goods and services, market,
mass marketing, persuasion, promotion.

Выбор, выгода, глобальный масштаб, дорогостоящий, массовый маркетинг,
продвижение, рынок, стоимость, товары и услуги, убеждение.

Reading

Broadcast Advertising and Radio Commercials

Task 3 Learn specific words before reading the text about broadcast advertising.

available, a доступный

depend (depended, depended, depending), depends, v 1 зависеть 2 полагаться 3 рассчитывать; depend on зависеть от

frequency, n частота

include (included, included, including), includes, v включать в себя

refer (referred, referred, referring), refers, v 1 обращаться 2 ссылаться 3 относиться

take into consideration принимать во внимание wide (wider, the widest), a широкий

Task 4 Read the text about broadcast advertising and find the conditions of successful radio, TV and Internet advertising.

Broadcast Advertising and Radio Commercials

Broadcast advertising is the most popular type of advertising today.

Why is it so? It includes radio, TV and the Internet advertising. That's why it can be addressed to a wider audience and refers to mass marketing, because it can be accessible to the audience on a global scale. The role of broadcast advertising is promotion of goods and services and persuasion of wide audience in their benefits. The cost of broadcast advertising depends on the time when the commercial is aired. Of course, prime time will be more expensive. For success of radio commercial both the frequency of its airing and the type of audience are important. The type of audience listening to certain channels should have been studied in advance.

The choice of voice should also be taken into account depending on the type of audience and the commercial.

Talk

Discussion of Radio Commercials in Broadcast Advertising

Task 5 Complete the dialogue with words and expressions below and dramatise it.

Broadcast advertising, commercials, marketing consultant, persuasive

Characters: Michael and his fellow mate William.

Both are students currently studying advertising.

estimate (estimated, estimated, estimating), estimates, v оценить

deep (deeper, deepest), a глубокий

mild (milder, mildest), a мягкий

particular, a 1 конкретный 2 особый 3 специфический

voice, n голос

Discussion of Radio Commercials in Broadcast Advertising

– Hello, Michael. How are you?

– I'm well, thank you. I've recently been interested in ....

– What kind of commercials?

– In fact, I'm interested in radio ... and I'm going to make a project on them.

– Any particular commercial?

– Yes, advertising of medicines for people with joint problems. I conducted a study and found it more interesting for this category of listeners.
– And what voice did you choose?
– Deep, mild and ....
– I am sure that I shall listen to your commercial. Did you involve ... to estimate the benefits?
– Yes, the result is quite positive.
– Good luck.
– Thank you. Goodbye.

Writing

Radio Commercials

Task 6 Write an informative essay about commercials within the framework of an advertising broadcast (80-100 words).

Television and Online Advertising

Vocabulary

Specific Words for Television and Online Advertising

Task 1 Learn words for television and online advertising.

spot, n место

The spot of advertising is determined by the amount of money paid.

In prime time the spots in commercials are more expensive.

television (TV) advertising телевизионная реклама

Television advertising is a part of broadcast advertising. It is one of the most popular types of advertising.

Reading

Television and Online Advertising

Task 2 Learn the words and expressions before reading the text. Find them in the sentences of the text.

hire specialists нанять специалистов

in the field of marketing в области маркетинга

make an impact оказать влияние

make a specific budget составить конкретный бюджет

serve the interests служить интересам

Task 3 Read the text and answer the questions.

1 Whose interests does TV advertising serve?

2 What makes a strong impact on audience?

3 The spots in TV commercials are also usually paid, aren't they?

4 How long do TV commercials last?

5 What kind of budget do companies make for radio and TV commercials?

6 What specialists do they hire to estimate the future income from money investment to broadcast advertising?

7 What is the purpose of the Internet advertising?

8 What does the Internet advertising include?

Television and Online Advertising

Another type of broadcast advertising, television (TV) advertising is supposed to serve the interests of larger companies. Combination of video and sound makes a strong impact on audience. Both sound and video must be on a high level. Moreover, everything that is advertised must be true.

The spots in TV commercials are also usually paid and last from thirty to sixty seconds. In fact, advertising on radio and television has become so important that companies allocate a

certain budget for them and hire marketing specialists who can estimate the future return on investment for broadcast advertising.

The Internet advertising, also called online advertising, serves the interests of businesses to make the sale of their products more successful. It includes banners, media, and social media advertising available to customers. No modern advertising campaign can do without broadcast advertising.

Talk

Discussion of the Report on Television and Online Advertising

Task 4 Complete the dialogue with the phrases below and dramatise it.

Budget calculations, online advertising, serve the interests

Characters: Mr. Smith, Advertising Lecturer

Michael, a student who is currently studying advertising

Discussion of the Report on Television and Online Advertising

– Good morning, Mr. Brown. May I submit the report about television and ...?

– Yes, Michael, you may.

– Shall I make the analysis how TV and online advertising … of larger companies, business to make the sale of products more successful?

– It's essential in your future research.

– Could I also include …? Right. And do not forget, please, to include an assessment of marketing professionals.

– Thank you for the advice, Mr. Brown.

– Submit your report in two weeks, please.

– All right, sir. Goodbye.

– Goodbye, Michael.

Writing

Report about TV and Online Advertising

Task 5 Find information about TV and online advertising and present it in class. Illustrate the material with examples.

Outdoor Advertising

Vocabulary

Specific Words for Outdoor Advertising

Task 1 Learn words related to outdoor advertising.

Outdoor advertising or out-of-home advertising наружная реклама

Outdoor advertising is the medium of the mass market. Outdoor advertising can be addressed to thousands of people.

billboard, n рекламный щит

The ideal message on the billboard should contain no more than six words. The rating of the billboard is determined by the number of daily views.

points of sales indicators индикаторы точек продаж

Points of sales indicators show the place where goods or services are sold. Points of sales indicators include direction, distance to the point of sale and indicate the name of the product or service.

street furniture уличная мебель

Street furniture includes bollards, benches, litter bins. It also includes phone boxes, street lamps, signs of street names.

transit advertising транзитная реклама

Transit advertising is located at stations, terminals, stops, waiting rooms. It is also located both inside and outside vehicles.

Reading

Outdoor Advertising

Task 2 Study the words before reading the text. Find the sentences with these words in the text and read them aloud.

fast (faster, fastest), a быстрый

media for the mass market СМИ для массового рынка

efficient, a 1 эффективный 2 продуктивный 3 действенный

conversation, n разговор

share (shared, shared, sharing), shares, v 1 делиться 2 разделять 3 участвовать

sharing, n 1 обмен 2 разделение

successful, a успешный

view, n 1 вид 2 мнение 3 точка зрения

visual, a 1 визуальный 2 зрительный 3 наглядный

avoid (avoided, avoided, avoiding), avoids, v 1 избежать 2 избегать

Task 3 Read paragraph one and

a) name the types of outdoor advertising

b) answer the question if outdoor advertising is cheap or expensive and why.

Task 4 Find the conditions of successful outdoor advertising in paragraph two.

Outdoor Advertising

Outdoor advertising, also called out-of-home advertising, along with broadcasting advertising, is also media for the mass market. Outdoor advertising includes billboards, points of sales indicators, transit advertising and street furniture. It is now not only on the street but also in mobile phones and on the Internet, very fast and efficient. Since outdoor advertising can reach thousands of consumers, it is expensive.

To make the ideas more successful, advertiser thinks over the ways of sharing them with the audience. He chooses the places with many views. Specialist in advertising also considers competition in specific field to avoid problems. Outdoor advertising has to be kept simple but bright, visual with few intriguing words. Outdoor advertising is only a way to starta conversation with a consumer, not the conversation itself.

Task 5 Think and say

a) which kind of transport is more effective for transit advertising: airplane, train, car, bus, trolley-bus, tram

b) which kind of street furniture is most impactful: booths, kiosks, shelters for public transport. Give reasons.

Talk

Discussion of Outdoor Advertising

Task 6 Listen to the dialogue of two friends discussing outdoor advertising for a music concert and dramatise it.

Characters: Michael and his fellow mate Charles. Both are students currently studying advertising.

Discussion of Outdoor Advertising

– Hello. Listen, Michael, did you see outdoor advertisement at the bus shelter near our house?

– I'm sorry to say, but I didn't.

– It's a pity. It is colourful. The tour of the famous pianist.

– There are only few words, but they tell a lot.

– Yes, they are. And the music program is going to be wonderful during twheo nwdheorfleu levening. Liszt, Chopin, Rachmaninov.

– Will you join me at the concert?

– Yes, I shall.

– Splendid. I'll buy the tickets.

Task 7 Discuss the problems of outdoor advertising according to plan: a) definition b) forms c) the ways of making it successful.

Writing

Providing Additional Information on Outdoor Advertising

Task 8 Find on the Internet and write additional information about outdoor advertising. Share your opinion in the classroom.

Product Placement Advertising. Covert Advertising

Vocabulary

Specific Words for Product Placement and Covert Advertising

Task 1 Learn words related to product placement and covert advertising.

embedded marketing встроенный маркетинг

In other words, product placement advertising is called embedded marketing. Embedded marketing is synonymous to product placement advertising.

increase, n увеличение

The increase in sales is due to advertising. We are seeing an increase in sales every year.

increase (increased, increased, increasing), increases, v 1 увеличивать 2 возрастать

Awareness of products and services increases with advertising.

Advertising also increases sales.

manufacturer, n производитель

Manufacturers work with advertising companies. Manufacturers and advertising companies usually conclude an agreement.

profit, n прибыль

Advertising provides profit for manufacturers. Advertising also provides profit for itself.

profitable (more profitable, most profitable), a 1 рентабельный 2 выгодный 3 доходный 4 прибыльный

Covert advertising is profitable. Product placement advertising is even more profitable.

relationship, n 1 связь 2 отношение 3 взаимоотношение

Covert advertising develops the relationship between the consumer and the market. It also provides relations between buyers and advertising companies.

Reading

Product Placement and Covert Advertising

Task 2 Read the text and

a) give definitions of product placement and covert advertising

b) name the relationships of product placement and covert advertising with marketing.

Product Placement and Covert Advertising

Under product placement we usually mean advertising technique used in media for promotion of products by the companies. Product placement is also determined as an embedded marketing. It is the transaction between manufacturers and advertising companies. They conclude an agreement for product placement in films or shows. Business partners hope that viewers will follow the preferences of products and services presented in cinema by actors. Both partners receive benefit and profit.

Covert advertising also belongs to marketing tools. It is a tool of marketing communication. Covert advertising develops relationships between the consumers and marketing brands. It provides increase of sales by means of communication. Covert advertising is used in videos, plays, shows, sports, games. Now it is widely used for promotion of brands and products.

Task 3 Give examples of product placement and covert advertising.
Talk
Discussion of Product Placement and Covert Advertising

Task 4 Listen to the dialogue of two friends discussing the advantages of product placemepnrt oadnudct covert advertising and dramatise it.
Characters: Michael and his fellow mate Joseph. Both are students currently studying advertising.
Discussion of Product Placement and Covert Advertising
– Hello. Joseph, what's your opinion about product placement and covert advertising?
– Well, Michael, I think they are now widely used. Advertising is not overt. It is subtle or covert, and I like it.
– Do actors in films or shows affect your choice?
– No, not much. I usually have my own opinion.
– In my opinion, both manufacturers and advertising benefit fcroomp panroiedsuct placement and covert advertising, don't they?
– Quite right. This is pretty profitable. And the income is quite significant.
– It's interesting. I suggest investigating the problem.
– I share your opinion.

Writing
Reports on Product Placement and Covert Advertising
Task 5 Prepare and submit reports on product placement and covert advertising.

ЛИТЕРАТУРА

Учебная литература:

1. Иванова О. Ф. Английский язык. Пособие для самостоятельной работы учащихся (B1 — C1) : учебное пособие для среднего профессионального образования / О. Ф. Иванова, М. М. Шиловская. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 357 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15795-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/509748 (дата обращения: 12.01.2024).
2. Куряева Р. И. Английский язык. Лексика и грамматика : учебник для среднего профессионального образования / Р. И. Куряева. — 8-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 497 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16553-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/531289 (дата обращения: 12.01.2024).
3. Краснова Т. И. Английский язык для специалистов в области интернет-технологий. English for Internet Technologies : учебное пособие для среднего профессионального образования / Т. И. Краснова, В. Н. Вичугов. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 191 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16921-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/532021 (дата обращения: 12.01.2024).

Дополнительная литература:

1. Англо-русский и русско-английский словарь
2. Андрюшкин А.П. Business English. Деловой английский язык. – Норинт, 2019
3. Кумарова М.Г. Новый бизнес-английский (Курс деловой лексики английского языка) – М.: Акалис, 2019
4. Радовель, В.А. Английский язык в сфере информационных технологий : учебно-практическое пособие / В.А. Радовель. — Москва : КНОРУС, 2017. — 232 с

Электронные образовательные ресурсы:
Сайты, блоги, электронные библиотеки

1. LearnEnglish. [Электронный ресурс]. URL: https://learnenglish.britishcouncil.org/

Дополнительная электронная литература/учебные пособия, материалы, статьи

1. Стогниева, О. Н. Английский язык для ИТ-специальностей: учебное пособие для среднего профессионального образования/ О.Н.Стогниева. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 124 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-17877-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — [Электронный ресурс]. URL: https://urait.ru/bcode/539964

2. Английский язык в профессиональной деятельности для специальности Реклама. URL: https://e-univers.ru/upload/iblock/179/jq6yke44c7am1333od2q8h95qeupzz00.pdf 3.

3. Учебное пособие по специальности 42.02.01 [Электронный ресурс]. URL: Английский язык в профессиональной деятельности для специальности «Реклама» = English in Professional Activities for the Specialty `Advertising' : учебное пособие

Видеоматериалы/ виртуальные музеи/интерактивные презентации

1. Подборка фильмов по уровням английского Блог LinguaTrip https://linguatrip.com/blog/cto-posmotret-na-angliiskom-podborka-po-urovnyam/

Тренажеры/ тесты/ кейсы/ материал для практикума/ бесплатные онлайн курсы

1. Иностранный язык в профессиональной деятельности. Тесты. [Электронный ресурс]. URL: Иностранный язык в профессиональной деятельности (ИСиТ) тест с ответами☘ | ВКонтакте (vk.com)

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледж
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024

УТВЕРЖДАЮ
Директор АНО СПО «Цифровой коллед
«Синергия»
_____ С.Н.Семенов
«15» 04 2024 г.

Оценочные материалы

промежуточной аттестации

по дисциплине

СГ.02. Иностранный язык в профессиональной деятельности

для специальности 42.02.01 Реклама

Разработчик:
Иванова С.В., преподаватель АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»

Якутск, 2024

Пояснительная записка

Оценочные материалы для промежуточной аттестации по дисциплине СГ.02. Иностранный язык в профессиональной деятельности предназначены для оценки достижений запланированных результатов по дисциплине и общих компетенций обучающихся по специальности *42.02.01 Реклама.*

1.1. Оценка освоения запланированных результатов по дисциплине

В результате освоения запланированных результатов по дисциплине СГ.02. Иностранный язык в профессиональной деятельности обучающийся должен

уметь:

$У_1$ - общаться (устно и письменно) на английском языке на *профессиональные*[1] и повседневные темы;

$У_3$ - самостоятельно совершенствовать устную и письменную речь, пополнять словарный запас;

знать:

$З_1$ - лексический (1200-1400 лексических единиц) и грамматический минимум, необходимый для чтения и перевода (со словарем) иностранных текстов *профессиональной направленности*.

с целью овладения общими компетенциями (ОК):

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

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

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;

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

---

[1] *Выделенное курсивом не проверяется в рамках промежуточной аттестации 2 семестра*

1 семестр

Вид текущего контроля – контрольная работа.

Задания 1-16 оцениваются в 1 балл (максимальное количество баллов – 16).

Задания 17 – 48 оцениваются в 2 балла (максимальное количество баллов – 64).

Итого максимальное количество баллов за контрольную работу – 80 б.

Время выполнения задания – 90 минут.

Критерии оценивания устных ответов и письменных работ

Уровень освоения тем дисциплины (оценка)	Критерии оценивания отдельных видов работ студента		
	Устный опрос	Выполнение письменных упражнений	Выполнение теста, самостоятельной работы, контрольной работы
Отлично	Дан полный и развернутый ответ на вопрос с использованием лексики и грамматики изученной темы. Умение иллюстрировать сказанное примерами; отсутствие ошибок в речи. Высказывание состоит из 5-7 предложений.	Студент в полной мере и правильно выполнил задание письменного упражнения, аккуратно оформил его в рабочей тетради; комментирует и объясняет любую часть упражнения.	Студентом дано 85-100% правильных ответов. (68 – 80 баллов)
Хорошо	Дан полный и развернутый ответ на вопрос с использованием лексики и грамматики изученной темы. Умение иллюстрировать сказанное примерами; имеются 1-2 негрубые / незначительные ошибки в речи. Высказывание состоит из 4-6 предложений.	Студент в целом правильно выполнил задание письменного упражнения, допустил некоторое количество несущественных ошибок, аккуратно оформил его в рабочей тетради; комментирует и объясняет любую часть упражнения.	Студентом дано 75-84% правильных ответов. (60 - 67 баллов)
Удовлетво-рительно	Дан неполный ответ на вопрос, лексика и грамматика не соответствуют изученной	Студент выполнил задание письменного упражнения, но допустил некоторое количество	Студентом дано 50-74% правильных ответов. (40 - 59 баллов)

	теме. Затруднения в попытке иллюстрировать сказанное примерами; наличие грубых грамматических ошибок (2 – 3) в речи. Высказывание состоит из 3-4 предложений.	существенных ошибок, не совсем аккуратно оформил его в рабочей тетради; комментирует и объясняет лишь отдельные части упражнения.	
Неудовлет-ворительно	Ответ на вопрос не дан или дан частично. Имеются грубые грамматические и орфографические ошибки, препятствующие пониманию речи. Высказывание состоит из 1-2 предложений.	Студент неправильно выполнил задание письменного упражнения, не совсем аккуратно оформил его в рабочей тетради; после наводящих вопросов преподавателя комментирует и объясняет лишь отдельные части упражнения.	Студентом дано менее 50% правильных ответов. (39 и менее баллов)

Перевод баллов на оценку:

Балл	68-80	60-67	40-59	39 и менее
Отметка	отлично	хорошо	удовлетворительно	неудовлетворительно

Автономная некоммерческая организация среднего профессионального образования
«Цифровой колледж «Синергия»

УТВЕРЖДЕНО
директором колледжа в составе
образовательной программы *по специальности*
42.02.01 Реклама

КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА
для промежуточной аттестации (1 семестр)
по дисциплине СГ.02. Иностранный язык в профессиональной деятельности

Section 1: Vocabulary
1. Complete these sentences with the words in the box. You do not need all the words.
architect analyst burn hard insert make officer pleased welcome

1. John designs networks. He's a network _____ .
2. I've got a new _____ disc drive for my laptop.
3. I must _____ some CDs.
4. Sarah is the new IT support _____ .
5. _____ the CD in the disc drive here.
6 . _____ to meet you. I'm Pablo.
7. _____ to the team, Ahmed!
8. They _____ sure the system works well.

Section 2: Language
1. Choose the correct answer, A, B or C.

My name (9) _____ Alicia and I work for GF Systems. I (10) _____ a programmer. I think GF is the (11) _____ company in its field. I (12) _____ got three other people in my team and I (13) _____ work in the office all the time. I (14) _____ work from home three days a week.
I (15) _____ from home today, creating a new office program. It's more efficient and (16) _____ than our existing program.

9. A has	B does	C is
10. A are	B am	C is
11. A better	B best	C good
12. A has	B have	C am
13. A don't have to	B mustn't	C can't
14. A have	B am	C can
15. A work	B am working	C working
16. A fast	B fastest	C faster

2. Write questions (?) and negative (×) sentences.
Examples:
1) She lives in Qatar. (?) *Does she live in Qatar?*
2) He's from Spain. (×) *He isn't from Spain.*

17. They've got new software. (?)
_____
18. He's learning about the video program. (×)
_____
19. He's got a good job. (?)
_____
20. I work for IBM. (×)
_____

Reading
1. Look at this table and complete the text. Use one word in gap.

	Laptop A	**Laptop B**
RAM	4GB	3GB
Screen Size	12"	15"
Weight	2.5 kg	2 kg
Cost	$856	$925
Speed	very fast	fast

Laptop A has a(n) (21) _____ memory than Laptop B. The screen size is (22) _____ on Laptop A. Laptop B is $925 and is (23) _____ than Laptop A. Laptop B is (24) _____ in weight than Laptop A. Laptop A has a better speed – it's (25) _____ than Laptop B.

2. Complete this article about websites with the words in the box.

design internet maintained navigation provides sells used webmasters

There are several types of websites on the (26) _____, many offering different things. For example, a commercial website (27) _____ products or services. These types of website are (28) _____ for promoting a business or service and are the most common type of website. When you (29) _____ a commercial website, it is important to make sure that your visitors can move around easily in your site. Poor (30) _____ makes it difficult for people to find what they are looking for and they will leave.

A news website (31) _____ information about current events and opinions. This kind of website should also encourage feedback from its visitors. In fact, many blogs are just a news site that covers current events and the views of the (32) _____ and visitors. A personal website is a website (33) _____ by an individual for personal use. Though similar to a blog, a personal website is usually much larger and contains the personal interests, hobbies, etc. of the person controlling the website.

Writing

Complete this email with the words in the box. You do not need all the words.

am are can't creating have must my

Dear Colleagues

(34) _____ name is Stephen Loading and I (35) _____ the new Network Administrator. We (36) _____ installing a new network system, so you (37) _____ all have new user names and passwords. You (38) _____ log in to the new system without them. We are (39) _____ the new user names and passwords today. Thank you for your patience in this matter.

Regards

Stephen

Listening

1► 06 Listen and choose the correct answer, A, B or C.

40. Who works in Dubai?
    A Ahmed B Betty C Milo
41. Who does Milo work for?
    A Dell B HP C Microsoft
42. Who does Frida work with?
    A Ahmed B Betty C Milo

2. ► 08 Listen and complete this timetable.

CISCO network workshop

Start time: (43) _____

Finish time: (44) _____

Microsoft Windows Applications workshop

Start time: (45) _____

Finish Time: (46) _____

Break times: (47) _____

(48) _____

2 семестр
Форма промежуточной аттестации – другая форма контроля
Вид – контрольная работа.

Задания 1-10 (лексика) оцениваются в 2 балла (максимальное количество баллов – 20).
Задания 11 – 20 (грамматика) оцениваются в 1 балл (максимальное количество баллов – 10).
Задание 21 - 25 (понимание текста) оценивается в 3 балла (максимальное количество баллов – 15).
Итого максимальное количество баллов за контрольную работу **– 45 баллов**
Время выполнения задания – 90 минут.

Критерии оценивания устных ответов и письменных работ

Уровень освоения тем дисциплины (оценка)	Критерии оценивания отдельных видов работ студента		
	Устный опрос	Выполнение письменных упражнений	Выполнение теста, самостоятельной работы, контрольной работы
Отлично	Дан полный и развернутый ответ на вопрос с использованием лексики и грамматики изученной темы. Умение иллюстрировать сказанное примерами; отсутствие ошибок в речи. Высказывание состоит из 5-7 предложений.	Студент в полной мере и правильно выполнил задание письменного упражнения, аккуратно оформил его в рабочей тетради; комментирует и объясняет любую часть упражнения.	Студентом дано 85-100% правильных ответов. (38 – 45 баллов)
Хорошо	Дан полный и развернутый ответ на вопрос с использованием лексики и грамматики изученной темы. Умение иллюстрировать сказанное примерами; имеются 1-2 негрубые / незначительные ошибки в речи. Высказывание состоит из 4-6 предложений.	Студент в целом правильно выполнил задание письменного упражнения, допустил некоторое количество несущественных ошибок, аккуратно оформил его в рабочей тетради; комментирует и объясняет любую часть упражнения.	Студентом дано 75-84% правильных ответов. (34 – 39 балла)

Удовлетво-рительно	Дан неполный ответ на вопрос, лексика и грамматика не соответствуют изученной теме. Затруднения в попытке иллюстрировать сказанное примерами; наличие грубых грамматических ошибок (2 – 3) в речи. Высказывание состоит из 3-4 предложений.	Студент выполнил задание письменного упражнения, но допустил некоторое количество существенных ошибок, не совсем аккуратно оформил его в рабочей тетради; комментирует и объясняет лишь отдельные части упражнения.	Студентом дано 50-74% правильных ответов. (23 – 33 баллов)
Неудовлетво-рительно	Ответ на вопрос не дан или дан частично. Имеются грубые грамматические и орфографические ошибки, препятствующие пониманию речи. Высказывание состоит из 1-2 предложений.	Студент неправильно выполнил задание письменного упражнения, не совсем аккуратно оформил его в рабочей тетради; после наводящих вопросов преподавателя комментирует и объясняет лишь отдельные части упражнения.	Студентом дано менее 50% правильных ответов. (22 и менее баллов)

Перевод баллов на оценку:

Балл	38 - 45	34 - 39	23 - 33	22 и менее
Отметка	отлично	хорошо	удовлетворительно	неудовлетворительно

Автономная некоммерческая организация среднего профессионального образования «Цифровой колледж «Синергия»

УТВЕРЖДЕНО
директором колледжа в составе образовательных программ по специальности 42.02.01 Реклама

КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА
для промежуточной аттестации (2 семестр)
по дисциплине СГ.02. Иностранный язык в профессиональной деятельности

Section 1: Complete the table

№	English	Russian
1	An advert	
2	A search engine	
3	A channel	
4	A commercial break	
5	A soap opera	
6		Блог
7		Спам
8		Всплывающая реклама
9		Быть на обложке выпуска журнала
10		Образец подражания

Section 2: Choose the correct answer

11. I had _____ sandwich and _____ banana for lunch, but _____ sandwich was awful!
a) the, the, the b) a, the, the c) the, the, a d) a, a, the

12. I _____ playing the guitar when I was eleven.
a) had started b) started c) would start

13. - Have you got any plans for your birthday this year?
- Not really… but I think I _____ some friends for dinner.
a) am going to invite b) am inviting c) will invite

14. When she lived in Italy, she picked the language _____.
a) on b) up c) to

15. How much do you spend _____ clothes every month?
a) for b) to c) on

16) She succeeded ____ passing her driving test the third time.
a) in b) to c) at

17) At least three trains a day _____ at this station.
a) cancel b) is cancelled c) cancels d) are cancelled

18) More than 50 people _____ yesterday.
a) were arrested b) was arrested c) are arrested c) is arrested

19. She’s going shopping _____ Saturday afternoon to buy some shoes.
a) in b) on c) at

20. 'I've been ill for a couple of weeks.' ⇒ He told me he _____ for a couple of weeks.
a) was ill b) is ill c) had been ill

Section 3. Read the text and answer the questions:

Understanding Mass Media and Mass Communication

When we think about "mass media," what do we imagine? Maybe it's television, radio, newspapers, or even social media platforms? You're on the right track! Mass media is the collection of various channels that share information and entertainment with a wide audience. It acts like a megaphone, amplifying messages and reaching millions of people in an instant.

Now, let's consider mass communication. This is the skill of creating and sharing those messages. Mass communication involves the process of crafting, sending, and interpreting information for a large audience using different forms of media. This can include writing articles, producing films, or conducting interviews, all aimed at connecting with people and influencing public opinion.

With a basic understanding of mass media and mass communication, we can delve deeper into their complexities. Join us as we explore the fascinating world of media and communication!

There are important differences between mass media and mass communication. Mass media refers to the various channels that distribute information to a large audience, such as television and newspapers. In contrast, mass communication is about the process of delivering a message to a broad audience, regardless of the medium used. While both are vital in society, mass media focuses on how content is delivered, while mass communication covers the entire act of communication.

21. What are some examples of mass media mentioned in the text, and how do they function as channels of communications?
22. In what ways does mass communication differ from mass media according to the passage? Provide specific details to support answer.
23. How does the text describe the role of mass communication in influencing public opinion? What examples or processes are highlighted?
24. Identify and explain the significance of the academic terms "crafting", "sending" and "interpreting" in the context of mass communication. Why are these processes crucial?
25. Reflect on the final paragraph of the text. What are the implications of understanding the differences between mass media and mass communication for individuals in today's society?

3 семестр

Форма промежуточной аттестации – другая форма контроля
Вид – контрольная работа.

Задания 1-10 оцениваются в 2 балла (максимальное количество баллов – 20).
Задания 11 – 18 оцениваются в 1 балл (максимальное количество баллов – 8).
Задания 19 – 28 оцениваются в 5 баллов, «отлично» (максимальное количество баллов – 5). Студенты вытягивают один вопрос из предложенных ниже. Перечень вопросов выдается студентам за 2 недели до контрольной работы.
Итого максимальное количество баллов за контрольную работу **– 33 баллов**
Время выполнения задания – 90 минут.

Критерии оценивания устных ответов и письменных работ

Уровень освоения тем дисциплины (оценка)	Критерии оценивания отдельных видов работ студента		
	Устный опрос	Выполнение письменных упражнений	Выполнение теста, самостоятельной работы, контрольной работы
Отлично	Дан полный и развернутый ответ на вопрос с использованием лексики и грамматики изученной темы. Умение иллюстрировать сказанное примерами; отсутствие ошибок в речи. Высказывание состоит из 5-7 предложений.	Студент в полной мере и правильно выполнил задание письменного упражнения, аккуратно оформил его в рабочей тетради; комментирует и объясняет любую часть упражнения.	Студентом дано 85-100% правильных ответов. (29 – 33 балла)
Хорошо	Дан полный и развернутый ответ на вопрос с использованием лексики и грамматики изученной темы. Умение иллюстрировать сказанное примерами; имеются 1-2 негрубые / незначительные ошибки в речи. Высказывание состоит из 4-6 предложений.	Студент в целом правильно выполнил задание письменного упражнения, допустил некоторое количество несущественных ошибок, аккуратно оформил его в рабочей тетради; комментирует и объясняет любую часть упражнения.	Студентом дано 75-84% правильных ответов. (24 -28 баллов)
Удовлетво-рительно	Дан неполный ответ на вопрос, лексика и грамматика не	Студент выполнил задание письменного упражнения, но	Студентом дано 50-74% правильных ответов.

	соответствуют изученной теме. Затруднения в попытке иллюстрировать сказанное примерами; наличие грубых грамматических ошибок (2 – 3) в речи. Высказывание состоит из 3-4 предложений.	допустил некоторое количество существенных ошибок, не совсем аккуратно оформил его в рабочей тетради; комментирует и объясняет лишь отдельные части упражнения.	(16 – 23 балла)
Неудовлетво-рительно	Ответ на вопрос не дан или дан частично. Имеются грубые грамматические и орфографические ошибки, препятствующие пониманию речи. Высказывание состоит из 1-2 предложений.	Студент неправильно выполнил задание письменного упражнения, не совсем аккуратно оформил его в рабочей тетради; после наводящих вопросов преподавателя комментирует и объясняет лишь отдельные части упражнения.	Студентом дано менее 50% правильных ответов. (15 и менее баллов)

Перевод баллов на оценку:

Балл	29 - 33	24 - 28	16 - 23	15 и менее
Отметка	отлично	хорошо	удовлетворительно	неудовлетворительно

Автономная некоммерческая организация среднего профессионального образования
«Цифровой колледж «Синергия»

УТВЕРЖДЕНО
директором колледжа в составе образовательных программ по
специальности 42.02.01 Реклама

КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА
для промежуточной аттестации (3 семестр)
по дисциплине СГ.02. Иностранный язык в профессиональной деятельности

Section 1: Заполните таблицу:

№	English	Russian
1	brand awareness	
2	purchasing capacity	
3	to advertise	
4	competitive position	
5	public relations	
6		привлекать, вовлекать; включать в себя, содержать
7		лоббирование
8		навыки
9		выпускать
10		доверие

Section 2: Составьте словосочетания:

11	to focus on	**A**	strategies
12	social	**B**	audience
13	to launch	**C**	advertising
14	public	**D**	the company’s overall image
15	target	**E**	a series of commercials
16	public relations	**F**	an advertising agency
17	word-of-mouth	**G**	figure
18	to hire	**H**	media

Section 3. Answer the questions:

19. What types of advertising are in use today?

20. What is it that makes an advert effective?

21. Do you buy products because of advertising?

22. Do you think ads influence the choices you make when you buy clothes?

23. What is the most advertised product in your country?

24. What kind of advertisements attract your attention?

25. What are some effective adverts you have seen lately?

26. What is the most popular way of advertising?

27. What are the advantages of advertising on the Internet?

28. How would you advertise something you wanted to sell?

Преподаватель _____С.В. Иванова

1.2. Оценка освоения компетенций

Контроль и оценка запланированных результатов освоения запланированных результатов по дисциплине осуществляется преподавателем в процессе текущего контроля знаний, проверки выполнения заданий практических занятий и самостоятельной работы, а также во время промежуточной аттестации. Оценка качества подготовки обучающихся осуществляется через оценку знаний, умений по дисциплине и оценку сформированности компетенций.

Оценка общих компетенций (ОК):

Результат (общие компетенции)	*Основные показатели*
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам	- самостоятельно организует свою деятельность по выданным заданиям - умеет оценить свои возможности для выполнения поставленных целей, задач, заданий по дисциплине
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	- осуществляет поиск информации в сети Интернет и различных электронных носителях - извлекает информацию с электронных носителей - использует средства ИТ для обработки и хранения информации - представляет информацию в различных формах с использованием разнообразного программного обеспечения - создает презентации в различных формах
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	- устанавливает позитивный стиль общения - выбирает стиль общения в соответствии с ситуацией - признает чужое мнение - при необходимости отстаивает собственное мнение - принимает критику - ведет деловую беседу в соответствии с этическими нормами - соблюдает официальный стиль при оформлении документов - выполняет письменные и устные рекомендации преподавателя - способен к эмпатии - организует коллективное обсуждение рабочей ситуации
ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом	- ведет деловую беседу в соответствии с этическими нормами - признает чужое мнение - способен к эмпатии - не обманывает - старается выполнять задания сам, не прибегая к помощи других

гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, *применять стандарты антикоррупционного поведения*[2].	
[2] *- Выделенное курсивом в рамках данной дисциплины не формируется*	

Критерии

2 балла - компетенция проявляется постоянно в полной мере (сформирована полностью);

1 балл - компетенция проявляется иногда или неполностью (частично сформирована);

0 баллов - компетенция не проявляется (не сформирована).

Профессиональные компетенции (ПК) оцениваются через освоенные знания и сформированные умения.

Результат (профессиональные компетенции)	*Основные показатели*
ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.	**уметь:** - общаться (устно и письменно) на английском языке на профессиональные и повседневные темы, переводить (со словарем) английские тексты профессиональной направленности, самостоятельно совершенствовать устную и письменную речь, пополнять словарный запас **знать: -** лексический (1200-1400 лексических единиц) и грамматический минимум, необходимый для чтения и перевода (со словарем) иностранных текстов профессиональной направленности.
ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.	**уметь:** - общаться (устно и письменно) на английском языке на профессиональные и повседневные темы; - переводить (со словарем) английские тексты профессиональной направленности; **знать: -** лексический (1200-1400 лексических единиц) и грамматический минимум, необходимый для чтения и перевода (со словарем) иностранных текстов профессиональной направленности.
ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.	**уметь: -** переводить (со словарем) английские тексты профессиональной направленности; - самостоятельно совершенствовать устную и письменную речь, пополнять словарный запас; **знать:** - лексический (1200-1400 лексических единиц) и грамматический минимум, необходимый для чтения и перевода (со словарем) иностранных текстов профессиональной направленности.
ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии	**уметь:** - общаться (устно и письменно) на английском языке на профессиональные и повседневные темы; - переводить (со словарем) английские тексты профессиональной направленности;

рекламной/коммуникационной кампании.	- самостоятельно совершенствовать устную и письменную речь, пополнять словарный запас; **знать: -** лексический (1200-1400 лексических единиц) и грамматический минимум, необходимый для чтения и перевода (со словарем) иностранных текстов профессиональной направленности.
ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.	**уметь:** - общаться (устно и письменно) на английском языке на профессиональные и повседневные темы; - переводить (со словарем) английские тексты профессиональной направленности; - самостоятельно совершенствовать устную и письменную речь, пополнять словарный запас; **знать: -** лексический (1200-1400 лексических единиц) и грамматический минимум, необходимый для чтения и перевода (со словарем) иностранных текстов профессиональной направленности.
ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.	**уметь: -** переводить (со словарем) английские тексты профессиональной направленности; - самостоятельно совершенствовать устную и письменную речь, пополнять словарный запас; **знать: -** лексический (1200-1400 лексических единиц) и грамматический минимум, необходимый для чтения и перевода (со словарем) иностранных текстов профессиональной направленности.

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

СГ.03. Безопасность жизнедеятельности

для специальности 42.02.01 Реклама

Якутск, 2024

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г.)

УТВЕРЖДАЮ
Директор АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»
_____ С.Н.Семенов
«15» 04 2024 г.

Рабочая программа дисциплины СГ.03. Безопасность жизнедеятельности разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (далее – ФГОС СПО) по *специальности 42.02.01 Реклама,* утвержденного приказом Минпросвещения России от 21.07.2023 г. № 552 (зарегистрирован в Минюсте РФ 22.08.2023 № 74908)

Организация-разработчик: АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»

Составитель:
Ларионов А.Д., преподаватель

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Паспорт рабочей программы дисциплины 4

2. Структура и содержание дисциплины 7

3. Условия реализации рабочей программы дисциплины 13

4. Контроль и оценка результатов освоения дисциплины 16

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ СГ.03. БЕЗОПАСНОСТЬ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ

1.1. Область применения программы

Рабочая программа дисциплины СГ.03. Безопасность жизнедеятельности является частью основной профессиональной образовательной программы СПО – программы подготовки специалистов среднего звена по *специальности 42.02.01 Реклама***,** входящей в состав укрупненной группы специальностей *42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело*.

.

1.2 Место дисциплины в структуре образовательной программы:

Дисциплина СГ.03. общепрофессиональной дисциплиной социально-гуманитарного цикла, на освоение основ военной службы (для юношей) – 70 процентов от общего объема времени, отведенного на указанную дисциплину (п.2.7 ФГОС СПО), из которых 35 часов – военные сборы в соответствии с *Приказом Минобороны РФ и Министерства образования и науки РФ от 24 февраля 2010 г. N 96/134 "Об утверждении Инструкции об организации обучения граждан Российской Федерации начальным знаниям в области обороны и их подготовки по основам военной службы в образовательных учреждениях среднего (полного) общего образования, образовательных учреждениях начального профессионального и среднего профессионального образования и учебных пунктах".*

Для подгрупп девушек (при наличии) возможно (при желании) заменить основы военной службы на освоение основ медицинских знаний.

1.3. Требования к результатам освоения дисциплины:

В результате освоения дисциплины обучающийся **должен уметь:**

У1 - организовывать и проводить мероприятия по защите работающих и населения от негативных воздействий чрезвычайных ситуаций;

$У_2$ – предпринимать профилактические меры для снижения уровня опасностей различного вида и их последствий в профессиональной деятельности и быту;

$У_3$ - использовать средства индивидуальной и коллективной защиты от оружия массового поражения;

$У_4$ - применять первичные средства пожаротушения;

$У_5$ - ориентироваться в перечне военно-учетных специальностей и самостоятельно определять среди них родственные полученной специальности;

$У_6$ - владеть способами бесконфликтного общения и саморегуляции в повседневной деятельности и экстремальных условиях военной службы;

$У_7$ - оказывать первую помощь пострадавшим.

знать:

$З_1$ - принципы обеспечения устойчивости объектов экономики, прогнозирования развития событий и оценки последствий при техногенных чрезвычайных ситуациях и стихийных явлениях, в том числе в условиях противодействия терроризму как серьезной угрозе национальной безопасности России;

$З_2$ – основные виды потенциальных опасностей и их последствия в профессиональной деятельности и быту, принципы снижения вероятности их реализации;

$З_3$ - основы военной службы и обороны государства;

$З_4$ - задачи и основные мероприятия гражданской обороны;

$З_5$ - способы защиты населения от оружия массового поражения;

$З_6$ - меры пожарной безопасности и правила безопасного поведения при пожарах;

$З_7$ - организацию и порядок призыва граждан на военную службу и поступления на нее в добровольном порядке;

$З_8$ - основные виды вооружения, военной техники и специального снаряжения, состоящих на вооружении (оснащении) воинских подразделений, в которых имеются военно-учетные специальности, родственные специальностям СПО;

$З_9$ - порядок и правила оказания первой помощи пострадавшим.

С целью овладения **общими компетенциями** (ОК):

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам.

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

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команд.

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.

ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации

межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения.

ОК 07. *Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению*[1], *применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства,* эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях.

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

1.4. Количество часов на освоение рабочей программы дисциплины:

Объем дисциплины – 68 часов, в том числе
в форме практической подготовки – 00 часов
включает:
объем работы обучающегося во взаимодействии с преподавателем – 68 часов, в том числе
практические занятия – 47 часов;
самостоятельная работа обучающегося – 00 часов

Обязательная часть рабочей программы составляет – 68 часов, вариативная часть – 00 часов.

[1] Выделенное курсивом не формируется в рамках данной дисциплины

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы

для юношей

Вид учебной работы	Объем часов
Объем дисциплины (всего)	**68**
в том числе:	
в форме практической подготовки	0
Объем работы обучающегося во взаимодействии с преподавателем	**68**
в том числе:	
практические занятия	12
военные сборы	35
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	**0**

для девушек

Вид учебной работы	Объем часов
Объем дисциплины (всего)	**68**
в том числе:	
в форме практической подготовки	0
Объем работы обучающегося во взаимодействии с преподавателем	**68**
в том числе:	
практические занятия	17
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	**0**

2.2. Формы промежуточной аттестации

2 семестр – дифференцированный зачет

2.2. Тематический план и содержание дисциплины СГ.03. Безопасность жизнедеятельности

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) *(если предусмотрены)*		Объем часов	В т.ч. практической подготовки	Формируемые компетенции
Введение	*Содержание учебного материала*		*3*		
	1	Предмет, задачи и методы научной дисциплины «Безопасности жизнедеятельности». Основные положения учебной дисциплины. Краткая история формирования дисциплины. Основные понятия и определения БЖ. Эволюция среды обитания. Загрязнения среды обитания.	1		ОК 01, ОК 05, ОК 07
	Практические занятия		**2**		ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 07
	1	**Практическое занятие № 1** «Адаптация человека к условиям окружающей среды»	1		
	2	**Практическое занятие № 2** «Виды опасностей и их профилактика в быту и в профессиональной деятельности»	1		
Раздел 1. Чрезвычайные ситуации мирного времени и организация защиты населения			**16**		
Тема 1.1. Чрезвычайные ситуации природного, техногенного характера	*Содержание учебного материала*		*3*		
	1	**Чрезвычайные ситуации природного, техногенного характера** Общая характеристика чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера, источники их возникновения. Классификация чрезвычайных ситуаций по масштабам их распространения и тяжести последствий. Прогнозирование чрезвычайных ситуаций. Теоретические основы прогнозирования чрезвычайных ситуаций. Прогнозирование природных и техногенных катастроф. Порядок выявления и оценки обстановки	1		ОК 01, ОК 05, ОК 07
	Практические занятия		**2**		ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 07
	1	**Практическое занятие № 3** «Модели поведения людей при возникновении ЧС природного характера»	1		
	2	**Практическое занятие № 4 «**Модели поведения людей при возникновении ЧС техногенного характера»	1		

Тема 1.2. Организационные основы по защите населения от чрезвычайных ситуаций мирного времени	*Содержание учебного материала*		*4*		
	1	**Организационные основы по защите населения от чрезвычайных ситуаций мирного времени** МЧС России – федеральный орган управления в области зашиты населения и территорий от чрезвычайных ситуации. Основные задачи МЧС России в области гражданской обороны, защиты населения и территорий от чрезвычайных ситуаций. Единая государственная система предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций (РСЧС). Основная цель создания этой системы, основные задачи РСЧС по защите населения от чрезвычайных ситуаций, силы и средства ликвидации чрезвычайных ситуаций. Гражданская оборона, ее структура и задачи по защите населения от опасностей, возникающих при ведении военных действий или вследствие этих действий	2		ОК 01, ОК 05, ОК 07
	Практические занятия		**2**		ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 07
	2	**Практическое занятие № 5** «Изучение мероприятий по защите работающих и населения от негативных воздействий ЧС»			
Тема 1.3. Организация защиты населения от чрезвычайных ситуаций мирного времени	*Содержание учебного материала*		*9*		
	1	**Организация защиты населения от чрезвычайных ситуаций мирного времени** Основные принципы и нормативно-правовая база защиты населения от чрезвычайных ситуаций. Деятельность государства в области защиты населения от чрезвычайных ситуаций. Федеральные законы и другие нормативно-правовые акты Российской Федерации в области безопасности жизнедеятельности. Инженерная защита населения от чрезвычайных ситуаций. Порядок использования инженерных сооружений для защиты населения от чрезвычайных ситуаций. Организация и выполнение эвакуационных мероприятий. Основные положения по эвакуации населения в мирное и военное время. Организация эвакомероприятий при стихийных бедствиях, авариях и катастрофах.	2		
	2	Применение средств индивидуальной защиты в чрезвычайных ситуациях. Назначение и порядок применения средств индивидуальной защиты органов дыхания, кожи и средств медицинской защиты в чрезвычайных ситуациях	1		ОК 01, ОК 05, ОК 07
	Практические занятия		**6**		ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 07
	2	**Практическое занятие № 6**. Организация подбора и использования средств индивидуальной защиты в чрезвычайных ситуациях	2		
	3	**Практическое занятие № 7**. Изучение первичных средств тушения пожаров	2		
	4	**Практическое занятие № 8**. Эвакуация людей при пожаре	2		

Раздел 2. Основы военной службы			**48**		
Тема 2.1. Основы обороны государства	*Содержание учебного материала*		*8*		
	1	**Основы обороны государства** Обеспечение национальной безопасности Российской Федерации. Национальные интересы России. Основные угрозы национальной безопасности Российской Федерации. Военная доктрина Российской Федерации. Обеспечение военной безопасности Российской Федерации, военная организация государства, руководство военной организацией государства.	2		ОК 01, ОК 05, ОК 06, ОК 07
	2	Вооруженные Силы РФ - основа обороны Российской Федерации. Виды Вооруженных Сил, рода войск и их предназначение. Функции и основные задачи современных Вооруженных Сил России, их роль в системе обеспечения национальной безопасности страны. Другие войска, их состав и предназначение	2		
	3	Чрезвычайные ситуации военного характера, которые могут возникнуть на территории России в случае локальных вооруженных конфликтов или ведения широкомасштабных боевых действий. Основные источники чрезвычайных ситуаций военного характера – современные средства поражения.	2		
	4	Военные конфликты в мирное время. Терроризм как серьезная угроза национальной безопасности России	2		
Тема 2.2. Военная служба - особый вид федеральной государственной службы	*Содержание учебного материала*		*5*		
	1	**Правовые основы военной службы** Воинская обязанность, ее основные составляющие. Права и свободы военнослужащего. Льготы, предоставляемые военнослужащему. Прохождение военной службы по призыву и по контракту Боевые традиции Вооруженных Сил России. Патриотизм и верность воинскому долгу – основные качества защитника Отечества. Дружба, войсковое товарищество – основы боевой готовности частей и подразделений	2		ОК 01, ОК 05, ОК 06, ОК 07
	2	**Военная служба как особый вид федеральной государственной службы** Требования воинской деятельности, предъявляемые к физическим, психологическим и профессиональным качествам военнослужащего. Общие, должностные и специальные обязанности военнослужащих. Воинская дисциплина, её сущность и значение. Уголовная ответственность военнослужащих за преступления против военной службы. Сущность международного гуманитарного права и основные его источники	2		
	3	Символы воинской чести. Боевое знамя воинской части – символ воинской чести, доблести и славы. Ордена – почетные награды за воинские отличия и заслуги в	1		

		бою и военной службе. Ритуалы Вооруженных Сил РФ			
Тема 2.3. Военные сборы	*Содержание учебного материала*		*35*		
	1	Общевоинские уставы. Радиационная, химическая и биологическая защита. Тактическая подготовка. Общественно-государственная подготовка. Основы безопасности военной службы	2		ОК 01, ОК 05, ОК 06, ОК 07, ОК 08
	Практические занятия		**33**		ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 07, ОК 08
		Строевая подготовка. Огневая подготовка. Военная топография. Военно-медицинская подготовка			
		ДИФФЕРЕНЦИРОВАННЫЙ ЗАЧЕТ	**1**		
		ВСЕГО:	**68**		
Раздел 2. Основы медицинских знаний (для девушек)			**35**		
Тема 2.1. Основы анатомии и физиологии человека	*Содержание учебного материала*		*2*		
	1	История медицины. Виды тканей. Виды костей. Соединение костей. Мышцы. Внутренние органы и системы человека	2		ОК 01, ОК 05, ОК 07
Тема 2.2. Основные виды болезней	*Содержание учебного материала*		*12*		
	1	Заболевания органов дыхания. Заболевания сердечно-сосудистой системы	2		ОК 01, ОК 05, ОК 07
	2	Заболевания органов пищеварения. Заболевания мочевыделительной системы	2		
	3	Нервные и психические заболевания	2		
	4	Стоматологические. Глазные и лор-заболевания	2		
	5	Кожные и венерологические заболевания	2		
	6	Детские болезни	2		
Тема 2.3. Фармакология	*Содержание учебного материала*		*4*		
	1	Лекарства. Пути введения, выведения. Дозы лекарственных средств. Механизмы действия лекарственных средств. Побочные действия лекарственных средств	2		ОК 01, ОК 05, ОК 07
	2	Основные виды лекарственных средств	2		
Тема 2.4. Основы гигиены и санитарии	*Содержание учебного материала*		*4*		
	1	Основы гигиены и санитарии. Нормативные документы	2		ОК 01, ОК 05, ОК 07
	2	Личная гигиена (требования к внешнему виду, чистоте рук)	2		
Тема 2.5. Первая помощь пострадавшим	*Содержание учебного материала*		*13*		
	1	**Правовые основы оказания первой доврачебной помощи** Ситуации, при которых человек нуждается в оказании первой медицинской помощи. Виды ран и общие правила оказания первой медицинской помощи. Общие понятия о строении человека	2		ОК 01, ОК 05, ОК 07
	Практические занятия		**1**		ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05,
	1	**Практическое занятие № 9**. Общие правила оказания первой медицинской			

		полощи пострадавшим			ОК 07
	2	Первая медицинская помощь при кровотечениях	1		
	Практические занятия		**1**		
	2	**Практическое занятие № 10**. Первая помощь при кровотечениях			
	3	Первая помощь при переломах	1		
	Практические занятия		**1**		
	3	**Практическое занятие № 11**. Первая помощь при переломах. Наложение шины на место перелома, транспортировка пострадавшего			
	4	Первая помощь при ранениях	1		
	Практические занятия		**1**		
	4	**Практическое занятие № 12**. Первая помощь при ранениях. Наложение повязок			
	5	Реанимационные мероприятия	1		
	Практические занятия		**1**		
	5	**Практическое занятие № 13**. Первая помощь при сердечной недостаточности, инфаркте, инсульте, остановке сердца			
	6	Другие виды оказания первой медицинской помощи (обморожение, инородные предметы в дыхательных путях, утопление и т.д)	2		
		ДИФФЕРЕНЦИРОВАННЫЙ ЗАЧЕТ	**1**		
		ВСЕГО:	**68**		

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Материально-техническое обеспечение

Реализация рабочей программы дисциплины проходит в кабинете экологии и безопасности жизнедеятельности.

Оборудование кабинета:

- Рабочее место преподавателя: Персональный компьютер в сборе (Процессор: Ryzen3 3 5300G (4 ядра и 4-8 потоков) Оперативная память: 8gb DDR4 3200 Mhz Накопитель: 256GB ssd.) – 1 шт.
- Короткофокусный проектор Optoma X309ST – 1 шт.
- Стол ученический Классик двухместный регулируемый, №4-6 СУР А.02.46 проект НМ-035.04.02 – 10 шт.
- Стул ученический Стандарт, №4-6 СТУР А 02.46.Ф проект НМ-035.30.02 – 19 шт.
- Учебная маркерная доска белая – 1 шт.
- Многофункциональное устройство HP (МФУ HP), А4, ч/б – 1 шт

3.2. Учебно-методическое обеспечение

По дисциплине СГ.03. Безопасность жизнедеятельности разработана учебно-методическая документация:

- рабочая программа дисциплины;
- оценочные материалы;
- методические указания по выполнению заданий на практических занятиях;
- методические указания по выполнению самостоятельной работы.

3.3. Информационное обеспечение обучения

Федеральные законы:

1. Конституция РФ. Ст. 42, 43, 44, 59.
2. Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. N 273-ФЗ "Об образовании в Российской Федерации"
3. Федеральный закон от 28 декабря 2010 г. N 390-ФЗ "О безопасности»
4. Федеральный закон от 12 февраля 1998 г. N 28-ФЗ "О гражданской обороне"
5. Федеральный закон от 21 декабря 1994 г. N 68-ФЗ "О защите населения и территорий от чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера".

6. Федеральный закон от 10 января 2002 г. № 7-ФЗ "Об охране окружающей среды"

7. Федеральный закон от 30 марта 1999 г. № 52-ФЗ "О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения"

8. Федеральный закон от 21 ноября 2011 г. № 323-ФЗ "Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации"

9. Федеральный закон от 21 декабря 1994 г. № 69-ФЗ "О пожарной безопасности"

10. Федеральный закон от 9 января 1996 г. № 3-ФЗ "О радиационной безопасности населения"

11. Федеральный закон от 19 июля 1997 г. № 109-ФЗ "О безопасном обращении с пестицидами и агрохимикатами"

12. Федеральный закон от 6 марта 2006 г. № 35-ФЗ "О противодействии терроризму"

13. Федеральный закон от 28 марта 1998 г. № 53-ФЗ "О воинской обязанности и военной службе"

14. Уголовный кодекс РФ.

Указы Президента РФ и Постановления правительства РФ:

1. Указ Президента РФ от 31.12.2015 N 683 "О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации"

2. Указ Президента РФ № 646 от 5.12.2016 «Доктрина информационной безопасности РФ»

3. Указ Президента РФ № 2976 от 25.12.2014 «Военная доктрина РФ».

4. Постановление Правительства РФ от 2 ноября 2000 г. № 841 "Об утверждении Положения о подготовке населения в области гражданской обороны"

5. Постановление Правительства РФ от 30 декабря 2015 г. № 1493 "О государственной программе "Патриотическое воспитание граждан Российской Федерации на 2016-2020 годы"

6. Постановление Правительства РФ от 31 декабря 1999 г. № 1441 "Об утверждении Положения о подготовке граждан Российской Федерации к военной службе".

7. Указ Президента РФ от 15 февраля 2006 г. № 116 "О мерах по противодействию терроризму".

8. Постановление Правительства РФ от 3 октября 2013 г. № 864 "О федеральной целевой программе "Повышение безопасности дорожного движения в 2013 - 2020 годах".

9. Приказ Минтруда России от 12.02.2019 № 81н «Об утверждении перечней видов работ, профессий, должностей, на которых могут быть заняты граждане, проходящие альтернативную гражданскую службу, и организаций, где предусматривается прохождение альтернативной гражданской службы» (Зарегистрирован 06.03.2019 № 53965).

10. Указ Президента РФ от 16 сентября 1999 г. N 1237 "Вопросы прохождения военной службы"

11. Постановление Правительства РФ от 29 ноября 1999 г. N 1309 "О порядке создания убежищ и иных объектов гражданской обороны"

Учебная литература:

1. Безопасность жизнедеятельности : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Абрамова [и др.] ; под общей редакцией В. П. Соломина. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 399 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-02041-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/511659 (дата обращения: 12.01.2024).

2. Доврачебная помощь при неотложных состояниях : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Г. И. Чуваков [и др.] ; под редакцией Г. И. Чувакова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 157 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16397-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/530936 (дата обращения: 12.01.2024).

3. Каракеян В. И. Безопасность жизнедеятельности : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. И. Каракеян, И. М. Никулина. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 313 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-04629-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/511628 (дата обращения: 12.01.2024).

4. Резчиков Е. А. Безопасность жизнедеятельности : учебник для среднего профессионального образования / Е. А. Резчиков, А. В. Рязанцева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 639 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13550-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/518397 (дата обращения: 12.01.2024).

Электронные образовательные ресурсы:

Сайты, блоги, электронные библиотеки

1. МЧС России Министерство Российской Федерации по делам гражданской обороны, чрезвычайным ситуациям и ликвидации последствий стихийных бедствий. Безопасность граждан. Рекомендации и правила поведения. [Электронный ресурс]. URL: https://mchs.gov.ru/deyatelnost/bezopasnost-grazhdan

Дополнительная электронная литература/учебные пособия, материалы, статьи

1. Конспект лекций по «Безопасности жизнедеятельности». [Электронный ресурс]. URL: E6NOO7uoU0aULC8VPZPUjIRFgqxBRoW0mC0E.pdf (zabizht.ru)

2. Основы военной службы: учебное пособие. [Электронный ресурс]. URL: Основы военной службы: учебное пособие (eduportal44.ru)

3. ЧС и способы защиты: [Электронный ресурс]. URL: https://www.google.com/url?q=https%3A%2F%2Fsites.google.com%2Fview%2Fgo-chs-1%2F1&sa=D&sntz=1&usg=AOvVaw06SAzPLpQk9y73YQcupDQW

4. Действия при ЧС: [Электронный ресурс]. URL: https://www.google.com/url?q=https%3A%2F%2Fsites.google.com%2Fview%2Fgoch-4%2F1&sa=D&sntz=1&usg=AOvVaw3y2eFVtj7ESIY5nh7Wjw80

5. Первая помощь: [Электронный ресурс]. URL: https://www.google.com/url?q=https%3A%2F%2Fsites.google.com%2Fview%2Fpervay-pom%2F1&sa=D&sntz=1&usg=AOvVaw03kimOuWMuX21cghHTTvVp

6. Гражданская оборона: [Электронный ресурс]. URL:https://www.google.com/url?q=https%3A%2F%2Fsites.google.com%2Fview%2Fgochs-go%2F1&sa=D&sntz=1&usg=AOvVaw2VztyeABROVefY4Z9OUY7I

7. Микрюков, Василий Юрьевич. Основы военной службы: Учебник / В.Ю. Микрюков., В.Г. Шамаев - М.: КНОРУС, 2023. – 506 с.:; Читать бесплатно книгу "Основы военной службы. . Учебник." - Микрюков Василий Юрьевич (avidreaders.ru)

8. Архив. Учебник СССР. Начальная военная подготовка. [Электронный ресурс]. URL: Учебник НВП. Начальная военная подготовка. PDF (sheba.spb.ru)

9. Плакаты. [Электронный ресурс]. URL: Плакаты — Страница 2 — Учебный центр (uchebniy-center.ru)

10. Справочник от автор24. Лекционный материал. [Электронный ресурс]. URL: Безопасность жизнедеятельности - библиотека лекций, сформированная студентами для студентов. Страница 2 (spravochnick.ru)

Видеоматериалы/ виртуальные музеи/интерактивные презентации

1. Центр дополнительного образования РГПУ им. А. И. Герцена. Открытые видео лекции по Безопасности жизнедеятельности. [Электронный ресурс]. URL: Курс: Безопасность жизнедеятельности (herzen.edu.ru)

2. Всероссийское добровольное пожарное общество. Пожарная безопасность. Видеоролики. [Электронный ресурс]. URL:Видеоролики по пожарной безопасности (xn--b1ae4ad.xn--p1ai)

3. Всероссийское добровольное пожарное общество. [Электронный ресурс]. URL: Мультфильмы о пожарных на портале ВДПО.РФ (xn--b1ae4ad.xn--p1ai)

4. Всероссийское добровольное пожарное общество. [Электронный ресурс]. URL: Фильмы о пожарных на портале ВДПО.РФ (xn--b1ae4ad.xn--p1ai)

5. Всероссийское добровольное пожарное общество. Виртуальные музеи городов РФ. [Электронный ресурс]. URL: Виртуальные музеи и выставки пожарной охраны России на портале ВДПО.РФ (xn--b1ae4ad.xn--p1ai)

6. Всероссийское добровольное пожарное общество. Интерактивные

7. Презентации. [Электронный ресурс]. URL: Интерактивные презентации об истории пожарной охраны России на портале ВДПО.РФ (xn--b1ae4ad.xn--p1ai)

8. Росгвардия. Сайт. [Электронный ресурс]. URL: Учебные фильмы — Росгвардия (rosguard.gov.ru)

9. Обучающее видео тактической медицины (видео первой помощи при ранениях). [Электронный ресурс]. URL: Практический видеокурс. Часть 1. Обучающее видео тактической медицины (видео первой помощи при ранениях). Практический видеокурс. Часть 1 (shopdon.ru)

10. Лекции по безопасности жизнедеятельности для СПО лекции по безопасности жизнедеятельности для спо | Дзен (dzen.ru)

Тренажеры/ тесты/ кейсы/ материал для практикума/ бесплатные онлайн курсы

1. Тест «Безопасность жизнедеятельности». [Электронный ресурс]. URL: Онлайн-тесты на oltest.kz: Безопасность жизнедеятельности

2. Всероссийское добровольное пожарное общество. [Электронный ресурс]. URL: Онлайн-тренажеры https://xn--b1ae4ad.xn--p1ai/cartoons

3. Всероссийское добровольное пожарное общество. [Электронный ресурс]. URL: https://vdpo.ru/

4. Тесты и викторины Тесты и викторины по пожарной безопасности (xn--b1ae4ad.xn--p1ai)

5. Общество с ограниченной ответственностью «ОБЖ СПб». [Электронный ресурс]. URL: Онлайн-Тренажеры - ОБЖ СПБ (roobgd.ru)

6. Би-би-эф. 13 тестов по безопасности жизнедеятельности. [Электронный ресурс]. URL: 13 тестов по безопасности жизнедеятельности (БЖД) бесплатно — BBF.RU

4 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе текущего контроля знаний, проверки выполнения заданий практических занятий, а также во время промежуточной аттестации.

Оценка запланированных результатов обучения осуществляется через оценку знаний, умений по дисциплине и сформированности компетенций.

Учебные сборы оцениваются отдельно.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	**Формы и методы контроля и оценки результатов обучения**	
	Текущий контроль	**Промежуточная аттестация**
уметь:		
У1 - организовывать и проводить мероприятия по защите работающих и населения от негативных воздействий чрезвычайных ситуаций;	ПЗ № 3 «Модели поведения людей при возникновении ЧС природного характера» ПЗ № 4 «Модели поведения людей при возникновении ЧС техногенного характера» ПЗ № 5 «Изучение мероприятий по защите работающих и населения от негативных воздействий ЧС»	- дифференцированный зачет
У2 - предпринимать профилактические меры для снижения уровня опасностей различного вида и их последствий в профессиональной деятельности и быту;	ПЗ № 1 «Адаптация человека к условиям окружающей среды» ПЗ № 2 «Виды опасностей и их профилактика в быту и в профессиональной деятельности»	
У3 - использовать средства индивидуальной и коллективной защиты от оружия массового поражения;	ПЗ № 6 «Организация подбора и использования средств индивидуальной защиты в чрезвычайных ситуациях»	
У4 - применять первичные средства пожаротушения;	ПЗ № 7 «Изучение первичных средств тушения пожаров» ПЗ № 8 «Эвакуация людей при пожаре»	
У5 - ориентироваться в перечне военно-учетных специальностей и самостоятельно определять среди них родственные полученной специальности;	- военные сборы	
У6 - владеть способами бесконфликтного общения и саморегуляции в повседневной деятельности и экстремальных условиях военной службы;	- военные сборы	
У7 - оказывать первую	- практические занятия в рамках военных	

помощь пострадавшим;	сборов *(для юношей)* *для девушек:* ПЗ № 9 «Общие правила оказания первой медицинской полощи пострадавшим» ПЗ № 10 «Первая помощь при кровотечениях» ПЗ № 11 «Первая помощь при переломах. Наложение шины на место перелома, транспортировка пострадавшего» ПЗ № 12 «Первая помощь при ранениях. Наложение повязок» ПЗ № 13 «Первая помощь при сердечной недостаточности, приступе стенокардии, инфаркте, инсульте, остановке сердца»	
знать:		
З1 - принципы обеспечения устойчивости объектов экономики, прогнозирования развития событий и оценки последствий при техногенных чрезвычайных ситуациях и стихийных явлениях, в том числе в условиях противодействия терроризму как серьезной угрозе национальной безопасности России;	- выполнение ПЗ № 3 «Модели поведения людей при возникновении ЧС природного характера» - выполнение ПЗ № 4 «Модели поведения людей при возникновении ЧС техногенного характера» - раздел 1	- дифференцированный зачет
З2 - основные виды потенциальных опасностей и их последствия в профессиональной деятельности и быту, принципы снижения вероятности их реализации;	- выполнение ПЗ № 1 «Адаптация человека к условиям окружающей среды» - выполнение ПЗ № 2 «Виды опасностей и их профилактика в быту и в профессиональной деятельности» - введение	
З3 – основы военной службы и обороны государства;	- военные сборы - раздел 3	
З4 - задачи и основные мероприятия гражданской обороны;	- выполнение ПЗ № 5 «Изучение мероприятий по защите работающих и населения от негативных воздействий ЧС» - раздел 2	
З5 - способы защиты населения от оружия массового поражения;	- выполнение ПЗ № 6 «Организация подбора и использования средств индивидуальной защиты в чрезвычайных ситуациях» - военные сборы - раздел 2	
З6 - меры пожарной безопасности и правила безопасного поведения при пожарах;	- выполнение ПЗ № 7 «Изучение первичных средств тушения пожаров» - выполнение ПЗ № 8 «Эвакуация людей при пожаре» - раздел 2	
З7 - организацию и порядок		

призыва граждан на военную службу и поступления на нее в добровольном порядке;	- военные сборы - раздел 3	
З8 - основные виды вооружения, военной техники и специального снаряжения, состоящих на вооружении (оснащении) воинских подразделений, в которых имеются военно-учетные специальности, родственные специальностям СПО;	- военные сборы - раздел 3	
З10 - порядок и правила оказания первой помощи пострадавшим	- практические занятия в рамках военных сборов *для девушек:* ПЗ № 9 «Общие правила оказания первой медицинской полощи пострадавшим» ПЗ № 10 «Первая помощь при кровотечениях» ПЗ № 11 «Первая помощь при переломах. Наложение шины на место перелома, транспортировка пострадавшего» ПЗ № 12 «Первая помощь при ранениях. Наложение повязок» ПЗ № 13 «Первая помощь при сердечной недостаточности, приступе стенокардии, инфаркте, инсульте, остановке сердца»	

Оценка ***общих компетенций (ОК)***:

Результат (общие компетенции)	*Основные показатели*
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам	- самостоятельно организует свою деятельность по выданным заданиям - умеет оценить свои возможности для выполнения поставленных целей, задач, заданий по дисциплине
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	- осуществляет поиск информации в сети Интернет и различных электронных носителях - извлекает информацию с электронных носителей - использует средства ИТ для обработки и хранения информации - представляет информацию в различных формах с использованием разнообразного программного обеспечения - создает презентации в различных формах
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команд	- устанавливает позитивный стиль общения - выбирает стиль общения в соответствии с ситуацией - признает чужое мнение - при необходимости отстаивает собственное мнение - принимает критику - ведет деловую беседу в соответствии с этическими нормами

	- соблюдает официальный стиль при оформлении документов - выполняет письменные и устные рекомендации преподавателя - способен к эмпатии - организует коллективное обсуждение рабочей ситуации
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.	- умеет передавать информацию другому человеку - способен правильно формулировать свои мысли в устной и письменной формах - способен оценить уровень своих знаний по дисциплине
ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения	- не участвует в запрещенных группировках; - не проводит антироссийскую пропаганду; - уважительно относится к сверстникам, окружающим, старшим и младшим; - не хамит, не грубит - применяет в своем поведении стандарты антикоррупционного поведения
ОК.07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению[2], *применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства*, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях	- поддерживает чистоту в учебном кабинете и на своем рабочем месте - адекватно реагирует на внезапное изменение ситуации (звонок, сирена, сигнал тревоги)
ОК 08. Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности	- посещает учебные занятия, практику; - отсутствие пропусков по болезни - посещение спортивных секций в колледже и вне (по различным видам спорта) - ведет здоровый образ жизни

Критерии и методы оценки освоения дисциплины отражены в оценочных материалах.

[2] Выделенное курсивом не формируется в рамках данной дисциплины

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

БЕЗОПАСНОСТЬ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
по выполнению заданий на практических занятиях

для специальности 42.02.01 Реклама

Якутск, 2024

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г.)

Методические указания составлены в соответствии с рабочей программой по дисциплине СГ.03. Безопасность жизнедеятельности

Разработчик: АНО СПО «Цифровой колледж Синергия»

Составитель:
Ларионов А.Д., преподаватель

1.Пояснительная записка

Дисциплина СГ.03. Безопасность жизнедеятельности является обязательной дисциплиной социально-гуманитарного цикла ППССЗ по *специальности 42.02.01 Реклама***,** входящей в состав укрупненной группы специальностей *42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело*.

.

Дисциплина изучается в течение одного семестра.

В ходе освоения дисциплины *СГ.03. Безопасность жизнедеятельности* обучающийся должен

уметь:

У1 - организовывать и проводить мероприятия по защите работающих и населения от негативных воздействий чрезвычайных ситуаций;

$У_2$ – предпринимать профилактические меры для снижения уровня опасностей различного вида и их последствий в профессиональной деятельности и быту;

$У_3$ - использовать средства индивидуальной и коллективной защиты от оружия массового поражения;

$У_4$ - применять первичные средства пожаротушения;

$У_5$ - ориентироваться в перечне военно-учетных специальностей и самостоятельно определять среди них родственные полученной специальности;

$У_6$ - владеть способами бесконфликтного общения и саморегуляции в повседневной деятельности и экстремальных условиях военной службы;

$У_7$ - оказывать первую помощь пострадавшим.

знать:

$З_1$ - принципы обеспечения устойчивости объектов экономики, прогнозирования развития событий и оценки последствий при техногенных чрезвычайных ситуациях и стихийных явлениях, в том числе в условиях противодействия терроризму как серьезной угрозе национальной безопасности России;

$З_2$ – основные виды потенциальных опасностей и их последствия в профессиональной деятельности и быту, принципы снижения вероятности их реализации;

$З_3$ - основы военной службы и обороны государства;

$З_4$ - задачи и основные мероприятия гражданской обороны;

$З_5$ - способы защиты населения от оружия массового поражения;

$З_6$ - меры пожарной безопасности и правила безопасного поведения при пожарах;

$З_7$ - организацию и порядок призыва граждан на военную службу и поступления на нее в добровольном порядке;

$З_8$ - основные виды вооружения, военной техники и специального снаряжения, состоящих на вооружении (оснащении) воинских подразделений, в которых имеются военно-учетные специальности, родственные специальностям СПО;

$З_9$ - порядок и правила оказания первой помощи пострадавшим.

С целью овладения **общими компетенциями** (ОК):

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам.

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

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команд.

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.

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

ОК 07. *Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению*[1], *применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства,* эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях.

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

Практические занятия направлены на формирование умений дисциплины и выполняются обучающимися в обязательном порядке по указанию преподавателя.

Работы выполняются в рабочей тетради и сдаются для проверки преподавателю. Полученная оценка выставляется в журнал и учитывается при освоении учебной дисциплины в целом.

Критерии оценивания практических работ

Каждый правильный ответ оценивается в 1 балл.
1 балл выставляется при полном ответе, 0,5 балла- неполный ответ.
Практическое занятие оценивается по 5 бальной шкале:

«Отлично»- ответы на письменные вопросы даны полностью и правильно. При ответе присутствуют причинно- следственные связи.
Общее количество правильных ответов- 90-100%.

«Хорошо»-в ответах на письменные вопросы присутствуют неточности или отсутствуют некоторые моменты. При ответе не всегда присутствуют причинно-следственные связи. Общее количество правильных ответов – 80-89%.

«Удовлетворительно»- ответы на письменные вопросы даны частично. Общее количество правильных ответов – 70-80%.

[1] Выделенное курсивом не формируется в рамках данной дисциплины

«Неудовлетворительно»- ответы на вопросы либо отсутствуют, либо даны неправильные ответы, либо ответ содержит менее половины правильного ответа. Общее количество правильных ответов – менее 69%.

Методические указания по выполнению заданий на практических занятиях составлены в помощь обучающимся по следующим разделам/темам:

Наименование темы учебной дисциплины	**Тема практической работы**	**Кол-во часов**
Введение	ПЗ № 1 «Адаптация человека к условиям окружающей среды»	1
	ПЗ № 2 «Виды опасностей и их профилактика в быту и в профессиональной деятельности»	1
Раздел 1. Чрезвычайные ситуации мирного времени и организация защиты населения		**10**
Тема 1.1. Чрезвычайные ситуации природного, техногенного характера	ПЗ № 3 «Модели поведения людей при возникновении ЧС природного характера»	1
	ПЗ № 4 «Модели поведения людей при возникновении ЧС техногенного характера»	1
Тема 1.2. Организационные основы по защите населения от чрезвычайных ситуаций мирного времени	ПЗ № 5 «Изучение мероприятий по защите работающих и населения от негативных воздействий ЧС»	2
Тема 1.3. Организация защиты населения от чрезвычайных ситуаций мирного времени	ПЗ № 6 «Организация подбора и использования средств индивидуальной защиты в чрезвычайных ситуациях»	2
	ПЗ № 7 «Изучение первичных средств тушения пожаров»	2
	ПЗ № 8 «Эвакуация людей при пожаре»	2
	ИТОГО:	**12**
Тема 2.5. Первая помощь пострадавшим *(для девушек)*	ПЗ № 9 «Общие правила оказания первой медицинской полощи пострадавшим»	1
	ПЗ № 10 «Первая помощь при кровотечениях»	1
	ПЗ № 11 «Первая помощь при переломах. Наложение шины на место перелома, транспортировка пострадавшего»	1
	ПЗ № 12 «Первая помощь при ранениях. Наложение повязок»	1
	ПЗ № 13 «Первая помощь при сердечной недостаточности, приступе стенокардии, инфаркте, инсульте, остановке сердца»	1
	ИТОГО*:	**17**

***** *практической работы для групп девушек*

РАЗДЕЛ 1.
ЧРЕЗВЫЧАЙНЫЕ СИТУАЦИИ МИРНОГО ВРЕМЕНИ И ОРГАНИЗАЦИЯ ЗАЩИТЫ НАСЕЛЕНИЯ

Практическое занятие № 1
Адаптация человека к условиям окружающей среды

Цель: формировать умения предпринимать профилактические меры для снижения уровня опасностей различного вида и их последствий в профессиональной деятельности и быту

Необходимое оборудование: секундомер, тонометры, тетрадь, ручка.

Время выполнения – 1 час

Краткая информация

Здоровье человека зависит от многих факторов: от уровня развития медицины и здравоохранения, природных, социально-экономических условий жизни. По данным проведенных исследований, для адаптации и сохранения здоровья более важное значение, имеют психические факторы. Определенный уровень стрессовых воздействий необходим для нормального функционирования организма. В действительности стресс оказывается выше оптимального, вызывая нежелательные последствия.

Понятие «здоровье» включает несколько компонентов:

- биологическое здоровье, которое связано с организмом и зависит от функционального состояния внутренних органов, их адекватного реагирования на влияние факторов окружающей среды;
- психическое здоровье, определяющее состояние общего душевного комфорта;
- социальное здоровье, которое связано с влиянием на человека других людей и определяющее его роль в межличностных отношениях.

Таким образом, здоровье – это состояние организма, при котором он биологически полноценен, трудоспособен, функции всех его составляющих систем уравновешены, отсутствуют болезненные проявления. Основным признаком здоровья является уровень адаптации организма к условиям окружающей среды, физическим и психоэмоциональным нагрузкам.

ПОРЯДОК ВЫПОЛНЕНИЯ:

1. Измерьте свое артериальное давление, данные запишите в таблицу 1 (графы 1-5).

Артериальное давление (АД) зависит от многих факторов (возраст, масса тела, пол). Измерив свое АД, сравните его с нормальным (систолическое – 110 − 140 мм рт.ст, диастолическое – 60 − 90 мм рт.ст). Для мужчин и женщин существуют зависимости систолического и диастолического давления от возраста и массы тела:

Для мужчин:

СД = 109 + 0,5В + 0,1М

ДД = 74 + 0,1В + 0,15М;

для женщин:

СД = 102+ 0,7В+0,15М

ДД = 78+0,17В+ 0,15М,

где В – возраст;
М – масса тела, кг.

2. Для выявления признаков наличия или отсутствия утомления применяется тест «индивидуальной минуты». Испытуемому предлагается определить момент окончания минуты, а преподаватель/сосед по парте в это время включает секундомер. Любое недомогание, а тем более заболевание, ведет к уменьшению длительности «индивидуальной минуты», что является хорошим прогностическим признаком. Данные занесите в таблицу 1 (графа 6).

3. Определите коэффициент выносливости своего организма. Данные занесите в таблицу 1 (графа 7).

Для оценки тренированности сердечно-сосудистой системы к выполнению физической нагрузки, оценки ее резервных возможностей может исследоваться показатель коэффициента выносливости (КВ), рассчитываемый по формуле Руффье:

$$КВ = \frac{ЧСС_п + ЧСС_1 + ЧСС_2}{10} - 200,$$

где $ЧСС_п$ – исходный пульс покоя;

$ЧСС_1$ – пульс за первые 10 с первой минуты после нагрузки;

$ЧСС_2$ – пульс за последние 10 с первой минуты после нагрузки.

Оценка результатов:

отлично: 0,1 – 5;

хорошо: 5,1 – 10;

удовлетворительно: 10,1 – 15;

неудовлетворительно: 15,1 – 20.

4. По приведенной формуле рассчитать величину собственного адаптационного потенциала (АП). Данные занесите в таблицу 1 (графы 8,9).

Адаптационный потенциал определяется по формуле:

АП = 0,011 ЧСС + 0,14 СД + 0,008 ДД + 0,014 В + 0,009 М – 0,009 Р – 0,27 (1)

Обозначения:

АП – адаптационный потенциал;

ЧСС – пульс в минуту;

Р – рост, см.

Таблица 1 - Индивидуальные данные

№ п/п	Возраст (полное кол-во лет)	Вес, кг	Рост, см	АД, мм рт.ст.		Индивид. минуты, сек	КВ	ЧСС, число в мин	АП
				СД	ДД				
	1	2	3	4	5	6	7	8	9

5. Сделайте вывод об уровне собственной адаптации. Оцените полученную величину. Сделайте вывод и составьте индивидуальные рекомендации для улучшения резервных возможностей своего организма.

Рекомендации:

_____

Величина АП меньше 2 свидетельствует о хорошем уровне адаптации, величина АП, не превышающая 2,1 – удовлетворительная адаптация.

Величина АП в диапазоне от 2,1 до 3,0 указывает на напряжение адаптации. Вероятность заболеваний выше, механизмы адаптации напряжены, по отношению к ним требуется применение соответствующих оздоровительных мероприятий.

Показатели АП от 3,0 до 4,1 свидетельствуют о вероятности возникновения заболеваний в достаточно близком будущем, если не будут приняты профилактические меры.

Если АП больше чем 4,1, то это показатель срыва адаптации. Им обладают люди со скрытыми, нераспознанными формами заболеваний, явлениями предболезни, хроническими и патологическими отклонениями, требующими детального врачебного обследования.

6. Ответьте на контрольные вопросы:

1. Что показывает систолическое и диастолическое давление?
2. Понятие «здоровье». Основные компоненты здоровья.
3. Влияние факторов окружающей среды на состояние здоровья.
4. Что такое артериальное давление?
5. Как правильно измерить артериальное давление?

Практическое занятие № 2
Виды опасностей и их профилактика в быту и в профессиональной деятельности

Цель: формировать умения предпринимать профилактические меры для снижения уровня опасностей различного вида и их последствий в профессиональной деятельности и быту

Необходимая литература/оборудование:

- тетрадь, ручка
- Постановление Правительства РФ от 3 октября 2013 г. № 864 "О федеральной целевой программе "Повышение безопасности дорожного движения в 2013 - 2020 годах".
- Указ Президента РФ № 24 от 10.01.2000 «Концепция национальной безопасности РФ»
- Федеральный закон от 19 июля 1997 г. № 109-ФЗ "О безопасном обращении с пестицидами и агрохимикатами"
- Федеральный закон от 6 марта 2006 г. № 35-ФЗ "О противодействии терроризму"
- Федеральный закон от 30 марта 1999 г. № 52-ФЗ "О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения"
- Федеральный закон от 21 ноября 2011 г. № 323-ФЗ "Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации"
- Федеральный закон от 21 декабря 1994 г. № 69-ФЗ "О пожарной безопасности"
- ФЗ «Об обязательном социальном страховании от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний» от 24 июля 1998 г. № ФЗ-125

Время выполнения – 1 час

ПОРЯДОК ВЫПОЛНЕНИЯ:

1. Дать определения

Опасность –
Риск –
Опасная ситуация -
Техника безопасности –
Безопасность труда –

2. Составьте общую номенклатуру в алфавитном порядке (кроме букв ё, й, ы, ю), включающую все виды опасностей.
Например, А - авария

3. Составьте памятку населению *(3 на выбор)*

- при пользовании электроприборами
- при пользовании газовыми плитами
- при обнаружении утечки газа
- при коротком замыкании

- при возникновении пожара в квартире

4. На основании приведенных данных таблицы 1 заполните таблицу 2:

В таблице 1 приведен ряд профессий по степени индивидуального риска фатального исхода в год. Используя данные табл.1 методом экспертных оценок охарактеризуйте вашу деятельность и условия вашей будущей работы и заполните таблицу 2.

Таблица 1 -Классификация профессиональной безопасности

Категория	**Условия профессиональной деятельности**	**Риск смерти (на человека в год)**	**Профессия**
1	Безопасные	$1*10^{-4}$	Текстильщики, обувщики, работники лесной промышленности, бумажного производства и др.
2	Относительно безопасные	$1*10^{-4}$ - $1*10^{-3}$	Шахтеры, металлурги, судостроители и др.
3	Опасные		
4	Особо опасные	$1*10^{-3}$ - $1*10^{-2}$ больше $1*10^{-2}$	Рыбопромысловики, верхолазы, трактористы и др. Летчики-испытатели, летчики реактивных самолетов

Таблица 2 - Профессиональная безопасность

№ п/п	**Категория условий проф. деят-ти**	**Негативные факторы, способствующие профессиональным заболеваниям**	**Профессиональные заболевания моей специальности**	**Меры профилактики**

5. Решите задачи (решения запишите в тетради)

Для решения следующих задач используйте формулу определения индивидуального риска

$$P = н/Н, \qquad (1)$$

где Р – индивидуальный риск (травмы, гибели, болезни и пр.);

н – количество реализации опасности с нежелательными последствиями за определенный период времени (день, год и т.д.);

Н – общее число участников (людей, приборов и пр.), на которых распространяется опасность.

Пример решения задачи по формуле (1).

Условие. Ежегодно неестественной смертью гибнет 250 тыс. человек. Определить индивидуальный риск гибели жителя страны при населении в 150 млн. человек.

Решение.

$$P_ж = 2,5*105 /1,5*10^8 =1,7.10^{-3}$$

Или будет 0,0017. Иначе можно сказать, что ежегодно примерно 17 человек 10000 погибает неестественной смертью. Если пофантазировать и предположить, что срок биологической жизни человека равен 1000 лет, то по нашим данным оказывается, что уже через 588 лет (1:0,0017) вероятность гибели человека неестественной смертью близка к 1 (или 100%).

Примечание. Здесь и в задачах №1,2 данные приближены к России.

Задача 1. Опасность гибели человека на производстве реализуется в год 7 тыс. раз. Определить индивидуальный риск погибших на производстве при условии, что всего работающих 60 млн. человек. Сравните полученный результат с вашей экспертной оценкой из задачи 1.

Задача 2. Определить риск погибших в дорожно-транспортном происшествии (ДТП), если известно, что ежегодно гибнет в ДТП 40 тыс. человек при населении 150 млн. человек.

Задача 4. Используя данные индивидуального риска фатального исхода в год для населения США (данных по России нет), определите свой индивидуальный риск (*по 5 параметрам (на выбор)*). Примите количество населения нашей страны равное 147 млн. человек.

Таблица 3 - Индивидуальный риск гибели в год

Причина	Риск	Причина	Риск
Автомобильный транспорт	$3*10^{-4}$	Воздушный транспорт	$9*10^{-6}$
Падения	$9*10^{-5}$	Падающие предметы	$6*10^{-6}$
Пожар и ожог	$4*10^{-5}$	Электрический ток	$6*10^{-6}$
Утопление	$3*10^{-5}$	Железная дорога	$4*10^{-6}$
Отравление	$2*10^{-5}$	Молния	$5*10^{-7}$
Огнестрельное оружие	$1*10^{-5}$	Все прочие	$4*10^{-5}$
Станочное оборудование	$1*10^{-5}$	Ядерная энергетика (пренебрегаемо мал. риск)	$2*10^{-10}$
Водный транспорт	$9*10^{-6}$		

Риск общий для американца: $P_{общ.} =6*10^{-4}$

6. Сравнить полученный результат с результатом общего риска для американцев.

Практическое занятие № 3
Модели поведения людей при возникновении ЧС природного характера

Цель: организовывать и проводить мероприятия по защите работающих и населения от негативных воздействий чрезвычайных ситуаций

Нормативные документы:
- Федеральный закон от 21 декабря 1994 г. N 68-ФЗ "О защите населения и территорий от чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера".

Время выполнения – 1 час

ПОРЯДОК ВЫПОЛНЕНИЯ:

1. Составьте памятку населению (на выбор по трем темам):
   1. Правила поведения при землетрясении.
   2. Правила поведения при извержении вулкана.
   3. Правила поведения во время оползней.
   4. Правила поведения во время схода сели.
   5. Правила поведения при горных обвалах.
   6. Правила поведения при снежных лавинах.
   7. Правила поведения во время урагана.
   8. Правила поведения во время бури (шторме), пыльной бури.
   9. Правила поведения во время смерча.
   10. Правила поведения при наводнении, подтоплении.
   11. Правила поведения во время цунами.
   12. Правила поведения при пожаре.
   13. Правила поведения при лесном пожаре.
   14. Правила поведения при торфяном пожаре.
   15. Правила поведения во время грозы.

2. Решите ситуационные задачи (на выбор 3 задачи).

Задача 1. Прогноз о возможном землетрясении застал вас на улице вблизи многоэтажных зданий. Каковы будут ваши действия?

Задача 2. Во время землетрясения вы находились на третьем этаже многоэтажного здания. Опишите ваши действия.

Задача 3. Вы оказались в завале. Каковы будут ваши действия?

Задача 4. Вам необходимо собрать специальную сумку на случай землетрясения. Что в нее следует положить?

Задача 5. Вы оказались в зоне очага пожара в лесу или на торфянике. Каковы ваши действия?

Задача 6. Вы находитесь далеко от города, на открытой местности. Идет сильный дождь. Вы замечаете, что ветер усилился, на горизонте скапливаются

низкие черные облака, резко изменилось атмосферное давление. Каковы будут ваши действия?

Задача 7. В поездке на автомобиле вы попали в снежную бурю. Каковы будут ваши действия?

Задача 8. Гроза застала вас во время отдыха на природе, вблизи водоема. Что вы будете делать, чтобы обеспечить свою безопасность?

3. Распределите предложенные варианты на 2 колонки:

1. Какую погоду следует ожидать при наличии следующих признаков:

А – переменную погоду

Б – устойчивую погоду

1) на горизонте видны перисто-кучевые облака в виде мелкой ряби;

2) облака вытянутой формы, похожие на огромные зерна чечевицы;

3) вечером или утром образуются облака в виде зубцов или башенок;

4) летом ощущается жара – парит;

5) давление воздуха сначала мало изменяется, а затем внезапно начинает понижаться.

2. По каким признакам можно определить, что скоро следует ожидать

А – облачную погоду (с дождем или снегопадом и ветром)

Б – устойчивую погоду

1) на горизонте появляются тонкие перистые облака, вытянутые в форме нитей с загнутыми краями;

2) вечером или утром заря приобретает красную или багровую окраску, солнце садится в тучу;

3) ветер резко меняет направление и к вечеру усиливается; давление воздуха падает;

4) роса или иней не появляются;

5) вечером теплее, чем днем;

6) давление воздуха возрастает;

7) появляются роса или иней на траве и других предметах.

Практическое занятие № 4
Модели поведения людей при возникновении ЧС техногенного характера

Цель: организовывать и проводить мероприятия по защите работающих и населения от негативных воздействий чрезвычайных ситуаций

Нормативные документы:
- Федеральный закон от 21 декабря 1994 г. N 68-ФЗ "О защите населения и территорий от чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера".
- Федеральный закон «О промышленной безопасности опасных производственных объектов» от 21.07.1997 г. № 9116-ФЗ.
- ПОСТАНОВЛЕНИЕ Администрации города Перми от 12 мая 2014 года N 323 «Об утверждении Положения о системе оповещения населения города Перми

Время выполнения – 2 часа

ПОРЯДОК ВЫПОЛНЕНИЯ:

1. Составьте **две** из предложенных моделей поведения в условиях ЧС техногенного характера:
   1. Составить модель поведения человека при автомобильной аварии.
   2. Составить модель поведения человека при аварии на общественном транспорте
   3. Составить модель поведения человека при аварии на железной дороге.
   4. Составить модель поведения человека при аварии на водном транспорте
   5. Составить модель поведения человека при взрыве в метрополитене
   6. Составить модель поведения человека при падении на рельсы в метрополитене
   7. Составить модель поведения человека при захвате террористами

2. Заполните таблицу из нижеперечисленных утверждений (внесите цифры в каждый столбик)

Правильно	Неправильно

1. ЧС техногенного характера подразделяются на ЧС без загрязнения и с загрязнением окружающей среды.
2. При автомобильной аварии необходимо как можно быстрее выскочить из машины на ходу,
3. При автомобильной аварии необходимо управлять машиной до последней возможности.
4. При температуре воды около 0" потеря сознания от переохлаждения наступает через 1-2 часа.
5. После того как произошла автомобильная авария, попытайтесь

сориентироваться, в каком месте машины и в каком положении вы находитесь.
6. Если в результате аварии в автомобиле появились раненые, их надо вытащить оттуда как можно скорее,
7. Если в результате аварии автомобиль упал в воду помните, что он практически сразу пойдет ко дну.
8. При погружении в воду автомобиля с закрытыми дверями и окнами воздух в салоне будет держаться несколько минут.
9. Наиболее опасно ехать в первых вагонах железнодорожного состава, именно они сильнее всего подвергаются разрушению при столкновении.
10. Аварийные выходы из вагона обычно расположены в первом и последнем купе.
1., Новейшее радиолокационное и другое навигационное оборудование делает путешествие на водном транспорте практически безопасным.
12. Статистика указывает, что человеческий фактор чаще всего является причиной аварий на водном транспорте.

3. Выполните задание:

При перевозке цистерны с хлором по железной дороге произошла его утечка. Облако хлора ветром понесло в сторону поселка Н. Составьте текст речевой информации для оповещения населения поселка. И составьте модель поведения населения в сложившейся ситуации.

4. Решите ситуационные задачи.

Задача 1. Во время поездки на микроавтобусе «Газель» произошла аварийная ситуация, в ходе которой заклинило входную дверь. Каковы будут ваши действия?

Задача 2. Во время поездки на общественном транспорте вы увидели бесхозную хозяйственную сумку. Опишите ваши действия.

Задача 3. При поездке на метрополитене вы увидели упавшего с платформы человека. Каковы будут ваши действия?

Задача 4. В квартире разбился ртутный термометр, Каковы будут ваши действия?

Практическое занятие № 5
Изучение мероприятий по защите работающих и населения от негативных воздействий ЧС

Цель занятия: формировать умения организовывать и проводить мероприятия по защите работающих и населения от негативных воздействий чрезвычайных ситуаций

Нормативные документы:
- Федеральный закон от 12 февраля 1998 г. N 28-ФЗ "О гражданской обороне"
- Федеральный закон от 21 декабря 1994 г. N 68-ФЗ "О защите населения и территорий от чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера".
- Постановление Правительства РФ от 2 ноября 2000 г. № 841 "Об утверждении Положения о подготовке населения в области гражданской обороны"
- Постановление Правительства Российской Федерации от 30.12.03 г. №794 «О единой государственной системе предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций»

Время выполнения – 2 час

ПОРЯДОК ВЫПОЛНЕНИЯ:

1. Из текста Федерального закона от 12 февраля 1998 г. N 28-ФЗ "О гражданской обороне" **выпишите определения:**

Гражданская оборона -
Территория, отнесенная к группе по ГО, -
Основные задачи в области ГО -

2. Из текста Федерального закона от 21 декабря 1994 г. N 68-ФЗ "О защите населения и территорий от чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера" **выпишите определения:**

Чрезвычайная ситуация -
Предупреждение ЧС -
Ликвидация ЧС -
Зона ЧС -

3. Из текста Постановления Правительства Российской Федерации от 30.12.03 г. №794 «О единой государственной системе предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций» **выпишите**

- определение РСЧС
- цели и задачи РСЧС

4. Заполните таблицу:

Уровень	Наименование постоянно действующего органа управления единой системой	Местоположение, Ф.И.О. руководителя, телефон

5. Ответьте письменно на контрольные вопросы:

1. Что включает в себя комплекс мероприятий по защите населения?
2. Что означает оповестить население?
3. Какие уровни систем оповещения считаются основными?
4. Что является основным средством условного сигнала об опасности?
5. Какие требования предъявляют к речевой информации?
6. Какие средства позволяют сократить сроки оповещения? Что такое ОКСИОН?

Практическое занятие № 6
Организация подбора и использования средств индивидуальной защиты в чрезвычайных ситуациях

Цель занятия: сформировать умение использовать средства индивидуальной защиты от оружия массового поражения

Материалы и оборудование: линейка, мягкая сантиметровая лента, прибор для измерения роста

Нормативные документы:
- Постановление Правительства РФ от 2 ноября 2000 г. № 841 "Об утверждении Положения о подготовке населения в области гражданской обороны"

Время выполнения – 2 часа

ПОРЯДОК ВЫПОЛНЕНИЯ:

В тетради запишите тему практического занятия и последовательно выполняйте задания:

Задание 1. Используя Таблицу 1, определите размер маски противогаза ГП-5 для пяти студентов вашей группы.

Таблица 1. Определение размера маски противогаза ГП-5

Результат измерения	Размер
До 63,0 см	0
63,5-65,5 см	1
66,0-68,0 см	2
68,5-70,5 см	3
71,0 см и более	4

Для определения размера маски (0-4) нужно измерить голову по замкнутой линии, проходящей через макушку, щеки и подбородок. Измерения округляются до 0,5 см.

Результат оформите в виде Таблицы 2

№	Фамилия, имя студента	Результат измерения	Необходимый размер
1			
2			
3			
4			
5			

Задание 2. Используя Таблицу 3, определите размер маски противогаза ГП-7 для пяти студентов вашей группы. Результат задания отобразите в виде Таблицы 4.

Таблица 3 – Определение размера маски противогаза ГП-7

Результат измерения	Положение упоров лямок	Рост
До 118,5 см	**4-8-8**	**1**
121,5-123,5 см **124,0-126,0 см**	**3-7-8** **3-6-7**	**2**
126,5-128,5 см **129,0-131,0 см** **131,5 см и более**	**3-7-7** **3-5-6** **3-4-5**	**3**

Лицевую часть противогаза ГП-7 изготавливают трех ростов. Подбор необходимого осуществляется на основании результатов измерения мягкой сантиметровой лентой горизонтального и вертикального обхвата головы.



Вертикальный обхват – измерение по замкнутой линии, проходящей через макушку, щеки и подбородок.

Горизонтальный обхват – измерение головы по замкнутой линии, проходящей спереди по надбровным дугам, сбоку – на 2-3 см выше края ушной раковины и сзади – через наиболее выступающую точку головы. Измерения округляются с точностью до 0,5 см.

Таблица 4

№	Фамилия	Результат измерения	Положение упоров лямок	Необходимый размер маски
1				
2				
3				
4				
5				

Задание 3. Измерив рост пяти студентов при помощи ростомера или сантиметровой ленты, определите для них размер защитного костюма Л-1, учитывая при этом то, что костюмы выпускаются трех размеров:

1 размер – для людей ростом до 165 см.
2 размер - для людей ростом от 165 до 172 см
3 размер - для людей выше 172 см

Результат отобразите в виде Таблицы 5

№	Фамилия, имя	Рост	Размер
1			
2			
3			
4			
5			

Задание 4. Аналогично предыдущего задания определите размер защитного плаща и сапог-чулок из общевойскового защитного комплекта (ОЗК) для группы студентов из пяти человек, для чего используйте нижеприведенные данные.

Защитные плащи комплектов выпускаются пяти размеров:

1 размер – для людей ростом до 165 см;
2 размер - для людей ростом от 165 до 170 см;
3 размер - для людей ростом от 170 до 175 см;
4 размер - для людей ростом от 175 до 180 см;
5 размер - для людей ростом выше 180 см.

Сапоги-чулки общевойсковых защитных комплектов изготавливаются 3х размеров:

1 размер – для обуви 37-40 размера;
2 размер – для обуви 41-42 размера;
3 размер – для обуви 43 размера и выше.

Результат отобразите в виде Таблицу 6

№	Фамилия, имя	Рост	Размер плаща ОЗК	Размер ноги	Размер сапог-чулок
1					
2					
3					
4					
5					

Задание 5. Подберите для пяти студентов размер комбинезонов, входящих в состав ЗФО, учитывая при этом, что комбинезоны выпускаются трех ростов:

1 размер- для людей ростом до 160 см;
2 размер - для людей ростом от 160 до 170 см;
3 размер - для людей ростом свыше 170 см.

Результаты отобразите в отчете в виде Таблицы 7

№	Фамилия, имя	Рост	Размер

1. Наденьте противогаз на оценку

Время на выполнение норматива отсчитывается с момента подачи команды до надевания головного убора.

	отлично	хорошо	удовлетворительно
Противогаз	7 сек	8 сек	10 сек
респиратор	11 сек	12 сек	14 сек

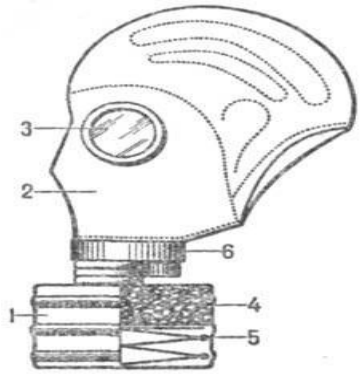


Рисунок 1 - Фильтрующий противогаз

1 - фильтрующе-поглощающая коробка; 2 - лицевая часть противогаза; 3 - очковый узел;

4 - шихга (обеспечивает поглощение паров и газов, и токсичных в-в); 5 - ПАФ (противоаэрозольный фильтр); 6 - клапанная коробка.

Порядок надевания противогаза:

1. По команде «Газы!» задержать дыхание, не вдыхая воздух.
2. Закрыть глаза.
3. Достать противогаз из противогазной сумки, левой рукой доставая противогаз, а правой держа сумку снизу.
4. Вынуть пробку-заглушку из противогазной коробки.
5. Перед надеванием противогаза расположить большие пальцы рук снаружи, а остальные внутри.
6. Приложить нижнюю часть шлем-маски на подбородок.
7. Резко натянуть противогаз на голову снизу вверх.

8. Выдохнуть.
9. Необходимо, чтобы после не образовалось складок, очковый узел должен быть расположен на уровне глаз.
10. Перевести сумку на бок.

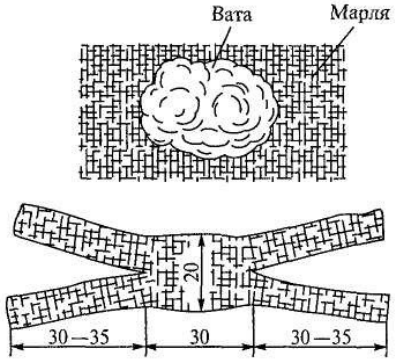
Снятие:
1. По команде «Отбой!» брать за фильтровальную коробку и, потянув сверху вниз, снять его.
2. Убрать противогаз в противогазную сумку.
3. Застегнуть пуговицы

Ошибки, снижающие оценку на один балл:
1. При надевании противогаза обучаемый не закрыл глаза и не затаил дыхание или после надевания не сделал полный выдох;
2. Шлем - маска надета с перекосом или перекручена соединительная трубка.
3. Концы носового зажима респиратора не прижаты к носу.

Ошибки, определяющие оценку «неудовлетворительно»:
1) Допущено образование таких складок или перекосов, при которых наружный воздух может проникнуть под шлем - маску;
2) Не полностью навинчена (ввернута) гайка соединительной трубки

3. Изготовьте ватно-марлевую повязку

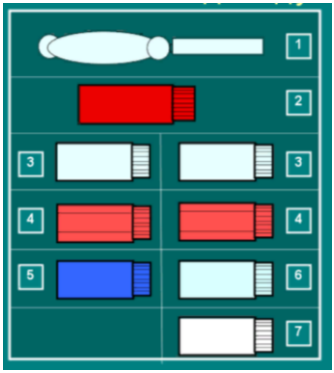
Ватно-марлевая повязка изготавливается из куска марли размером 100 х 50 см и ваты. На марлю накладывают слой ваты толщиной 2-3 см, длиной 30 см, шириной 20 см. Марлю с обеих сторон загибают и накладывают на вату. Концы марли разрезают на 30-35 см с каждой стороны, чтобы образовалось две пары завязок. Марлевые повязки делают из 10-12 слоев марли. Они шьются также в виде маски, закрывающей все лицо или только подбородок, нос и рот. Для защиты глаз используются противопылевые очки.





Примечание. Размеры даны в см

4. Познакомьтесь с содержимым Аптечки индивидуальной АИ-2 и запишите в тетрадь ее содержимое по гнездам:



5. Заполните таблицу 8.

Таблица 8 - Состав и подробное описание средств защиты Аптечки индивидуальной АИ-2

Состав	**Начало действия средства**	**Время действия средства**	**Побочные эффекты средства**	**Механизм действия средства**
Промедол			Возможно расст-ройство сознания, рвота, снижение мышечной силы	
Тарен	Эффект через 20 минут			
Сульфа-диметоксин				
Цистамин		Около 5 часов		
Хлор-тетрациклин				Препятствует образованию комплекса РНК + рибосома
Йодистый калий			В редких случаях возможны реак-ции повышенной чувствительности	
Этаперазин				Блокатор дофаминовых рецепторов

6. Перечислите средства индивидуальной защиты населения, кроме АИ-2.

Практическое занятие № 7
Изучение первичных средств тушения пожаров

Цель работы: сформировать умения применять первичные средства пожаротушения

Нормативные документы:
- Федеральный закон от 21 декабря 1994 г. N 68-ФЗ "О защите населения и территорий от чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера".
- Федеральный закон от 21 декабря 1994 г. № 69-ФЗ "О пожарной безопасности"

Оборудование: огнетушители ОХП-10, ОВП-10, ОУ-2, ОП-5 (или их макеты), пожарный щит с инвентарем (или его макет), гидропульт, пожарный ствол.

Время выполнения – 2 часа

Краткие теоретические сведения

В качестве первичных средств пожаротушения применяют воду, песок, асбестовое полотно (или куски кошмы, грубого сукна), различные огнетушители.

Вода обладает хорошими огнегасящими свойствами вследствие высокой теплоемкости и большой теплоты парообразования. Резервуар для воды должен быть объемом не менее 0,2 $м^3$ и укомплектован ведрами. Воду нельзя применять для тушения легковоспламеняющихся жидкостей, имеющих меньшую, чем у воды, плотность (бензин, керосин, минеральные масла) и для тушения пожара в электроустановках, находящихся под напряжением.

Песок используют для тушения небольших очагов воспламенения электропроводки и горючих жидкостей (мазута, красок, масла и т. п.). Хранят его в ящиках (вместимостью 0,5, 1 или 3 м3) вместе с совковой лопатой во всех цехах и производственных помещениях.

Асбестовое полотно должно быть размером не менее 1х1 м. В местах хранения лековоспламеняющихся и горючих жидкостей оно может быть увеличено до 2х1,5 м или 2х2 м. Асбестовое полотно набрасывают на горящую поверхность и тем самым изолируют ее от окружающей среды. Используют его также для защиты от огня ценного оборудования, закрытия печей и отверстий в трубах с горючими материалами. Хранят в водонепроницаемом футляре (чехле), один раз в три месяца просушивают и очищают от пыли.

Огнетушители являются наиболее надежным средством при тушении загораний до прибытия пожарных подразделений. В настоящее время промышленностью изготавливаются несколько типов огнетушителей, предназначенных для тушения загораний в различных условиях. В качестве огнегасящего вещества в огнетушителях используется химическая и воздушно-механическая пена, углекислота, специальные порошки.

Ручные химический и воздушно-пенный огнетушители представлены на рисунке 1.

В огнетушителе ОХП-10 пена образуется в результате химической реакции, происходящей при смешивании щелочной и кислотной частей заряда. Пена под давлением, которое создается в корпусе огнетушителя, выбрасывается струей через насадку. В огнетушителе ОХП-10 кислотная часть заряда заключена в полиэтиленовый стакан, закрытый резиновым колпаком, а щелочная часть заряда находится в корпусе. Огнетушитель предназначен для быстрого тушения небольших загораний твердых и жидких веществ, за исключением щелочей – калия, натрия, магния, а также спирта. Нельзя использовать его на оборудовании, находящемся под напряжением. Огнетушитель рекомендуется использовать на стационарных объектах, на транспорте, на сельскохозяйственных машинах и агрегатах. Осматривают огнетушители один раз в месяц; заряд проверяют один раз в год.

Чтобы привести огнетушитель ОХП-10 в действие, нужно повернуть рукоятку на 180° в вертикальной плоскости (при этом откроется клапан кислотного стакана) и перевернуть огнетушитель вверх днищем. Кислотная часть заряда выливается в корпус и смешивается со щелочной частью заряда; образующуюся струю пены направляют на очаг пожара.

Принцип действия воздушно-пенного огнетушителя основан на вытеснении раствора пенообразователя избыточным давлением рабочего газа (воздух, азот, углекислый газ). При срабатывании запорно-пускового устройства прокалывается заглушка баллона с рабочим газом. Пенообразователь выдавливается газом через каналы и сифонную трубку. В насадке пенообразователь перемешивается с засасываемым воздухом, и образуется пена. Она попадает на горящее вещество, охлаждает его и изолирует от кислорода. Для приведения в действие воздушно-пенного огнетушителя необходимо снять пломбу, выдернуть чеку, направить насадку на очаг пожара и нажать на рычаг.

Ручной углекислотный огнетушитель ОУ-2 (ОУ-5, ОУ-8) предназначен для тушения загораний в небольшом количестве всех видов горючих и тлеющих материалов (кроме кинопленки на нитрооснове), а также электроустановок, находящихся под напряжением. В качестве огнетушащего средства в ОУ-2 применяется углекислый газ. Его огнетушащие свойства основаны на снижении концентрации кислорода в воздухе до такой величины, при которой горение прекращается, а также понижении температуры зоны горения. Углекислый газ имеет ряд достоинств: он не портит соприкасающиеся с ним предметы, неэлектропроводен, не изменяет в процессе хранения своих качеств.

К недостаткам углекислого газа следует отнести его токсичность при больших концентрациях в воздухе, поэтому углекислотный огнетушитель нельзя применять в малых помещениях. Зарядом в углекислотных огнетушителях служит жидкая углекислота, которая в момент приведения огнетушителя в действие быстро испаряется, образуя твердую углекислоту («снег») и углекислый газ.

Огнетушитель углекислотный представляет собой стальной баллон, в горловину которого встроена рукоятка с раструбом (рис. 2).

У огнетушителя ОУ-2 раструб присоединен к корпусу шарнирно. Кроме того, огнетушитель имеет предохранительное устройство мембранного типа,

которое автоматически разряжает баллон огнетушителя при повышении в нем давления сверх допустимого.

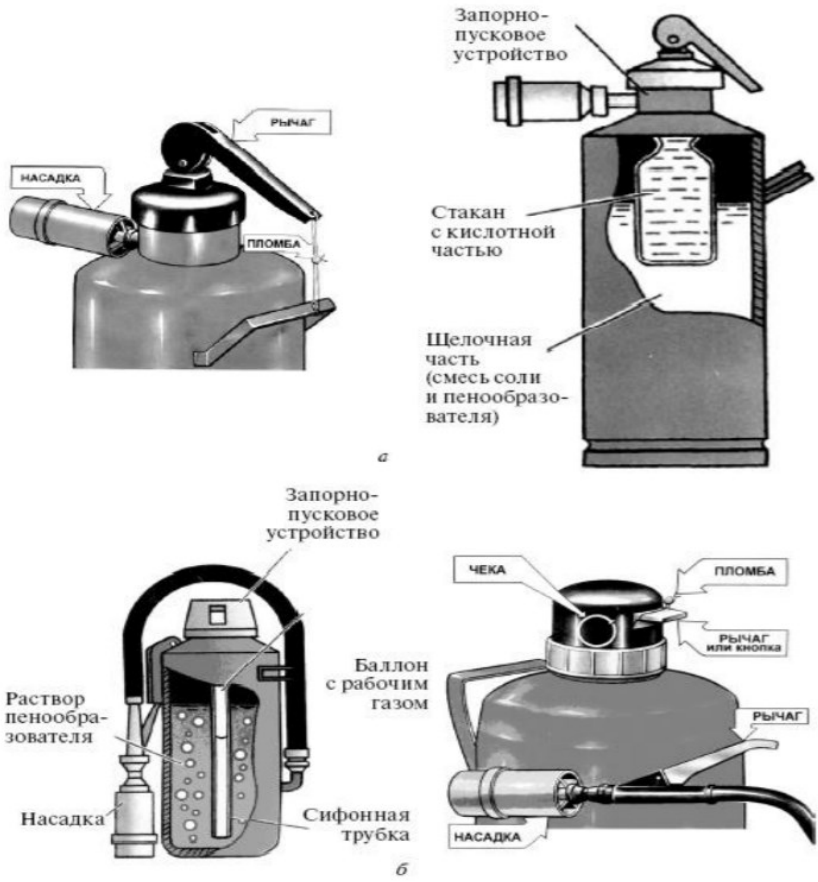


Рисунок 1 - Ручные огнетушители:
а – химический пенный огнетушитель ОХП-10;
б – воздушно-пенный огнетушитель ОВП-10

Чтобы привести огнетушитель в действие, необходимо сорвать пломбу, выдернуть чеку, перевести раструб в горизонтальное положение и нажать на рычаг, а затем направить струю заряда на огонь. При работе углекислотного огнетушителя нельзя касаться раструба, так как температура его за счет испарения жидкого углекислого газа понижается до —70 °С. В случае попадания пены в глаза их следует промыть чистой водой или 2 %-ным раствором борной кислоты.

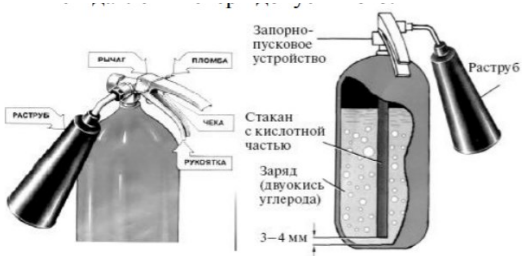


Рисунок 2 - Углекислотный огнетушитель ОУ-2

Ручной порошковый огнетушитель ОП-5 (рис. 3) предназначен для тушения небольших загораний на мотоциклах, легковых и грузовых автомобилях, тракторах и других машинах. Огнетушитель эффективно работает при температуре от —50 до +50 °С.

Принцип действия огнетушителя ОП-5 заключается в следующем. При срабатывании запорно-пускового устройства прокалывается заглушка баллона с рабочим газом (азот, углекислый газ). Газ по трубке подвода поступает в нижнюю часть корпуса огнетушителя и создает избыточное давление. Порошок вытесняется по сифонной трубке в шланг к стволу. Нажимая на курок ствола, можно подавать порошок порциями. Порошок, попадая на горящее вещество, изолирует его от кислорода воздуха.

Чтобы привести в действие огнетушитель ОП-5 необходимо сорвать пломбу, выдернуть чеку, поднять рычаг до отказа, направить ствол-насадку на очаг пожара и нажать на курок; через 5 секунд приступить к тушению пожара.

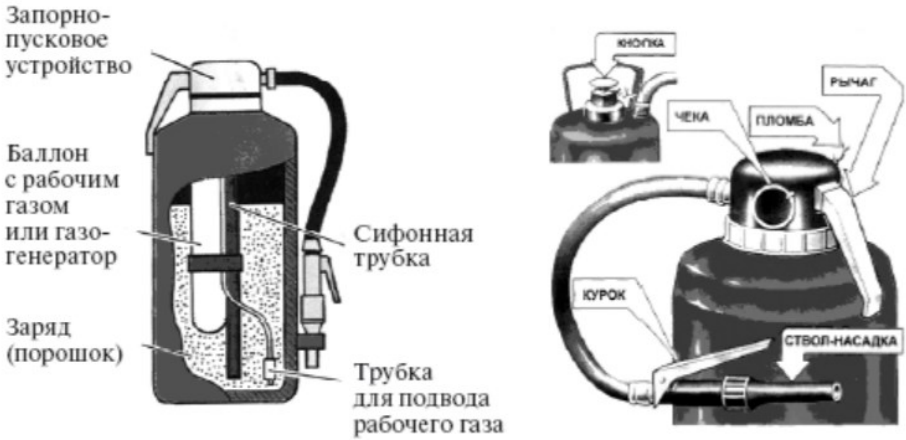


Рисунок 3 - Порошковый огнетушитель
со встроенным газовым источником давления ОП-5

ПОРЯДОК ВЫПОЛНЕНИЯ:

1. Изучить устройство и принцип действия огнетушителей.
2. Заполнить табл.1, 2.

Таблица.1 - Область применения огнегасящих веществ

№ п/п	Огнегасительные вещества	Огнегасительные свойства				В какой области нельзя применять (вписать букву)
		Охлаждающее	Изолирующее	Разбавляющее	Ингибирующее (замедляющее)	
1	Вода					
2	Песок					
3	Покрывало из войлока, брезента и т.д.					
4	Химическая пена					
5	Углекислота					
6	Порошки					

Примечание. Область применения огнегасящих веществ:
А) дерево, изделия из дерева, ткани и т. п.;
Б) горючие жидкости (мазут, краски, масла);
В) легко воспламеняющиеся жидкости (бензин, керосин);
Г) спирты;
Д) электроустановки под напряжением;
Е) ценные вещи (картины, документы, книги и т. п.);
Ж) одежда на человеке.

Таблица 2 Ручные огнетушители

№ п/п	Марка	Условное обозначение	Технические характеристики			Огнегасительные свойства	Область применения
			Время действия	Дальность действия	Площадь гашения		

3. По плану эвакуации ГБПОУ «Пермский нефтяной колледж» найдите **один** огнетушитель и составьте на него эксплуатационный паспорт по алгоритму:

Эксплуатационный паспорт на огнетушитель

1.Номер, присвоенный огнетушителю_____
2.Дата введения огнетушителя в эксплуатацию _____
3.Место установки огнетушителя_____
4.Тип и марка огнетушителя _____
5.Завод-изготовитель огнетушителя _____
6.Заводской номер _____
7.Дата изготовления огнетушителя _____
8.Марка (концентрация) заряженного огнетушащего вещества_____

4. Рассчитать необходимое количество первичных средств тушения пожаров для образовательного учреждения (колледжа), заполнив табл. 3 при помощи приложения 1.

Таблица 3 - Нормы первичных средств пожаротушения для ГБПОУ «Пермский нефтяной колледж»

№ п/п	Средства пожаротушения	Кол-во	Примечание (для чего)
1	Огнетушители:		
	а) пенные		
	б) углекислотные		
	в) порошковые		
2	Ящики с песком (объем 0,5 м^3)		
3	Бочки с водой		
4	Покрывало		
5	Пожарный щит, оборудованный: лопатой, багром, топором, ведрами		

5. Заполните таблицу из нижеперечисленных утверждений

Правильно	Неправильно

1. При возгорании сковородки необходимо залить ее водой.
2. Если загорелась мебель, пытайтесь тушить ее водой,
з. Загоревшиеся компьютер или телевизор нельзя тушить водой.
4. Если загорелась занавеска, сбивайте огонь мокрой тряпкой, шваброй или метлой.
5. Токсичные продукты, выделяемые при горении не опасны для человека.
6. Чтобы быстрее выбраться из горящего здания, воспользуйтесь лифтом.
7. Если вы почувствовали запах дыма постарайтесь не покидать комнату.
В. Возгорание необходимо начать тушить как можно быстрее
9. Мебель с трудом воспламеняется и легко тушится.

10. Короткое замыкание внутри корпуса может привести к возгоранию компьютера или телевизора.
11. Дети, испугавшись пожара, почти никогда не отзываются на незнакомые голоса.
12. Если вы собираетесь покинуть помещение из-за пожара, то постарайтесь надеть на себя как можно меньше одежды, чтобы она не мешала при движении.
13. При обнаружении пожара надо сразу перекрыть газ, выключить электричество.
14. При вызове МЧС при пожаре необходимо четко сообщить точный адрес, место пожара (помещение, этаж), время возгорания, цвет дыма, свою фамилию, номер своего телефона.
15. Лучше не сообщать о пожаре людям, работающим по соседству, чтобы избежать паники.
16. При пожаре надо распахнуть все окна и двери, чтобы не задохнуться от дыма.

6. Ответить на контрольные вопросы:

1. Какие существуют первичные средства пожаротушения?
2. Как устроены ручные огнетушители ОХП-10, ОУ-2, ОП-1?
3. Каков принцип действия каждого огнетушителя?
4. Какие существуют ограничения использования указанных огнетушителей?

Практическое занятие № 8
Эвакуация людей при пожаре

Цель: организовывать и проводить мероприятия по защите работающих и населения от негативных воздействий чрезвычайных ситуаций

Нормативные документы:
- Федеральный закон от 21 декабря 1994 г. N 68-ФЗ "О защите населения и территорий от чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера".
- Федеральный закон от 21 декабря 1994 г. № 69-ФЗ "О пожарной безопасности"

Время выполнения – 2 часа

Задание

В учебном помещении, имеющем перегородки из древесноволокнистых плит, произошло возгорание. Площадь пожара, при горении облицовочных плит, приведена в исходных данных (табл. 6). Рассчитать время (tд), необходимое для эвакуации людей из горящего помещения с учётом задымлённости.

Общие сведения

Здания и части зданий по функциональной пожарной опасности подразделяются на классы:

Ф1 – гостиницы, жилые дома, детские дошкольные учреждения и т.п., при условии их круглосуточного использования;

Ф2 – зрелищные и культурно-просветительные учреждения (театры, музеи, библиотеки и др.);

Ф3 – предприятия по обслуживанию населения (предприятия торговли, общественного питания, поликлиники и др.);

Ф4 – учебные заведения, научные и проектные организации, учреждения управления;

Ф5 – производственные и складские здания.

Производственные здания и сооружения по взрывной, взрывопожарной и пожарной опасности подразделяются на шесть категорий:

- категория А и Б - взрывопожароопасные производства;
- категория В - пожароопасные производства;
- категория Г - производства, имеющие несгораемые вещества и материалы в горячем, раскалённом или расплавленном состоянии;
- категория Д - производства с непожароопасными технологическими процессами, где имеются несгораемые вещества и материалы в холодном состоянии;
- категория Е - взрывоопасные производства, где имеются горючие газы и взрывоопасные пыли.

Эвакуация при пожаре представляет собой процесс организованного самостоятельного движения людей наружу из помещений, в которых имеется возможность воздействия на них опасных факторов пожара. Эвакуация осуществляется по путям эвакуации через эвакуационные выходы.

Спасение при пожаре представляет собой вынужденное перемещение людей наружу при воздействии на них опасных факторов пожара или при возникновении непосредственной угрозы этого воздействия. Спасение осуществляется самостоятельно, с помощью пожарных подразделений или специально обученного персонала, в том числе с использованием спасательных средств, через эвакуационные и аварийные выходы.

Выходы являются эвакуационными, если они ведут:

а) из помещений 1-го этажа наружу:

- непосредственно;
- через коридор;
- через вестибюль (фойе);
- через лестничную клетку;
- через коридор и вестибюль (фойе);
- через коридор и лестничную клетку.

б) из помещений любого этажа, кроме первого:

- непосредственно в лестничную клетку;
- в коридор, ведущий непосредственно в лестничную клетку;
- в холл (фойе), имеющий выход непосредственно в лестничную клетку.

в) в соседнее помещение, обеспеченное выходом.

Не менее 2-х эвакуационных выходов должны иметь этажи зданий следующей классификации:

- Ф1.1 (детские сады);
- Ф3.3 (вокзалы);
- Ф4.1 (школы);
- Ф4.2 (высшие профессиональные учебные заведения).

Для зданий других классов наличие двух эвакуационных выходов зависит от объёма помещений, количества людей и других факторов.

ПОРЯДОК ВЫПОЛНЕНИЯ:

1. Ознакомьтесь с планом эвакуации ГБПОУ «Пермский нефтяной колледж».
2. Зарисуйте схему эвакуации из учебного кабинета, в котором вы находитесь

Примерная схема эвакуации людей представлена на рисунке ниже.

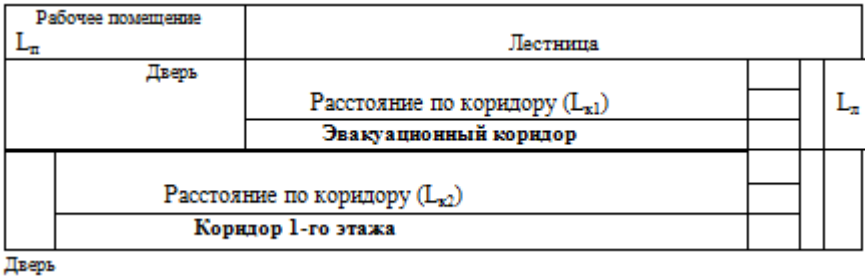


Рисунок 1 – Схема оцениваемого эвакуационного маршрута

3. **Вычислите расчётное время по следующим формулам** (все действия записывайте в тетрадь)

а) Расчётное время эвакуации ($t_р$) из рабочих помещений и зданий определяется как суммарное время движения людского потока на отдельных участках пути по формуле

$$t_р = t_1 + t_2 + t_3 + \ldots + t_i, \qquad (1)$$

где t_1 – время движения от самого удалённого рабочего места до двери помещения (в соответствии с рисунком это расстояние примем равным диагонали помещения $L_п$);

t_2 - время прохождения дверного проёма помещения;

t_3 – время движения по коридору от двери помещения до лестничного марша;

t_4 – время движения по лестничному маршу;

t_5 – время движения по коридору первого этажа до выходной двери из здания;

t_6 – время прохождения дверного проёма из здания.

б) Время движения людского потока на отдельных участках вычисляется по формуле

$$t_i = L_i/V_i, \qquad (2)$$

где L_i – длина отдельных участков эвакуационного пути, м (табл. 6);

V_i – скорость движения людского потока на отдельных участках пути, м/мин.

в) Скорость движения людского потока (V_i) зависит от плотности людского потока (D_i) на отдельных участках пути и выбирается из табл. 1.

г) Плотность людского потока (D_i) вычисляется для каждого участка эвакуационного пути по формуле

$$D_i = (N * f)/(L_i * \delta_i), \qquad (3)$$

где N - число людей (табл. 6);

f - средняя площадь горизонтальной проекции человека (принять f = 0,1 м^2);

δ_i - ширина i-го участка эвакуационного пути, м (табл. 6).

д) Время прохождения дверного проёма приближённо можно рассчитать по формуле

$$t_{д.п.} = N/(\delta_{д.п.} * q_{д..п.}), \qquad (4)$$

где $\delta_{д.п.}$ – ширина дверного проёма, м (табл. 6);

$q_{д.п.}$ – пропускная способность 1 м ширины дверного проёма (принимается равной 50 чел./(м * мин) для дверей шириной менее 1,6 м и 60 чел./(м * мин) для дверей шириной 1,6 м и более).

Необходимое (нормируемое) время эвакуации

а) Необходимое время эвакуации из помещений общественных зданий (кинотеатры, столовые, универмаги и др.) устанавливается (нормируется) в зависимости от степени огнестойкости здания и объёма помещения (табл. 2). Необходимое время эвакуации из общественных зданий устанавливается (нормируется) в зависимости от степени огнестойкости здания (табл. 4).

б) При нормировании времени эвакуации для производственных зданий промышленных предприятий учитывается степень огнестойкости здания, категория производства и этажность здания (табл. 5). Необходимое время эвакуации из рабочих помещений производственных зданий зависит также и от объёма помещения (табл. 3).

Таблица 1 - Зависимость скорости движения от плотности людского потока

Плотность людского потока (D_i)	Скорость движения людского потока (V_i), м/мин	
	на горизонтальном пути	по лестнице вниз
0,01	100	100
0,05	100	100
0,1	80	95
0,2	60	68
0,3	47	52
0,4	40	40
0,5	33	31
0,6	27	24
0,7	23	18
0,8	19	13
0,9 и более	15	8

Таблица 2 - Необходимое время эвакуации из помещений общественных зданий ($t_{п.о.з.}$)

Помещение	Время эвакуации ($t_{п.о.з.}$), мин, из помещений общественных зданий I и II степени огнестойкости при объёме помещения, тыс. $м^3$

Наименование	Обозначение	До 5	10	20	40	60
Зрительные залы (театры и т.п.).	*	1,5	2	2,5	2,5	-
Залы лекционные, собраний, выставочные, столовые и др.	**	2	3	3,5	4	4,5
Торговые залы универмагов.	***	1,5	2	2,5	2,5	-
Примечание. Необходимое время эвакуации людей из помещений III и IV степени огнестойкости уменьшается на 30 %, а из помещений V степени огнестойкости – на 50 %						

Таблица 3 - Необходимое время эвакуации из помещений производственных зданий ($t_{п.п.з.}$)

Категория производства	Время эвакуации ($t_{п.п.з.}$), мин, из помещений производственных зданий I, II и III степени огнестойкости при объёме помещения ($W_п$), тыс. м^3				
	До 15	30	40	50	60 и более
А, Б, Е	0,50	0,75	1	1,50	1,75
В	1,25	2	2	2,50	3
Г, Д	Не ограничивается				
Примечание. Для зданий IV степени огнестойкости необходимое время эвакуации уменьшается на 30 %, а для зданий V степени огнестойкости – на 50 %					

Таблица 4 - Необходимое время эвакуации из общественных зданий ($t_{о.з.}$)

Степень огнестойкости	Время эвакуации ($t_{о.з.}$), мин
I и II	до 6
III и IV	до 4
V	до 3

Таблица 5 - Необходимое время эвакуации из производственных зданий ($t_{п.з.}$)

Категория производства	Время эвакуации (tп.з.) мин, из производственных зданий I, II и III степени огнестойкости
А, Б, Е	до 4
В	до 6
Г, Д	до 8
Примечание. Для зданий IV степени огнестойкости необходимое время эвакуации уменьшается на 30 %, а для зданий V степени огнестойкости – на 50 %	

4. Определите расчётное время эвакуации из рабочего помещения по задымлённости ($t_д$)

а) $t_д = (K_{осл} * K_г * W_п)/(V_д * S_{п.г.})$, (5)

где $K_{осл}$ – допустимый коэффициент ослабления света (принять $K_{осл} = 0,1$);

$K_г$ – коэффициент условий газообмена;

$W_п$ - объём рабочего помещения, $м^3$ (табл. 6);

$V_д$ - скорость дымообразования с единицы площади горения, $м^3/(м^2 * мин)$;

$S_{п.г.}$ - площадь поверхности горения, $м^2$.

б) $K_г = S_о/S_п$, (6)

где $S_о$ - площадь отверстий (проёмов) в ограждающих стенах помещения, $м^2$ (табл. 6);

$S_п$ - площадь пола помещения, $м^2$ (вычислить по исходным данным).

в) $V_д = K_д * V_г$, (7)

где $K_д$ - коэффициент состава продуктов горения (для древесноволокнистых плит равен 0,03 $м^3/кг$);

Vг - массовая скорость горения (для древесноволокнистых плит принимается равной 10 $кг/(м^2 * мин)$).

г) $S_{п.г.} = S_{п.п.} * K_{п.г.}$, (8)

где $S_{п.п.}$ - предполагаемая площадь пожара, $м^2$ (табл. 6);

$K_{п.г.}$ – коэффициент поверхности горения (для разлившихся жидкостей и облицовочных плит $K_{п.г.} = 1$).

5. Сравните расчётное время эвакуации по задымлённости из рабочего помещения, полученное по формуле (5) с расчётным временем эвакуации людей из рабочего помещения, полученным по формуле (1) и с необходимым (нормируемым) временем эвакуации из рабочего помещения (табл. 2 или 3).

6. Возьмите для сравнения и расчетов любой учебный кабинет 4 этажа.

7. Сделайте вывод

Анализируя результаты, полученные в п.3 и п.4 работы, сформулируйте окончательный вывод о времени, необходимом для эвакуации людей при возникновении пожара из учебного кабинета 4 и 2 этажей.

Таблица 6 - Исходные данные

Наименование исходных параметров	Величина параметров по вариантам									
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9
ЗДАНИЕ: производственное (П); общественное (О).	П -	- О	П -	- О	П -	- О	П -	- О	П -	П -
Категория производства	Б	-	В	-	А	-	Е	-	В	В
Степень огнестойкости	I	IV	II	I	II	V	IV	III	III	V
РАБОЧЕЕ ПОМЕЩЕНИЕ: обозначение наименования помещения (для табл. 2); длина, м; ширина, м; объём ($W_п$), тыс. $м^3$; площадь отверстий в стенах, $м^2$	- 15 10 0,4 6	*** 25 20 2,5 25	- 80 40 25,1 110	** 30 20 3,0 36	- 35 10 1,4 16	* 60 35 9,8 65	- 90 50 31,0 115	** 10 5 0,2 3	- 20 10 0,7 10	- 30 10 1,5 12
Количество людей (N), чел.	50 0	1400	3600	2500	600	8500	4300	100	400	500
ШИРИНА ДВЕРЕЙ ($\delta_{д.п.}$): из рабочего помещения, м; из здания, м.	1,4 1,8	2,8 3,0	4,2 4,2	2,2 1,8	1,5 2,2	3,5 2,0	1,6 1,4	1,2 2,4	1,4 1,5	2,8 1,6
КОРИДОРЫ: суммарная длина ($L_к$), м; при ширине ($\delta_к$), м.	40 3	55 2,8	120 4	35 2,5	30 3,2	25 2,0	65 2,2	70 2,0	15 1,5	80 2,2
ЛЕСТНИЦЫ: суммарная длина ($L_л$), м; при одной ширине ($\delta_л$), м.	10 2	8 2,2	15 3	14 2,4	12 1,8	10 1,5	25 2,0	30 1,4	20 1,5	15 1,8
Площадь пожара ($S_{п.п.}$), $м^2$	8	15	25	20	18	35	24	6	12	18

Тема 2.5.
Первая помощь пострадавшим

Практическое занятие № 9
Общие правила оказания первой помощи пострадавшим

Цель: Отработка алгоритмов действий по оказанию первой помощи (приемы искусственной вентиляции легких и непрямого массажа сердца)

Оборудование: тетрадь, перевязочный материал, подручные средства для наложения жгутов

Время выполнения – 1 час

ПОРЯДОК ВЫПОЛНЕНИЯ:

1. Изучить приемы искусственной вентиляции легких. Составить алгоритм проведения искусственной вентиляции легких.

2. Изучить приемы непрямого массажа сердца. Составить алгоритм проведения непрямого массажа сердца.

3. Ответить на контрольные вопросы:

1. Что является основной задачей реанимации?
2. Зачем пострадавшему запрокидывают голову при ИВЛ?
3. Как спасатель может защитить себя при проведении ИВЛ?
4. Как проводят вдувание воздуха ребенку?
5. С какой частотой спасатель должен надавливать на грудину пострадавшему при непрямом массаже сердца?
6. Как делают непрямой массаж сердца ребенку?
7. Каковы критерии успешной реанимации?

4. Решите кроссворд по теме «Первая медицинская помощь»

По горизонтали

2. Мягкое или жёсткое приспособление, закрепляющее перевязочный материал (иногда содержащий лекарственные или другие вещества) на поверхности тела больного

4. Восстановление жизненно важных функций организма (прежде всего дыхания и кровообращения).

5. перелом, при котором повреждены мягкие ткани и кожные покровы называется

6. Приступ кратковременной утраты сознания, обусловленный временным нарушением мозгового кровотока.

8. как называется перелом, при котором нет наружных повреждений кожных покровов

10. Смерть или терминальное состояние, возникающее в результате проникновения воды (реже — других жидкостей и сыпучих материалов) в лёгкие и дыхательные пути

11. бывает венозным, артериальным

13. Процесс наложения повязки на рану

14. состояние защищённости жизненно-важных интересов личности, общества, государства от потенциально и реально существующих угроз, или отсутствие таких угроз.

15. Метод создания неподвижности с целью обеспечения покоя пораженному участку тела при повреждениях и заболеваниях.

16. Процесс перемещения пострадавшего в место назначения, посредством тех или иных транспортных средств.

17. Какая повязка накладывается при переломах челюстей

18. Ожог от светового излучения, пламени, кипятка и горячего пара называется

19. Применяют для иммобилизации верхних конечностей и реже для наложения повязок на раны. Особенно широко их применяют при массовых травмах, когда возникает острый недостаток стандартных марлевых бинтов, а также в экспедициях, в быту и т. д.

21. Лекарственная форма в виде пластичной массы, обладающая способностью размягчаться при температуре тела и прилипать к коже, или в виде той же массы на плоском носителе, предназначенная для наружного применения

22. Удар, который возникает при общем перегревании в результате длительного воздействия высокой температуры.

23. Вещество, характеризующее одеревеневшие стенки растительных клеток. Сложное полимерное соединение, содержащееся в клетках сосудистых растений и некоторых водорослях

24. Это совокупность мероприятий, направленных на предупреждение попадания микробов в рану

По вертикали

1. Полное или частичное нарушение целостности кости при нагрузке, превышающей прочность травмируемого участка скелета

3. кровотечение, при котором кровь алого цвета и фонтанирует

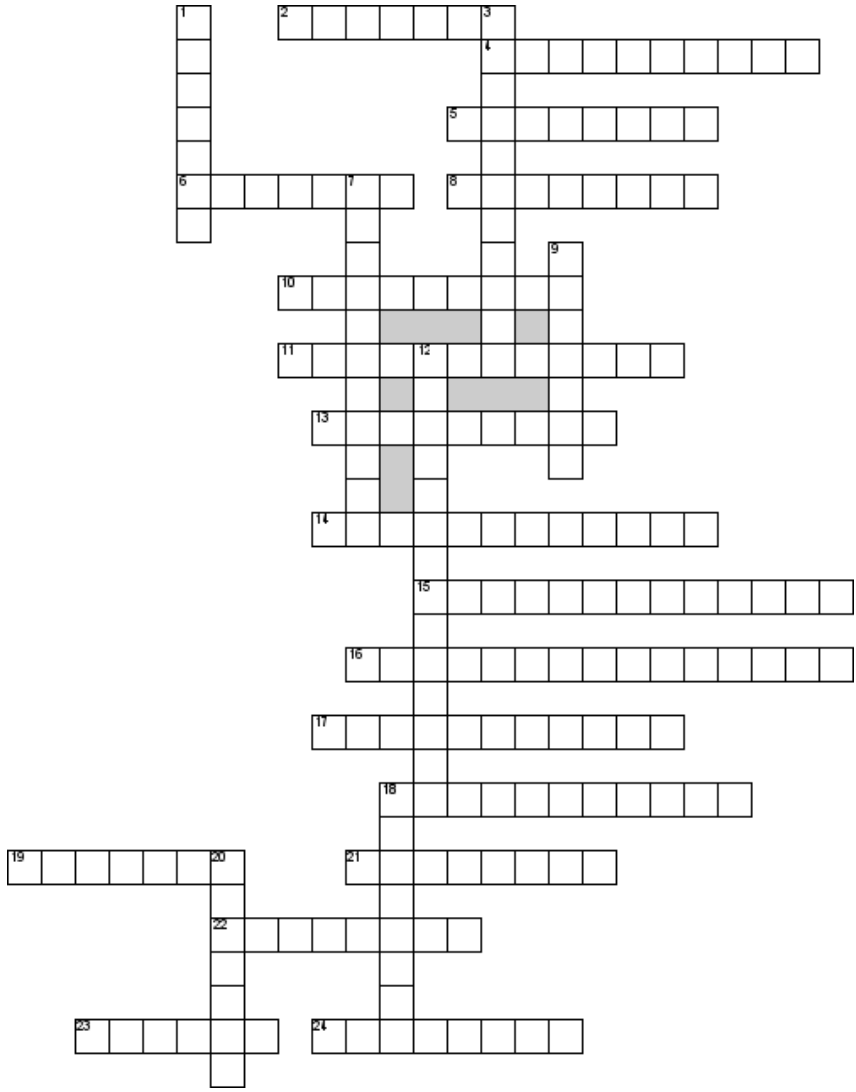
7. Повреждение тканей организма под воздействием низких температур. Нередко сопровождается общим переохлаждением организма и особенно часто затрагивает выступающие части тела, такие как ушные раковины, нос, недостаточно защищённые конечности, прежде всего пальцы рук и ног

9. Средство для обеззараживания раны

12. Препараты, которые необходимо дать пострадавшему, чтобы купировать боль

18. К нему фиксируют сломанную руку при отсутствии стандартных шин и подручных средств

20. Кровеносные сосуды, несущие кровь от сердца к органам.



Практическое занятие № 10
Первая помощь при кровотечениях

Цель: Отработка алгоритмов действий по оказанию первой помощи при кровотечениях

Оборудование: тетрадь, перевязочный материал, подручные средства для наложения жгутов

Время выполнения – 1 час

ПОРЯДОК ВЫПОЛНЕНИЯ:

1. Изучить виды кровотечений и заполнить таблицу:

Вид кровотечения	Приемы остановки кровотечений

2. Рассмотрите расположение наиболее доступных для прижатия точек на рисунке 2. Отыщите эти точки у себя на теле и друг у друга.



3. Изучите правила наложения жгута. Составьте алгоритм наложения жгута на конечность.

Заполните таблицу.

Виды кровоостанавливающих жгутов	Время наложения
Ленточные жгуты	
Резиновый жгут Эсмарха	
Атравматичный кровоостанавливающий жгут «Альфа» (Бубнова)	
Жгут SWAT (Stretch Wrap And Tuck)	
Жгут RATS (Rapid Application Tourniquet System)	
Воротковые жгуты	
Жгут кровоостанавливающий ЖК-Медплант (есть модификация с циферблатом)	
Жгут-турникет (C-A-T) Combat Application Tourniquet North American Rescue	
Жгут-турникет SOF Tactical Tourniquet Tactical Medical Solutions (есть модификация Wide)	
Жгут Pyng Medical Mechanical Advantage Tourniquet (M-A-T)	

Запишите наиболее часто встречаются следующие ошибки при наложении жгута.
Попробуйте наложить жгут своему соседу. Норматив времени:

Отлично	Хорошо	Удовлетворительно
35 секунд	40 секунд	45 секунд

4. Наложение кровоостанавливающего жгута (закрутки) на бедро и плечо.

Наложение кровоостанавливающего жгута (закрутки) на бедро и плечо

Условия выполнения нормативов. Статист, которому накладывают жгут (закрутку), лежит в удобном положении. Учащийся держит развернутый жгут в руках. Материал для наложения закрутки лежит на столе рядом. Жгут (закрутка) накладывается на одежду. На столе рядом лежат блокнот и карандаш. По заданию и команде преподавателя учащийся накладывает жгут (закрутку) на указанную область, указывает время их наложения (часы, минуты) и записку подкладывает под последний ход жгута (закрутки), контролирует отсутствие пульса на периферическом сосуде. Этим заканчивается выполнение норматива.

Возможные ошибки, снижающие оценку на 1 балл. Наложение жгута (закрутки) не на ту область (сторону); чрезмерное перетягивание конечности или наличие пульса на периферическом сосуде; не записано время наложения жгута (закрутки); наложение жгута (закрутки) на голое тело.

Время выполнения нормативов

	отлично	*хорошо*	*удовлетворительно*
Наложение кровоостанавливающего жгута на плечо, бедро	*25 с*	*30 с*	*35 с*
наложение закрутки на плечо, бедро	*45 с*	*50 с*	*55 с*

5. Ответьте на контрольные вопросы (тест)

Выберите один правильный ответ

1. Какому виду кровотечений соответствуют данные признаки: кровь красного цвета, сочится из раны вследствие ссадин, неглубоких порезов; останавливается быстро из-за высокой свёртываемости крови?

А) Капиллярное Б) Венозное В) Артериальное Г) Паренхиматозное

2. Какому виду кровотечений соответствуют данные признаки: кровь тёмно-красная, бордовая, вытекает из раны?

А) Капиллярное Б) Венозное В) Артериальное Г) Паренхиматозное

3. Какому виду кровотечений соответствуют данные признаки: кровь смешанного типа, часто наблюдаются тупые боли в животе, деформация грудной клетки, головокружение, рвота?

А) Капиллярное Б) Венозное В) Артериальное Г) Паренхиматозное

4. Какому виду кровотечений соответствуют данные признаки: кровь ярко-алая, струится из раны?

А) Капиллярное Б) Венозное В) Артериальное Г) Паренхиматозное

5. На сколько можно остановить кровотечение?

А) 30 минут Б) 120 минут

В) 60 минут Г) Зависит от времени года

6. Что из перечисленного является неправильным действием при оказании первой помощи при капиллярном кровотечении?

А) Наложить повязку или пластырь

Б) Вокруг раны обработать спиртовым раствором

В) Обеззаразить открытые участки

Г) Обработать спиртом саму рану

7. Что НЕЛЬЗЯ делать при носовом кровотечении?

А) Приложить холод на переносицу

Б) После спадения кровотечения засунуть турунды, смоченные перекисью, в нос

В) Запрокинуть голову наверх

Г) Обратиться к врачу

8. Что НЕЛЬЗЯ делать при артериальном кровотечении?

А) Сделать пальцевое прижатие артерии
Б) Наложить жгут на голое тело
В) Дать пострадавшему (без аллергии) обезболивающее
Г) Доставить в больницу

9. Что НЕЛЬЗЯ делать при венозном кровотечении?

А) Произвести сгибание раненой конечности
Б) Наложить жгут
В) Доставить в больницу
Г) Закрыть жгут одеждой

10. Что необходимо сделать по истечении 30 минут после наложения жгута?

А) Ослабить жгут на 10 минут, наложить повторно, но на 2 см выше
Б) Снять жгут насовсем
В) Наложить жгут повторно, на это же место
Г) Оставить всё как есть

11. Что называется нарушением целостности кожи, слизистых оболочек с повреждением различных тканей и органов, вызванное механическим воздействием.

А) Перелом Б) Растяжение В) Рана Г) Ушиб

12. Что называется комплексом мероприятий, направленным на уничтожение микробов на коже, в ране или в организме в целом?

А) Профилактика Б) Асептика В) Гигиена Г) Хирургия

13. Что не надо делать при паренхиматозном кровотечении?

А) Доставить пострадавшего в больницу
Б) Положить холод на область предполагаемого кровотечения
В) Положить пострадавшего горизонтально с приподнятыми ногами
Г) Одеть пострадавшего

14. Что нужно сделать при венозном кровотечении?

А) Пальцевое прижатие
Б) Наложить пластырь
В) Максимальное сгибание конечности +давящая повязка
Г) Приложить подорожник

15. Можно ли поверхность раны при капиллярном кровотечении обрабатывать зеленкой?

А) Нет Б) Да В) Зависит от времени года
Г) Зависит от самого пострадавшего

Практическое занятие № 11
Первая помощь при переломах.
Наложение шины на место перелома, транспортировка пострадавшего

Цель: Отработка алгоритмов действий по оказанию первой помощи

Оборудование: тетрадь, перевязочный материал

Время выполнения – 1 час

ПОРЯДОК ВЫПОЛНЕНИЯ:

1. Изучить теоретический материал по теме.

2. Наложить шины на голень - отработать порядок наложения шин и косынки

Порядок выполнения:

- подготовить материал для использования в качестве шины;
- наложить шину пострадавшему для иммобилизации перелома голени;
- осуществить перенос пострадавшего с переломом голени в условно безопасное место.

3. Практически отработать порядок иммобилизации пострадавшего.

4. Заполнить таблицу «Переноска пострадавшего»

Поза	Правила переноса пострадавшего
Лежа	
сидя	

5. Ответить письменно на контрольные вопросы

1. Дать определение понятию «травма».
2. Перечислить виды травм?
3. Что означает иммобилизация?
4. Порядок обработки ожогов.
5. Особенности оказания первой медицинской помощи при обморожении.

Иммобилизация плеча, предплечья, бедра, голени подручными средствами при переломах

Условия выполнения нормативов. Статист при иммобилизации верхней конечности сидит, при иммобилизации нижней конечности лежит.

Табельные средства иммобилизации верхней конечности: шины Крамера (длина 60 см, ширина 10 см) и (длина 110 см и ширина 12см). Подручные средства иммобилизации: полоски фанеры, рейки и др. длиной 30—50 см, 70—150 см, а также бинты, косынки и вата — в нужном количестве лежат на столе.

Подбирают, моделируют шины и подручные средства иммобилизации сами учащиеся в соответствии с заданием.

Время на их подготовку не учитывается. Иммобилизация при переломах проводится без наложения повязки и поверх одежды.

Возможные ошибки, снижающие оценку на 1 балл. Плохо подогнаны подручные средства иммобилизации; неправильное положение, приданное конечности; имеется подвижность в двух близлежащих к перелому суставах (при переломах бедра неподвижными должны быть тазобедренный, коленный и голеностопный суставы); при иммобилизации плеча и предплечья рука не подвешена на косынке.

Время выполнения нормативов

	отлично	*хорошо*	*удовлетворительно*
Иммобилизация при переломе плеча	4 мин	4 мин 30 с	5 мин
Иммобилизация при переломе предплечья	2 мин 40 с	3 мин 10 с	3 мин 40 с
Иммобилизация при переломе бедра	4 мин 45 с	5 мин 30 с	6 мин
Иммобилизация при переломе голени	4 мин	5 мин	6 мин

Практическое занятие № 12
Первая помощь при ранениях. Наложение повязок

Цель: Отработка алгоритмов действий по оказанию первой помощи

Оборудование: тетрадь, перевязочный материал

Время выполнения – 1 час

ПОРЯДОК ВЫПОЛНЕНИЯ:

1. Изучите виды перевязочного материала, общие правила наложения повязок.

2. Заполните таблицу:

Виды повязок	Материал	Достоинства (+)	Недостатки (-)

3. Наложите повязку по заданию

Задание 1. Наложить повязку на голову

Порядок выполнения:

- подготовить перевязочный материал;
- наложить повязку на голову следующими способами: крестообразная (восьмиобразная) повязка, «Шапочка Гиппократа», повязка «чепец», повязка уздечка, повязка «уздечка» с захватом подбородка.

Задание 2. Наложить повязку на грудь

Порядок выполнения:

- подготовить перевязочный материал
- наложить повязку на грудь методом спиральной повязки.

Задание 3. Наложить повязку верхнюю конечность

Порядок выполнения:

- подготовить перевязочный материал;
- наложить крестообразную повязку на кисть.

4. Ответить на контрольные вопросы:

1. Какие перевязочные материалы применяются при наложении повязок?
2. Как поступают с одеждой пострадавшего при наложении повязки?
3. Особенности использования лейкопластыря.
4. Как нужно располагать бинт в руке при наложении повязки?
5. С чего начинают любую повязку?
6. В каких случаях применяют пращевидную повязку?

Наложение первичной повязки: на голову «чепцом»

Условия выполнения нормативов. Перевязочный материал (бинты нестерильные, завернутые в бумагу, считаются условно стерильными) лежит на столе рядом со статистом, которому накладывается повязка.

Статист располагается в удобном для наложения повязки положении.

По заданию и команде преподавателя учащиеся накладывают указанную повязку пострадавшему. Выполнение норматива завершается закреплением конца бинта.

Возможные ошибки, снижающие оценку на 1 балл. Неправильное положение бинта в руках; нарушение стерильности; наложение повязки не на ту область (сторону), незакрепление повязки.

Время выполнения нормативов.

	отлично	*хорошо*	*удовлетворительно*
Повязка «чепец» на голову	2 мин 30 с	2 мин 50 с	3 мин 10 с
повязка на предплечье, локтевой, плечевой, коленный и голеностопный суставы	1 мин 50 с	2 мин	2 мин 10 с

Практическое занятие № 13
Первая помощь при сердечной недостаточности, приступе стенокардии, инфаркте, инсульте, остановке сердца

Цель: Отработка алгоритмов действий по оказанию первой помощи при различных состояниях

Оборудование: манекен Гоша

Время выполнения – 1 час

ПОРЯДОК ВЫПОЛНЕНИЯ:

1. Изучить признаки биологической смерти, клинической, состояния комы и обморока. И законспектировать в тетрадь.

2. Изучить правила оказания доврачебной помощи при состояниях клинической смерти, комы и потере сознания. Составить алгоритмы действий при оказании доврачебной помощи.

3. Изучить признаки синего и бледного утопления. Составить алгоритм помощи при утоплении.

4. Ответить на контрольные вопросы:

1. Чем клиническая смерть отличается от биологической?
2. Чем отличается состояние комы от потери сознания?
3. Чем отличается гипергликемическая кома от гипогликемической?
4. Почему пострадавшего в состоянии комы нельзя оставлять лежать на спине?
5. Чем опасна утрата болевой чувствительности в состоянии алкогольной комы?
6. Чем опасен отказ от госпитализации после спасения утопающего?

ЛИТЕРАТУРА

Нормативные документы:

Федеральные законы:

1. Конституция РФ. Ст. 42, 43, 44, 59.
2. Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. N 273-ФЗ "Об образовании в Российской Федерации"
3. Федеральный закон от 28 декабря 2010 г. N 390-ФЗ "О безопасности»
4. Федеральный закон от 12 февраля 1998 г. N 28-ФЗ "О гражданской обороне"
5. Федеральный закон от 21 декабря 1994 г. N 68-ФЗ "О защите населения и территорий от чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера".
6. Федеральный закон от 10 января 2002 г. № 7-ФЗ "Об охране окружающей среды"
7. Федеральный закон от 30 марта 1999 г. № 52-ФЗ "О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения"
8. Федеральный закон от 21 ноября 2011 г. № 323-ФЗ "Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации"
9. Федеральный закон от 21 декабря 1994 г. № 69-ФЗ "О пожарной безопасности"
10. Федеральный закон от 9 января 1996 г. № 3-ФЗ "О радиационной безопасности населения"
11. Федеральный закон от 19 июля 1997 г. № 109-ФЗ "О безопасном обращении с пестицидами и агрохимикатами"
12. Федеральный закон от 6 марта 2006 г. № 35-ФЗ "О противодействии терроризму"
13. Федеральный закон от 28 марта 1998 г. № 53-ФЗ "О воинской обязанности и военной службе"
14. Уголовный кодекс РФ.

Указы Президента РФ и Постановления правительства РФ:

1. Указ Президента РФ от 31.12.2015 N 683 "О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации"
2. Указ Президента РФ № 646 от 5.12.2016 «Доктрина информационной безопасности РФ»
3. Указ Президента РФ № 2976 от 25.12.2014 «Военная доктрина РФ».
4. Постановление Правительства РФ от 2 ноября 2000 г. № 841 "Об утверждении Положения о подготовке населения в области гражданской обороны"
5. Постановление Правительства РФ от 30 декабря 2015 г. № 1493 "О государственной программе "Патриотическое воспитание граждан Российской Федерации на 2016-2020 годы"
6. Постановление Правительства РФ от 31 декабря 1999 г. № 1441 "Об утверждении Положения о подготовке граждан Российской Федерации к военной службе".

7. Указ Президента РФ от 15 февраля 2006 г. № 116 "О мерах по противодействию терроризму".

8. Постановление Правительства РФ от 3 октября 2013 г. № 864 "О федеральной целевой программе "Повышение безопасности дорожного движения в 2013 - 2020 годах".

9. Приказ Минтруда России от 12.02.2019 № 81н «Об утверждении перечней видов работ, профессий, должностей, на которых могут быть заняты граждане, проходящие альтернативную гражданскую службу, и организаций, где предусматривается прохождение альтернативной гражданской службы» (Зарегистрирован 06.03.2019 № 53965).

10. Указ Президента РФ от 16 сентября 1999 г. N 1237 "Вопросы прохождения военной службы"

11. Постановление Правительства РФ от 29 ноября 1999 г. N 1309 "О порядке создания убежищ и иных объектов гражданской обороны"

Учебная литература:

1. Безопасность жизнедеятельности : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Абрамова [и др.] ; под общей редакцией В. П. Соломина. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 399 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-02041-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/511659 (дата обращения: 12.01.2024).

2. Доврачебная помощь при неотложных состояниях : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Г. И. Чуваков [и др.] ; под редакцией Г. И. Чувакова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 157 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16397-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/530936 (дата обращения: 12.01.2024).

3. Каракеян В. И. Безопасность жизнедеятельности : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. И. Каракеян, И. М. Никулина. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 313 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-04629-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/511628 (дата обращения: 12.01.2024).

4. Резчиков Е. А. Безопасность жизнедеятельности : учебник для среднего профессионального образования / Е. А. Резчиков, А. В. Рязанцева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 639 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13550-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/518397 (дата обращения: 12.01.2024).

Электронные образовательные ресурсы:

Сайты, блоги, электронные библиотеки

1. МЧС России Министерство Российской Федерации по делам гражданской обороны, чрезвычайным ситуациям и ликвидации последствий стихийных бедствий. Безопасность граждан. Рекомендации и правила поведения. [Электронный ресурс]. URL: https://mchs.gov.ru/deyatelnost/bezopasnost-grazhdan

Дополнительная электронная литература/учебные пособия, материалы, статьи

1. Конспект лекций по «Безопасности жизнедеятельности». [Электронный ресурс]. URL: E6NOO7uoU0aULC8VPZPUjIRFgqxBRoW0mC0E.pdf (zabizht.ru)

2. Основы военной службы: учебное пособие. [Электронный ресурс]. URL: Основы военной службы: учебное пособие (eduportal44.ru)

3. ЧС и способы защиты: [Электронный ресурс]. URL: https://www.google.com/url?q=https%3A%2F%2Fsites.google.com%2Fview%2Fgo-chs-1%2F1&sa=D&sntz=1&usg=AOvVaw06SAzPLpQk9y73YQcupDQW

4. Действия при ЧС: [Электронный ресурс]. URL: https://www.google.com/url?q=https%3A%2F%2Fsites.google.com%2Fview%2Fgoch-4%2F1&sa=D&sntz=1&usg=AOvVaw3y2eFVtj7ESIY5nh7Wjw80

5. Первая помощь: [Электронный ресурс]. URL: https://www.google.com/url?q=https%3A%2F%2Fsites.google.com%2Fview%2Fpervay-pom%2F1&sa=D&sntz=1&usg=AOvVaw03kimOuWMuX21cghHTTvVp

6. Гражданская оборона: [Электронный ресурс]. URL:https://www.google.com/url?q=https%3A%2F%2Fsites.google.com%2Fview%2Fgochs-go%2F1&sa=D&sntz=1&usg=AOvVaw2VztyeABROVefY4Z9OUY7I

7. Микрюков, Василий Юрьевич. Основы военной службы: Учебник / В.Ю. Микрюков., В.Г. Шамаев - М.: КНОРУС, 2023. – 506 с.:; Читать бесплатно книгу "Основы военной службы. . Учебник." - Микрюков Василий Юрьевич (avidreaders.ru)

8. Архив. Учебник СССР. Начальная военная подготовка. [Электронный ресурс]. URL: Учебник НВП. Начальная военная подготовка. PDF (sheba.spb.ru)

9. Плакаты. [Электронный ресурс]. URL: Плакаты — Страница 2 — Учебный центр (uchebniy-center.ru)

10. Справочник от автор24. Лекционный материал. [Электронный ресурс]. URL: Безопасность жизнедеятельности - библиотека лекций, сформированная студентами для студентов. Страница 2 (spravochnick.ru)

Видеоматериалы/ виртуальные музеи/интерактивные презентации

1. Центр дополнительного образования РГПУ им. А. И. Герцена. Открытые видео лекции по Безопасности жизнедеятельности. [Электронный ресурс]. URL: Курс: Безопасность жизнедеятельности (herzen.edu.ru)

2. Всероссийское добровольное пожарное общество. Пожарная безопасность. Видеоролики. [Электронный ресурс]. URL:Видеоролики по пожарной безопасности (xn--b1ae4ad.xn--p1ai)

3. Всероссийское добровольное пожарное общество. [Электронный ресурс]. URL: Мультфильмы о пожарных на портале ВДПО.РФ (xn--b1ae4ad.xn--p1ai)

4. Всероссийское добровольное пожарное общество. [Электронный ресурс]. URL: Фильмы о пожарных на портале ВДПО.РФ (xn--b1ae4ad.xn--p1ai)

5. Всероссийское добровольное пожарное общество. Виртуальные музеи городов РФ. [Электронный ресурс]. URL: Виртуальные музеи и выставки пожарной охраны России на портале ВДПО.РФ (xn--b1ae4ad.xn--p1ai)

6. Всероссийское добровольное пожарное общество. Интерактивные

7. Презентации. [Электронный ресурс]. URL: Интерактивные презентации об истории пожарной охраны России на портале ВДПО.РФ (xn--b1ae4ad.xn--p1ai)

8. Росгвардия. Сайт. [Электронный ресурс]. URL: Учебные фильмы — Росгвардия (rosguard.gov.ru)

9. Обучающее видео тактической медицины (видео первой помощи при ранениях). [Электронный ресурс]. URL: Практический видеокурс. Часть 1. Обучающее видео тактической медицины (видео первой помощи при ранениях). Практический видеокурс. Часть 1 (shopdon.ru)

10. Лекции по безопасности жизнедеятельности для СПО лекции по безопасности жизнедеятельности для спо | Дзен (dzen.ru)

Тренажеры/ тесты/ кейсы/ материал для практикума/ бесплатные онлайн курсы

1. Тест «Безопасность жизнедеятельности». [Электронный ресурс]. URL: Онлайн-тесты на oltest.kz: Безопасность жизнедеятельности

2. Всероссийское добровольное пожарное общество. [Электронный ресурс]. URL: Онлайн-тренажеры https://xn--b1ae4ad.xn--p1ai/cartoons

3. Всероссийское добровольное пожарное общество. [Электронный ресурс]. URL: https://vdpo.ru/

4. Тесты и викторины Тесты и викторины по пожарной безопасности (xn--b1ae4ad.xn--p1ai)

5. Общество с ограниченной ответственностью «ОБЖ СПб». [Электронный ресурс]. URL: Онлайн-Тренажеры - ОБЖ СПБ (roobgd.ru)

6. Би-би-эф. 13 тестов по безопасности жизнедеятельности. [Электронный ресурс]. URL: 13 тестов по безопасности жизнедеятельности (БЖД) бесплатно — BBF.RU

Дни воинской славы России

27 января - День снятия блокады города Ленинграда (1944)

2 февраля - День разгрома советскими войсками немецко-фашистских войск в Сталинградской битве (1943)

23 февраля - День победы Красной Армии над кайзеровскими войсками Германии (1918) -День защитников Отечества

18 апреля - День победы русских воинов князя Александра Невского над немецкими рыцарями на Чудском озере (Ледовое побоище, 1242)

9 мая - День победы советского народа в Великой Отечествен ной войне 1941-1945 годов (1945)

10 июля - День победы русской армии под командованием Петра I над шведами в Полтавском сражении (1709)

9 августа - День первой в российской истории морской победы русского флота под командованием Петра I над шведами у мыса Гангут (1714)

23 августа - День разгрома советскими войсками немецко-фашистских войск в Курской битве (1943)

8 сентября - День Бородинского сражения русской армии под командованием М.И.Кутузова с французской армией (1812)

11 сентября - День победы русской эскадры под командованием Ф.Ф.Ушакова над турецкой эскадрой у мыса Тендера (1790)

21 сентября - День победы русских полков во главе с великим князем Дмитрием Донским над монголо-татарскими войсками в Куликовской битве (1380)

7 ноября - День освобождения Москвы силами народного ополчения под руководством Кузьмы Минина и Дмитрия Пожарского от польских интервентов (1612)

1 декабря - День победы русской эскадры под командованием П.С.Нахимова над турецкой эскадрой у мыса Синоп (1853)

5 декабря - День начала контрнаступления советских войск против немецко-фашистских войск в битве под Москвой (1941)

24 декабря - День взятия турецкой крепости Измаил русскими войсками под командованием А.В.Суворова (1790)

СОДЕРЖАНИЕ

Пояснительная записка	3
ПЗ № 1 «Адаптация человека к условиям окружающей среды»	6
ПЗ № 2 «Виды опасностей и их профилактика в быту и в профессиональной деятельности»	9
ПЗ № 3 «Модели поведения людей при возникновении ЧС природного характера»	12
ПЗ № 4 «Модели поведения людей при возникновении ЧС техногенного характера»	14
ПЗ № 5 «Изучение мероприятий по защите работающих и населения от негативных воздействий ЧС»	16
ПЗ № 6 «Организация подбора и использования средств индивидуальной защиты в чрезвычайных ситуациях»	18
ПЗ № 7 «Изучение первичных средств тушения пожаров»	24
ПЗ № 9 «Эвакуация людей при пожаре»	31
ПЗ № 10 «Общие правила оказания первой медицинской полощи пострадавшим	38
ПЗ № 11 «Первая помощь при кровотечениях»	41
ПЗ № 12 «Первая помощь при переломах. Наложение шины на место перелома, транспортировка пострадавшего»	45
ПЗ № 13 «Первая помощь при ранениях. Наложение повязок»	47
ПЗ № 14 «Первая помощь при сердечной недостаточности, приступе стенокардии, инфаркте, инсульте, остановке сердца»	49
Литература	50
Приложение	

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г.)

УТВЕРЖДАЮ
Директор АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»
_____ С.Н.Семенов
«15» 04 2024 г.

Оценочные материалы
для промежуточной аттестации
по дисциплине
СГ.03. Безопасность жизнедеятельности

для специальности 42.02.01 Реклама

Разработчик: Ларионов А.Д., преподаватель

Якутск, 2024

Пояснительная записка

Оценочные материалы для промежуточной аттестации по дисциплине СГ.03. Безопасность жизнедеятельности предназначены для контроля и оценки освоения запланированных результатов по дисциплине, общих и компетенций обучающихся по специальности *42.02.01 Реклама.*

1.1. Оценка освоения запланированных результатов по дисциплине

В результате освоения запланированных результатов по дисциплине СГ.03. Безопасность жизнедеятельности обучающийся должен:

уметь:

У1 - организовывать и проводить мероприятия по защите работающих и населения от негативных воздействий чрезвычайных ситуаций;

$У_2$ – предпринимать профилактические меры для снижения уровня опасностей различного вида и их последствий в профессиональной деятельности и быту;

$У_3$ - использовать средства индивидуальной и коллективной защиты от оружия массового поражения;

$У_4$ - применять первичные средства пожаротушения;

$У_5$ - ориентироваться в перечне военно-учетных специальностей и самостоятельно определять среди них родственные полученной специальности;

$У_6$ - владеть способами бесконфликтного общения и саморегуляции в повседневной деятельности и экстремальных условиях военной службы;

$У_7$ - оказывать первую помощь пострадавшим.

знать:

$З_1$ - принципы обеспечения устойчивости объектов экономики, прогнозирования развития событий и оценки последствий при техногенных чрезвычайных ситуациях и стихийных явлениях, в том числе в условиях противодействия терроризму как серьезной угрозе национальной безопасности России;

$З_2$ – основные виды потенциальных опасностей и их последствия в профессиональной деятельности и быту, принципы снижения вероятности их реализации;

$З_3$ - основы военной службы и обороны государства;

$З_4$ - задачи и основные мероприятия гражданской обороны;

$З_5$ - способы защиты населения от оружия массового поражения;

$З_6$ - меры пожарной безопасности и правила безопасного поведения при пожарах;

$З_7$ - организацию и порядок призыва граждан на военную службу и поступления на нее в добровольном порядке;

$З_8$ - основные виды вооружения, военной техники и специального снаряжения, состоящих на вооружении (оснащении) воинских подразделений, в которых имеются военно-учетные специальности, родственные специальностям СПО;

$З_9$ - порядок и правила оказания первой помощи пострадавшим.

С целью овладения **общими компетенциями** (ОК):

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.

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

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.

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

ОК 07. *Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению*[1], *применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства*, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях.

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

Промежуточная аттестация проходит в форме ***дифференцированного зачета.***

Вид – рейтинговая оценка

[1] Выделенное курсивом не формируется в рамках данной дисциплины

Общая оценка по дисциплине

Общая оценка по дисциплине «Безопасность жизнедеятельности» - средняя арифметическая, состоящая из

- сумма оценок за практические работы (ПР1-ПР8)
- 5 баллов за прохождение Раздела 2 «Основы военной службы» (при наличии справки «О прохождении подготовки по начальным знаниям в области обороны и основам военной службы»)
- оценка за контрольную работу ($О_{кр}$)

Формула для вычисления оценки:

$$О_б = \frac{(\sum ПР1+ПР2...+ПР8)+5+О_{кр}}{10}$$

Перечень вариантов для контрольной работы
по дисциплине СГ.03 Безопасность жизнедеятельности

для специальности 42.02.01 Реклама

Вариант - 1

1. Дайте определение «Чрезвычайная ситуация» и напишите основные виды.
2. Классификация химически опасных веществ по степени воздействия на организм человека.
3. Дайте определение территории, подвергшейся непосредственному воздействию поражающих факторов ядерного взрыва.
4. Терроризм – это …
5. Индивидуальные средства защиты – это

Вариант - 2

1. Перечислите чрезвычайные ситуации социального характера.
2. Какие опасности относятся к техногенным?
3. Правовой основой защиты населения и территории от ЧС является …..
4. Кем утверждается содержание курса «Пожарно-технический минимум»?
5. Чем вызывается переохлаждение организма.

Вариант - 3

1. При ядерном взрыве 50% всей энергии уходит на ….
2. В соответствии с постановлением Правительства от 21.5.07 г. № 304 «ЧС, территория которой затрагивает территорию двух и более субъектов РФ носит название …»
3. Важнейшей характеристикой опасности ОХВ является …
4. Последовательность действий при задействованном углекислотного огнетушителя при пожаре.
5. Составьте алгоритм при вызове пожарной охраны.

Вариант - 4

1. На сколько классов подразделяются по степени воздействия на организм химически опасные вещества?
2. Территория, подвергшаяся, непосредственному воздействию поражающих факторов ядерного взрыва называется?
3. Терроризм относится к чрезвычайным ситуациям какого характера?
4. Средства индивидуальные средства защиты – это:

Вариант - 5

1. Как квалифицируются чрезвычайные ситуации социального характера?
2. **Какие опасности относятся к техногенным?**
3. Правовой основой защиты населения и территорий от ЧС является Федеральный закон…
4. Кто утверждает содержание курса «Пожарно-технический минимум»?

5. Переохлаждение организма может быть вызвано …

Вариант - 6

1. Что такое очаг поражения?
2. Что такое токсодоза?
3. Территория, подвергшаяся, непосредственному воздействию поражающих факторов ядерного взрыва называется.
4. Дайте определение термину «пожар»
5. Чем может быть вызвано переохлаждение организма?

Вариант - 7

1. Дайте определение, слову «катастрофа»?
2. Что такое токсичность?
3. Что необходимо сделать при обнаружении признаков применения противником отравляющих веществ по сигналу «Химическая тревога»?
4. Подразделение огнетушащих веществ по способу тушения.
5. Основные задачи Гражданской обороны РФ.

Вариант - 8

1. Дайте определение **«Что такое стихийное бедствие»?**
2. Что такое средняя смертельная токсодоза?
3. Противогаз: виды, характеристики, применение.
4. Назовите рекомендованные средства тушения при классе пожара Б.
5. Дайте определение средствам индивидуальной защиты.

Вариант - 9

1. Дайте определение «**Что такое экологическое бедствие (катастрофа)»?**
2. Как квалифицируются аварии на химически опасных объектах?
3. Какое ОМП измеряется в килотоннах и мегатоннах?
4. Перечислите негативные факторы на человека во время работы.
5. Перечислите классификацию огнетушителей и их характеристики.

Вариант - 10

1. Что такое «источник чрезвычайной ситуации»?
2. Как классифицируются возможные аварии на АЭС и других радиационно-опасных объектах?
3. Какое ОМП основано на токсических веществах.
4. По виду применяемого огнетушащего вещества огнетушители подразделяются на:
5. Что относится к средствам индивидуальной защиты?

1.2. Сформированность компетенций обучающихся

В результате освоение запланированных результатов по дисциплине СГ.03. Безопасность жизнедеятельности обучающийся должен показать также и сформированоость общих компетенций:

Результат (общие компетенции)	*Основные показатели*
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам	- самостоятельно организует свою деятельность по выданным заданиям - умеет оценить свои возможности для выполнения поставленных целей, задач, заданий по дисциплине
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	- осуществляет поиск информации в сети Интернет и различных электронных носителях - извлекает информацию с электронных носителей - использует средства ИТ для обработки и хранения информации - представляет информацию в различных формах с использованием разнообразного программного обеспечения - создает презентации в различных формах
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	- устанавливает позитивный стиль общения - выбирает стиль общения в соответствии с ситуацией - признает чужое мнение - при необходимости отстаивает собственное мнение - принимает критику - ведет деловую беседу в соответствии с этическими нормами - соблюдает официальный стиль при оформлении документов - выполняет письменные и устные рекомендации преподавателя - способен к эмпатии - организует коллективное обсуждение рабочей ситуации
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	- умеет передавать информацию другому человеку - способен правильно формулировать свои мысли в устной и письменной формах - способен письменно оформлять свои мысли
ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения	- не участвует в запрещенных группировках; - не проводит антироссийскую пропаганду; - уважительно относится к сверстникам, окружающим, старшим и младшим; - не хамит, не грубит - применяет в своем поведении стандарты антикоррупционного поведения

ОК.07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению[2], *применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства*, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях	- поддерживает чистоту в учебном кабинете и на своем рабочем месте - адекватно реагирует на внезапное изменение ситуации (звонок, сирена, сигнал тревоги)
ОК 08. Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности	- посещает учебные занятия, практику; - отсутствие пропусков по болезни - посещение спортивных секций в колледже и вне (по различным видам спорта) - ведет здоровый образ жизни

Критерии

2 балла - компетенция проявляется постоянно в полной мере (сформирована полностью);
1 балл - компетенция проявляется иногда или неполностью (частично сформирована);
0 баллов - компетенция не проявляется (не сформирована).

[2] Выделенное курсивом не формируется в рамках данной дисциплины

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

РАБОЧАЯ (СЕТЕВАЯ) ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

СГ.04. Физическая культура

для специальности 42.02.01 Реклама

Якутск, 2024

СОГЛАСОВАНО
ГАПОУ Республики Саха (Якутия)
«Якутский промышленный техникум
имени Т.Г.Десяткина»

Директор
_____ С.Р. Христофоров
МП

УТВЕРЖДАЮ
Директор АНО СПО «Цифровой колледж
«Синергия»
_____ С.Н.Семенов
«15» 04 2024 г.

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г.)

Рабочая (сетевая) программа дисциплины СГ.04. Физическая культура разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (далее – ФГОС СПО) по специальности *42.02.01 Реклама,* утвержденного приказом Минпросвещения России от 21.07.2023 г. № 552 (зарегистрирован в Минюсте РФ 22.08.2023 № 74908)

Организация-разработчик: АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»

Составитель:
Ноговицына Т.В., преподаватель

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Паспорт рабочей программы дисциплины 4

2. Структура и содержание дисциплины 5

3. Условия реализации рабочей программы дисциплины 12

4. Контроль и оценка результатов освоения дисциплины 14

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ (СЕТЕВОЙ) ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ СГ.04. ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА

1.1. Область применения программы

Рабочая (сетевая) программа дисциплины СГ.04. Физическая культура (далее – рабочая программа) является частью основной профессиональной образовательной программы СПО – программы подготовки специалистов среднего звена по специальности *42.02.01 Реклама*, входящей в состав укрупненной группы специальностей *42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело*.

1.2 Место дисциплины в структуре образовательной программы:

Дисциплина СГ.04. Физическая культура является обязательной дисциплиной социально-гуманитарного учебного цикла ППССЗ, изучается в течение 4х семестров.

1.3. Требования к результатам освоения дисциплины:

В результате освоения дисциплины обучающийся **должен**

уметь:

$У_1$ - использовать физкультурно-оздоровительную деятельность для укрепления здоровья, достижения жизненных и профессиональных целей;

знать:

$З_1$ - о роли физической культуры в общекультурном, профессиональном и социальном развитии человека;

$З_2$ - основы здорового образа жизни.

с целью овладения **общими компетенциями (ОК)**:

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;

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

1.4. Количество часов на освоение рабочей программы дисциплины:

Объем дисциплины – 126 часов, в том числе

в форме практической подготовки – 0 часов

включает:

объем работы обучающегося во взаимодействии с преподавателем – 78 часов, в том числе

практические занятия – 72 часа;

самостоятельная работа обучающегося – 48 часов

Обязательная часть рабочей программы составляет – 70 часов, вариативная часть – 56 часов.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	**Объем часов**
Объем дисциплины (всего)	**126**
в том числе:	
в форме практической подготовки	0
Объем работы обучающегося во взаимодействии с преподавателем	**78**
в том числе:	
практические занятия	72
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	**48**
в том числе: *выполнение физических упражнений, посещение секций*	48

2.2. Формы промежуточной аттестации

1 семестр – дифференцированный зачет

2 семестр – дифференцированный зачет

3 семестр – дифференцированный зачет

4 семестр – дифференцированный зачет

2.2. Тематический план и содержание дисциплины СГ.04. Физическая культура

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работ (проект)	Объем часов	В т.ч. практической подготовки	Формируемые компетенции
Тема 1. Физическая культура и спорт в колледже	*Содержание учебного материала*	*6*		
	1 Требования рабочей программы по дисциплине «Физическая культура», система оценки на занятиях, техника безопасности на занятиях Физической культуры и спорта. Физкультурно-массовая и спортивно-оздоровительная работа в колледже. Работа спортивных секций. Участие сборных команд колледжа на различных соревнованиях и их достижения. Участие команд и спортсменов региона в соревнованиях Российской Федерации, Мира и Олимпийских играх.	2		ОК 04, ОК 05, ОК 08
	Самостоятельная работа обучающихся	**4**		ОК 04, ОК 08
	- Развитие физических качеств (посещение спортивных секций, выполнение домашних тренировочных занятий и т.д.); - подготовка рефератов (для временно освобожденных)			
Тема 2. Легкая атлетика	*Содержание учебного материала*			
	Практические занятия	*14*		ОК 04, ОК 05, ОК 08
	1. Инструктаж по технике безопасности на занятиях по легкой атлетике. Техника бега на короткие дистанции. Низкий старт, стартовый разгон, финиширование. Специальные упражнения бегуна. Повторный бег.	2		
	2. Техника бега на короткие дистанции. Специальные упражнения бегуна. Спортигры – футбол.	2		
	3. Попеременный бег – бег сериями. Выбегание со старта. 6х30 метров. Спортигры – футбол.	2		
	4 Техника бега на средние дистанции. Специальные упражнения бегуна. Зачет: бег на 1000 метров. Спортигры – футбол.	2		
	Самостоятельная работа обучающихся	**6**		ОК 04, ОК 08
	- Развитие физических качеств (посещение спортивных секций, выполнение домашних тренировочных занятий и т.д.); - подготовка рефератов (для временно освобожденных)			
Тема 3. Профессионально-	*Содержание учебного материала*	*10*		
	Практические занятия	**4**		ОК 04, ОК 05,

прикладная физическая подготовка	1	Инструктаж по технике безопасности на занятиях в тренажерном зале. Комплекс упражнения с гантелями. Первенство группы по настольному теннису.	2		ОК 08
	2	Техника рывка гири одной рукой из виса. Первенство группы по настольному теннису. Зачет: сгибание разгибание рук в упоре лежа.	2		
	Самостоятельная работа обучающихся		**6**		ОК 04, ОК 08
	- Развитие физических качеств (посещение спортивных секций, выполнение домашних тренировочных занятий и т.д.) - подготовка рефератов (для временно освобожденных)				
	Дифференцированный зачет		**2**		
	ВСЕГО по СГ.04.: (1 семестр)		**32**		
Тема 3. Профессионально-прикладная физическая (продолжение)	*Содержание учебного материала*		*18*		ОК 04, ОК 05, ОК 08
	Практические занятия		**8**		
	1	Инструктаж по технике безопасности на занятиях в тренажерном зале. Комплекс упражнения с гантелями. Первенство группы по настольному теннису.	2		
	2	Техника рывка гири одной рукой из виса. Первенство группы по настольному теннису. Зачет: сгибание разгибание рук в упоре лежа.	2		
	3	Техника толчка двух гирь и толчка по длинному циклу. Первенство группы по настольному теннису. Зачет: приседание с собственным весом на время.	2		
	4	Совершенствование технику толчка по длинному циклу. Первенство группы по настольному теннису. Зачет: прыжки через гимнастическую скамейку на время. Зачет: толчок двух гирь по длинному циклу	2		
	Самостоятельная работа обучающихся		**10**		ОК 04, ОК 08
	- Развитие физических качеств (посещение спортивных секций, выполнение домашних тренировочных занятий и т.д.); - подготовка рефератов (для временно освобожденных)				
Тема 4. Баскетбол	*Содержание учебного материала*		*16*		ОК 04, ОК 05, ОК 08
	Практические занятия		**8**		
	1	Инструктаж по технике безопасности на занятиях. Правила игры в баскетбол. Ловля и передачи мяча, ведение правой левой рукой, броски в кольцо с места и в движении.	2		
	2	Совершенствование выполнения ведения мяча с изменением направления с последующим броском в кольцо. Зачет: передача мяча в тройках со сменой мест за 30 секунд.	2		
	3	Совершенствование бросков по кольцу с точек. Зачет: штрафной бросок - 10	2		

		бросков на точность Учебная игра с применением изученных элементов.			
	4	Совершенствование техники бросков с контрольных точек. Зачет: ведение мяча правой левой рукой с обводкой 3-х баскетбольных кругов с броском в кольцо. Учебная игра	2		
	Самостоятельная работа обучающихся		**8**		ОК 04, ОК 08
	- Развитие физических качеств (посещение спортивных секций, выполнение домашних тренировочных занятий и т.д.); - подготовка рефератов (для временно освобожденных)				
	Дифференцированный зачет		**2**	0	
	ВСЕГО по СГ.04.: (2 семестр)		**36**	0	
Тема 5. Волейбол	*Содержание учебного материала*				
	Практические занятия				
	1	Совершенствование техники передач сверху и снизу, подачи мяча, Зачет: Челночный бег "Елочкой"	2		ОК 04, ОК 05, ОК 08
	2	Прием мяча из 6 в зону 3 с подачи. Совершенствование нападающего удара. Учебная игра с заданием. Зачет: Подтягивание на перекладине.	2		
	3	Совершенствование нападающего удара. Подачи мяча Учебная игра. Зачет: прием мяча из зоны"6" в зону"3"	2		
	4	Передачи мяча любым способом через сетку в парах. Совершенствование нападающего удара. Учебная игра. Зачет: Подача на точность.	2		
	Самостоятельная работа обучающихся		**6**		ОК 04, ОК 08
	- Развитие физических качеств (посещение спортивных секций, выполнение домашних тренировочных занятий и т.д.); - подготовка рефератов (для временно освобожденных)				
Тема 6. Физическая культура в общекультурной и профессиональной подготовке студентов. Основы здорового образа жизни. Физическая культура	*Содержание учебного материала*		*4*		
	1	Физическая культура и спорт, как социальные феномены общества. Физическая культура личности. Основы законодательства Российской Федерации в Физической культуре и спорте. Сущность Физической культуры и спорта. Физическая культура, как учебная дисциплина среднего профессионального образования. Ценностные ориентации и отношение студентов к Физической культуре и спорту. Физическая культура в обеспечении здоровья. Здоровье человека, как ценность. Факторы, определяющие здоровье. Составляющие здорового образа жизни. Основные требования к организации ЗОЖ.	2		ОК 04, ОК 05, ОК 08
	Практические занятия				ОК 04, ОК 05, ОК 08
	2	Мини-футбол: Остановка, передача мяча. Стойка игрока. Перемещение в стойке боком, лицом. Остановка и передача	2		

в обеспечении здоровья студентов.		мяча на месте. Учебная игра Перемещение спиной вперёд. Остановка и передача мяча в движении. Учебная игра			
	3	Мини-футбол: Ведение мяча. Ведение мяча внешней частью и средней частью подъёма. Игра «Квадрат». Учебная игра	2		
	4	Мини-футбол: Ведение мяча Ведение мяча с изменением направления. Игра «Квадрат». Учебная игра	2		
	5	Мини-футбол: Остановка мяча. Остановка мяча бедром и лбом. Элементы акробатики. Остановка опускающегося мяча. Развитие двигательных качеств. Учебная игра	2		
	6	Мини-футбол: Удары по мячу Удары по мячу внешней стороной стопы и внешней частью подъёма. 6-10 минутный бег. Учебная игра	2		
	7	Мини-футбол: Удары по мячу Удары по катящемуся мячу. «Квадрат». СФП. Учебная игра	2		
	8	Мини-футбол: Удары по мячу Удары по прыгающему и летящему мячу. Развитие двигательных качеств. Учебная игра	2		
	Самостоятельная работа обучающихся		**8**		ОК 04, ОК 08
	- Развитие физических качеств (посещение спортивных секций, выполнение домашних тренировочных занятий и т.д.) - подготовка рефератов (для временно освобожденных)				
	Дифференцированный зачет		**2**	0	
	ВСЕГО по СГ.04.: (3 семестр)		**40**	0	
Тема 7. Социально-биологические и психофизические основы Физической и спорта. Основы спортивной тренировки. Национальные виды спорта	*Содержание учебного материала*		*30*		
	1	Биологические и гуманитарные дисциплины, изучающие человека. Организм человека, как единая и саморазвивающаяся и саморегулирующаяся система. Воздействие природных и социально-экономических факторов на организм и жизнедеятельность человека. Воздействие физической нагрузки на организм. Рефлекс и двигательные знания, умения, навыки. Основные методы и средства спортивной тренировки. Составляющие спортивной тренировки.	2		ОК 04, ОК 05, ОК 08
	Практические занятия		**14**		
	2	Традиционная якутская борьба хапсагай: основные требования, условия. Тренировочные упражнения	2		
	3	Соревнования в группе среди обучающихся по хапсагай	2		
	4	Якутские национальные прыжки: основные требования, условия.	2		

		Тренировочные упражнения			
	5	Якутская вертушка: основные требования, условия. Тренировочные упражнения	2		
	6	Соревнования в группе среди обучающихся	2		
	7	Якутские настольные игры: основные требования, условия. Тренировочные упражнения	2		
	8	Соревнования в группе среди обучающихся	2		
	Самостоятельная работа обучающихся		**14**		ОК 04, ОК 08
		Дифференцированный зачет	**2**		
		ВСЕГО по СГ.04.: (4 семестр)	**18**	0	
		ИТОГО:	**126**	**0**	

2.3 Вариативная часть дисциплины

№ п/п	Наименование тем	Количество часов	Примечание
1	Самостоятельная работа	54	Для совершенствования знаний, умений
4	Промежуточная аттестация	2	Для проверки знаний и умений по СГ.02
	ИТОГО:	**56**	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Материально-техническое обеспечение

Рабочая программа дисциплины реализуется в сетевой форме на основании договора. Место проведения учебных занятий - спортивный зал.

Оснащение спортивного зала:

- Стол -2 шт.
- Стул - 2 шт.
- Мягкий инвентарь - 1 комплект
- Шкаф для одежды - 2 шт.
- МФУ Canon - 1 шт.
- Мат гимнастический - 10 шт.
- Мат борцовский - 1 шт.
- Тумба мобильная - 1 шт.
- Канат спортивный - 1 шт.
- Теннисный стол - 1 шт.
- Тренажер для отработки отражающего удара в волейболе - 1 шт.
- Диск 20 кг. - 2 шт.
- Диск 15 кг. - 2 шт.
- Набор весов - 1 шт.
- Набор гантелей весом 10 кг - 2 шт.
- Лыжный набор - 20 шт.
- Ворота для футбола - 2 шт.
- Сетка для волейбола - 1 шт.
- Теннисные ракетки - 7 шт.
- Мяч волейбольный - 17 шт.
- Мяч баскетбольный - 5 шт.

3.2. Учебно-методическое обеспечение

По дисциплине СГ.04. Физическая культура разработана учебно-методическая документация:

- рабочая программа дисциплины;
- оценочные материалы;
- методические указания по выполнению самостоятельной работы.

3.3. Информационное обеспечение обучения

Литература:

1. Алхасов Д. С. Теория и история физической культуры и спорта : учебник и практикум для среднего профессионального образования /

Д. С. Алхасов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 216 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15307-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/515160 (дата обращения: 12.01.2024).

2. Самостоятельная работа студента по физической культуре : учебное пособие для среднего профессионального образования / В. Л. Кондаков [и др.] ; под редакцией В. Л. Кондакова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 149 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13332-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/518917 (дата обращения: 12.01.2024).

3. Спортивные игры: правила, тактика, техника : учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. В. Конеева [и др.] ; под общей редакцией Е. В. Конеевой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 322 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13046-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/517443 (дата обращения: 12.01.2024).

4. Теория и история физической культуры и спорта в 3 т. Том 3. Паралимпийские игры : учебное пособие для среднего профессионального образования / О. И. Кузьмина, Г. Н. Германов, Е. Г. Цуканова, И. В. Кулькова ; под общей редакцией Г. Н. Германова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 531 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12100-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/517856 (дата обращения: 12.01.2024).

5. Туревский, И. М. Физическая подготовка: сдача нормативов комплекса ГТО : учебное пособие для среднего профессионального образования / И. М. Туревский, В. Н. Бородаенко, Л. В. Тарасенко. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 148 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11519-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/518200 (дата обращения: 12.01.2024).

6. Физическая культура : учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. В. Конеева [и др.] ; под редакцией Е. В. Конеевой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 599 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13554-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/517442 (дата обращения: 12.01.2024).

Электронные образовательные ресурсы:

Сайты, блоги, электронные библиотеки

1.Сайт «ФизкультУра». [Электронный ресурс]. URL: http://www.fizkult-ura.ru/

2. Министерство по физической культуре и спорту Республики Саха (Якутия). [Электронный ресурс]. URL: https://minsport.sakha.gov.ru/

3. Государственное бюджетное учреждение Республики Саха (Якутия) Управление физической культуры и массового спорта [Электронный ресурс]. URL: https://ufkims14.ru/

4. Удивительные места Якутии. [Электронный ресурс]. URL: https://ysia.ru/category/sport/

5. Всероссийский физкультурно-спортивный комплекс «Готов к труду и обороне» (ГТО). [Электронный ресурс]. URL: https://www.gto.ru/

6. СпортЯкутии. [Электронный ресурс]. URL https://sportyakutia.ru/

Дополнительная электронная литература/учебные пособия, материалы, статьи

1. История ГТО. ДОСААФ. [Электронный ресурс]. URL. История ГТО | ДОСААФ России | Официальный сайт (dosaaf.ru)

2. Аллянов, Ю. Н. Физическая культура: учебник для среднего профессионального образования / Ю.Н.Аллянов, И.А.Письменский. — 3-е изд., испр. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 493 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-02309-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — [Электронный ресурс]. URL: https://urait.ru/bcode/471143

Видеоматериалы/ виртуальные музеи/интерактивные презентации

1. Центр дополнительного образования РГПУ им. А. И. Герцена. [Электронный ресурс]. URL: Открытые видео лекции по физической культуре. Видео лекции Курс: Физическая культура и спорт (herzen.edu.ru)

Тренажеры/ тесты/ кейсы/ материал для практикума/ бесплатные онлайн курсы

1. Тест Что Вы знаете о спортивных рекордах Якутии? [Электронный ресурс]. URL: https://sportyakutia.ru/

2. Тест История якутского спорта. [Электронный ресурс]. URL: https://sportyakutia.ru/test/3634-test-naskolko-khorosho-vy-znaete-istoriyu-yakutskogo-sporta

4 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе текущего контроля знаний, проверки выполнения заданий практических занятий и самостоятельной работы, а также во время промежуточной аттестации.

Оценка качества подготовки обучающихся осуществляется через оценку знаний, умений по дисциплине и оценку сформированности компетенций.

Специфической особенностью реализации содержания дисциплины СГ.04. Физическая культура является ориентация образовательного процесса на получение преподавателем оперативной информации о состоянии здоровья, физического развития, двигательной, психофизической, профессионально-прикладной подготовленности студента.

Используя результаты медицинского осмотра обучающегося, преподаватель физической культуры распределяет обучающихся в медицинские группы: основная, подготовительная и специальные А и Б.

К основной медицинской группе относятся обучающиеся, не имеющие отклонений в состоянии здоровья, с хорошим физическим развитием и достаточной физической подготовленностью.

К подготовительной медицинской группе относятся лица с недостаточным физическим развитием, слабой физической подготовленностью, без отклонений или с незначительными временными отклонениями в состоянии здоровья.

К специальной медицинской группе относятся обучающиеся, имеющие патологические отклонения в состоянии здоровья. Специальная делится в свою очередь на А и Б.

В группу «А» входят обучающиеся, освобожденные от соревнований и нормативов по дисциплине, используют на занятиях некоторые программные упражнения в щадящем режиме или упражнения ЛФК.

В группу «Б» входят обучающиеся, освобожденные по состоянию здоровья от практических занятий, они осваивают теоретический и учебно-методический материал, готовят рефераты, выполняют индивидуальные проекты.

Все контрольные нормативы по физической культуре обучающиеся сдают в течение учебного года для оценки их функциональной и двигательной подготовленности, в том числе и для оценки их готовности к выполнению нормативов Всероссийского физкультурно-спортивного комплекса «Готов к труду и обороне» (ГТО).

Обучающиеся основной и подготовительной групп сдают нормативы в соответствии с возрастом.

Для обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (при наличии) устанавливается особый порядок освоения дисциплины СГ.04. Физическая культура с учетом состояния их здоровья.

Требования к результатам обучения

специальной медицинской группы «А»

- Уметь определить уровень собственного здоровья по тестам.
- Уметь составить и провести с группой комплексы упражнений утренней и производственной гимнастики.
- Овладеть элементами техники движений: релаксационных, беговых, прыжковых, ходьбы на лыжах, в плавании.
- Уметь составлять комплексы физических упражнений для восстановления работоспособности после умственного и физического утомления.
- Уметь применять на практике приемы массажа и самомассажа.
- Овладеть техникой спортивных игр по одному из избранных видов.
- Повышать аэробную выносливость с использованием циклических видов спорта (терренкура, кроссовой и лыжной подготовки).
- Овладеть системой дыхательных упражнений в процессе выполнения движений для повышения работоспособности, при выполнении релаксационных упражнений.
- Знать состояние своего здоровья, уметь составить и провести индивидуальные занятия двигательной активности.
- Уметь определять индивидуальную оптимальную нагрузку при занятиях физическими упражнениями. Знать основные принципы, методы и факторы ее регуляции.
- Уметь выполнять упражнения (без учета времени):
  - сгибание и выпрямление рук в упоре лежа
  - подтягивание на перекладине (юноши);
  - поднимание туловища (сед) из положения лежа на спине, руки за головой, ноги закреплены (девушки);
  - прыжки в длину с места;
  - бег 100 м;
  - бег: юноши — 3 км, девушки — 2 км;
  - тест Купера — 12-минутное передвижение;
  - плавание — 50 м.

Результаты обучения (знания, умения)	**Формы и методы контроля и оценки результатов обучения**	
	Текущий контроль	**Промежуточная аттестация**
уметь:		
У1 - использовать физкультурно-оздоровительную деятельность для укрепления здоровья, достижения жизненных и профессиональных целей	- оценка выполнения заданий на учебных занятиях; - оценка участия обучающегося в спортивных мероприятиях;	- дифференцированный зачет
знать:		

$З_1$ - о роли физической культуры в общекультурном, профессиональном и социальном развитии человека; $З_2$ - основы здорового образа жизни.	- оценка выполнения заданий на практических занятиях; - оценка участия обучающегося в беседе; - устный опрос; - оценка выполнения заданий самостоятельной работы;	- дифференцированный зачет

Оценка ***общих компетенций (ОК)***:

Результат (общие компетенции)	*Основные показатели*
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;	- устанавливает позитивный стиль общения - выбирает стиль общения в соответствии с ситуацией - признает чужое мнение - при необходимости отстаивает собственное мнение - принимает критику - ведет деловую беседу в соответствии с этическими нормами - соблюдает официальный стиль при оформлении документов - составляет отчеты, задания в соответствии с запросом и предъявляемыми требованиями - оформляет документы в соответствии с нормативными актами - выполняет письменные и устные рекомендации преподавателя - способен к эмпатии - организует коллективное обсуждение рабочей ситуации
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;	- умеет передавать информацию другому человеку - способен правильно формулировать свои мысли в устной и письменной формах - способен оценить уровень своих знаний по дисциплине
ОК 08. Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности	- посещает учебные занятия по физической культуре; - отсутствие пропусков по болезни - участие в спортивных соревнованиях различного масштаба - участие в мероприятиях спортивной направленности (например, турпоходы, турслеты) - посещение спортивных секций в колледже и вне (по различным видам спорта) - коррекция в положительную сторону при сдаче контрольных нормативов по физической культуре - контроль за своей рейтинговой успешностью - рейтинговая оценка подготовленности обучающихся по физическим качествам

Критерии и методы оценки освоения запланированных результатов дисциплины отражены в оценочных материалах.

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
по выполнению самостоятельной работы
для специальности 42.02.01 Реклама

Якутск, 2024

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г.)

Методические указания составлены в соответствии с рабочей программой по дисциплине СГ.04. Физическая культура

Разработчик: АНО СПО «Цифровой колледж Синергия»

Составитель:
Ноговицына Т.В., преподаватель

1. Пояснительная записка

Самостоятельная работа является частью учебной деятельности обучающихся в процессе изучения дисциплины СГ.04. Физическая культура и выполняется без непосредственного руководства преподавателя, но по его заданиям и под его контролем.

Самостоятельная работа студентов является одной из основных форм внеаудиторной работы по дисциплине СГ.04. Физическая культура и имеет следующие виды:

1) расширение теоретических знаний по физической культуре с целью подготовки сообщений и написания рефератов;

2) подготовку к практическим занятиям по заданию преподавателя (подготовка и проведение общеразвивающих упражнений на занятиях физической культуры, написание конспектов и проведение части занятия) (инструкторская практика);

3) подготовку к контрольным нормативам (выполнение самостоятельных физических упражнений в домашних условиях);

4) составление комплексов упражнений различной направленности;

5) составление индивидуальной программы занятий физическими упражнениями в связи с будущей профессиональной деятельностью;

6) занятия в спортивных секциях;

7) участие в спортивных состязаниях, праздниках колледжа, а также мероприятиях городского и регионального масштаба.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен

уметь:

$У_1$ - использовать физкультурно-оздоровительную деятельность для укрепления здоровья, достижения жизненных и профессиональных целей;

знать:

$З_1$ - о роли физической культуры в общекультурном, профессиональном и социальном развитии человека;

$З_2$ - основы здорового образа жизни.

С целью формирования **общих компетенций (ОК):**

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;

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

2. Содержание самостоятельной работы

2.1. Подготовка и написание рефератов

Тематика рефератов

Тема 1. Физическая культура в общекультурной и профессиональной подготовке студентов.

1. Основы здорового образа жизни.
2. Физическая культура в обеспечении здоровья студентов.
3. Спорт в физическом воспитании студентов.
4. Физическая культура, как часть физического и спортивного совершенствования.
5. Основы методики обучения двигательным умениям и навыкам.
6. Врачебный контроль и самоконтроль в процессе физической культуры.

Тема 2. Легкая атлетика

1. Техника безопасности на уроках легкой атлетикой.
2. Организация самостоятельных занятий легкой атлетикой.
3. Воспитание двигательных качеств и способностей в процессе занятий легкой атлетикой.
4. Оздоровительное, прикладное и оборонное значение легкой атлетики.
5. Техника элементов бега на длинные дистанции (старт, стартовый разгон, финиширование, правильное дыхание)

Тема 3. Волейбол

1. Волейбол в системе физического воспитания.
2. Воспитание двигательных качеств и способностей в процессе занятия волейболом.

Тема 4. Профессионально-прикладная физическая подготовка

1. Методика составления комплексов упражнений по ОФП для индивидуальных самостоятельных занятий.
2. Средства, методы, принципы воспитания быстроты, силы, выносливости, гибкости, координационных способностей.
3. **Основы методики планирования самостоятельных занятий силовой подготовкой.**

Тема 5. Лыжная подготовка

1. Техника безопасности на уроках лыжной подготовкой.
2. Организация самостоятельных занятий лыжной подготовкой.
3. Воспитание двигательных качеств и способностей в процессе занятий лыжной подготовкой.
4. Оздоровительное, прикладное и оборонное значение лыжной подготовки.
5. Техника лыжных ходов классического и свободного стиля

Тема 6. Баскетбол

1. Техника безопасности на уроках баскетбола.
2. Баскетбол в системе физического воспитания.
3. Воспитание двигательных качеств и способностей в процессе занятий баскетболом.

Тема 7. Социально-биологические и психофизические основы физической культуры и спорта

1. Основы спортивной тренировки.
2. Физические и биохимические изменения, происходящие в организме под воздействием активной двигательной деятельности.
3. Средства физической культуры и спорта в совершенствовании функциональных возможностей организма и обеспечении его умственной и физической деятельности, устойчивости к различным условиям внешней среды.

Тема 8. Инструкторская практика

1. Классификация видов спорта.
2. Общие правила проведений соревнований.
3. Методика составления комплекса общеразвивающих упражнений для занятий по физкультуре.
4. Правила спортивных игр: волейбол, баскетбол, футбол, настольный теннис.
5. Правила соревнований по гиревому спорту и применение упражнений с гирями на занятиях по физической культуре.
6. Жесты судей в спортивных играх: волейбол и баскетбол.
7. История видов спорта, их перспективы развития.

Общие требования к реферату:

1. Максимальный объем страниц – 20.
2. Размеры полей: правое – 10 мм, левое – 30 мм, а нижнее и верхнее по 20 мм.
3. Страницы нумеруются исключительно арабскими цифрами по центру. На титульном листе номер страницы не ставится, но учитывается.
4. Шрифт текста – Times New Roman.
5. Размер кегль – 12-14.
6. Межстрочный интервал – 1,5, кроме титульной страницы.
7. Пишется реферат на листе А4 исключительно на одной стороне листа.
8. Таблицы, формулы и диаграммы вставляются только в том случае, если они действительно раскрывают тему и до максимума помогают сократить реферат.
9. Приложения могут быть в том случае, если таблицы не поместились на лист А4.

Согласно ГОСТу 7.9-95, в обязательном порядке реферат включает в себя:

- титульный лист;
- содержание;
- введение;
- основную часть;
- заключение;
- список литературы.

Оформление литературы реферата по ГОСТу 7.80-2000 и 7.82-2001

Оформление источников – нужно давать исключительно достоверную информацию.

Согласно ГОСТу 7.80-2000 литература пишется в алфавитном порядке исходя из фамилии автора. Если есть в списке нормативные акты, их нужно писать перед литературой, а в конце дать ссылки на Интернет-ресурсы по ГОСТу 7.82-2001.

Образец:

1. Здоровье и физическая культура студента: Учебное пособие / В.А. Бароненко, Л.А. Рапопорт. - 2-е изд., перераб. - М.: Альфа-М: НИЦ ИНФРА-М, 2019. - 336 с.: ил.; Режим доступа http://www.znanium.com.

2.2 Инструкторская практика

Инструкторская практика направлена на освоение элементарных умений и навыков ведения учебной работы и судейства соревнований. Обучающиеся готовятся к роли инструктора, помощника тренера и проведению занятий и соревнований в качестве судей.

Необходимые знания:

Написание конспектов для проведения части занятия. Составление комплексов упражнений различной направленности (Пример 1). Помощь в проведении и организации соревнований внутри колледжа.

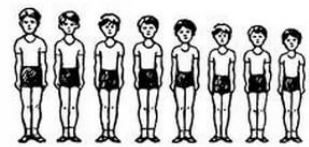
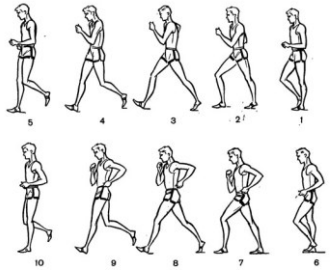
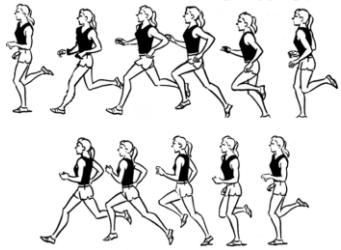
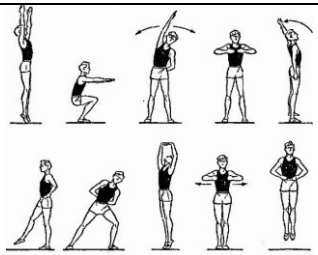
Судейство соревнований и спортивно-массовых мероприятиях (Пример 2).

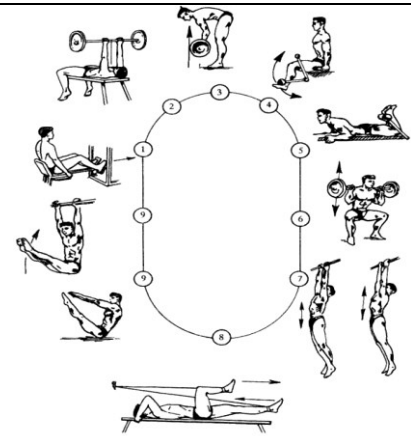
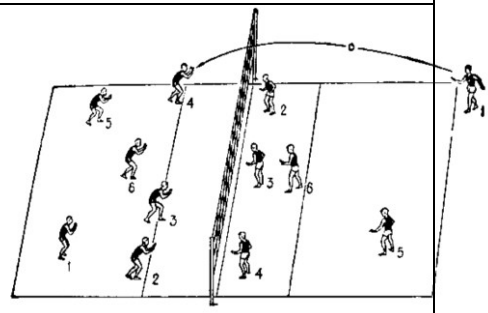
В содержание учебной работы входит освоение следующих умений и навыков:

1) знание терминологии;
2) умение наблюдать и анализировать выполнение приемов игры у обучающимися;
4) определить ошибку при выполнении приема партнером и указать пути ее исправления;
5) составить комплекс упражнений по проведению разминки;
6) составить конспект занятия и провести его с обучающимися группы под наблюдением преподавателя.

Пример 1

Примерный конспект занятий по физической культуре

№	Содержание занятия	Количество времени	Методические указания	Схема/рисунок
1.	Построение, сдача рапорта. Строевые упражнения	3-5 мин	Проверить наличие спортивной обуви	
2.	Ходьба с заданиями	1 мин	Дистанция 1,5 м. Следить за осанкой	
3.	Бег с заданиями Беговые упражнения	5-7 мин 5-7 мин	120 уд/мин	
4.	ОРУ: комплекс упражнений	10-12 мин	Перестроение	

5.	ОФП	10-12 мин	Круговая система	
6.	Спортивные игры	25-30 мин	Судейство	
7.	Подведение итогов	3-5 мин	Оценки	

Пример 2

Судейство соревнований и спортивно-массовых мероприятиях

Спортивное соревнование – это состязание (соперничество) людей в игровой форме с целью выяснения преимущества в степени физической подготовленности, в развитии некоторых сторон сознания.

Во время спортивных соревнований решаются те же педагогические задачи, что и на занятиях физической культурой и спортом в целом, т.е. совершенствование физической, технической, тактической, психической и теоретической подготовленности. Однако при этом все сдвиги, происходящие в организме, превосходят уровень, характерный для тренировочных занятий.

Спортивные соревнования – яркое, эмоциональное зрелище. Удовольствие от спортивных зрелищ возникает вследствие соучастия в них зрителя, которого привлекает высокий уровень развития двигательных качеств, смелые и решительные действия участников, их высокие достижения.

Обеспечить соблюдение правил вида спорта и положения (регламента) о спортивном соревновании призван спортивный судья – уполномоченное на то организатором спортивного соревнования физическое лицо, прошедшее

специальную подготовку и получившее соответствующую квалификационную категорию (п.21 ст.2 Федерального закона о спорте).

Обучающие старших курсов привлекаются в качестве судей на спортивные мероприятия.

Литература

1. Физическая культура, Захарова Л.В., Люлина Н.В., Кудрявцев М.Д 2022 Режим доступа https://fileskachat.com/view/54635_5754119fc7dfceb3bdf13af37602d01a.html

2.3. Подготовка к контрольным нормативам (выполнение самостоятельных физических упражнений в домашних условиях)

Общие рекомендации обучающимся при выполнении самостоятельной работы

Приступая к самостоятельным занятиям физическими упражнениями, обязательно учитывайте состояние своего здоровья и, если есть какие-либо нарушения, посоветуйтесь с врачом и вашим преподавателем физической культуры. Это важно, так как для внеаудиторной самостоятельной работы предлагаются упражнения и нагрузки, рассчитанные на обучающихся, отнесенных по состоянию здоровья к основной медицинской группе, т. е. на тех, кому разрешено на уроках физической культуры выполнение всех упражнений.

Правила выполнения самостоятельных занятий

1. Не стремитесь к достижению высоких результатов в кратчайшие сроки. Спешка может привести к перегрузке организма и переутомлению. Физические нагрузки должны соответствовать вашим возможностям, поэтому нагрузки и их сложность повышайте постепенно, контролируя реакцию организма на них.

2. Составляя план внеаудиторных самостоятельных занятий, включайте упражнения для развития всех физических качеств. Это поможет достичь более высоких результатов.

3. Помните, что результат тренировок зависит от их регулярности, так как большие перерывы (3-4 дня и более) между занятиями сводят на нет эффект предыдущих упражнений. Поэтому даже при очень большой загруженности, например, вовремя подготовки к экзаменам, все равно найдите 20-30 мин для выполнения комплекса упражнений.

4. Для того чтобы у вас сохранялись высокая активность и желание заниматься, меняйте места проведения внеаудиторных самостоятельных занятий, чаще занимайтесь на открытом воздухе, в парке, сквере, привлекайте к тренировке своих друзей, членов семьи.

5. Очень хорошо заниматься под музыкальное сопровождение. Это повышает интерес к тренировке и способствует хорошему настроению.

6. Старайтесь соблюдать физиологические принципы выполнения упражнений: постепенное увеличение трудности упражнений, объема и интенсивности нагрузок; правильное чередование нагрузок и отдыха между упражнениями с учетом вашей тренированности и переносимости нагрузок. Более

трудные упражнения потребуют и большей продолжительности пауз между ними, и меньшего числа повторений. В зависимости от самочувствия, переносимости нагрузок, задачи упражнения можете волнообразно повышать или понижать нагрузки на протяжении одного занятия в течение недели или более длительного периода. Во время выполнения упражнений не стремитесь выполнить сразу максимальную нагрузку.

7. Выполнение упражнений обязательно начинайте с разминки, а по завершении используйте восстанавливающие процедуры (массаж, теплый душ, ванна, сауна и т. п.).

8. Если вы почувствовали какие-либо отклонения в состоянии здоровья, переутомление, посоветуйтесь с преподавателем, врачом.

9. Помните, что эффект от выполнения упражнений будет наиболее высоким, если вы в совокупности будете использовать физические упражнения, закаливающие процедуры, соблюдать гигиенические условия, режим дня и правильное питание.

Комплексы упражнений
для выполнения самостоятельной работы

1. Упражнения для укрепления мышц спины
2. Упражнения для мышц брюшного пресса
3. Упражнение на укрепление косых мышц спины
4. Упражнения на гибкость
5. Упражнения на координацию движений
6. Упражнения на растяжку
7. Сгибание-разгибание рук в упоре лежа
8. Присед на одной ноге («пистолет»)
9. Присед из основной стойки 3х30
10. Кроссовая подготовка 1000-3000 м
11. Бег с преодолением препятствий
12. Прыжки через препятствия
13. Метание различных предметов из различных исходных положений в цель и на дальность правой и левой рукой.

Перечень контрольных нормативов (тестов) с учетом рейтинговой системы, необходимых для сдачи в течение всего курса обучения

1 семестр

№ п/п	Наименование тестов	Коэффи-циент	Минимальное количество баллов с учетом коэффициента
1	Бег 100 метров	7	21
2	Бег 1000 метров	7	21
3	Челночный бег «Елочка»	4	12
4	Подтягивание на перекладине	5	15

5	Прием мяча из 6 в зону 3 с подачи	4	12
6	Подача мяча на точность	5	15
7	Сгибание и разгибание рук в упоре лежа	3	9
8	Приседание с собственным весом на время	3	9
9	Прыжки через гимнастическую скакалку	4	12
10	Толчок 2-х гирь по длинному циклу	5	15
	ИТОГО (минимальное количество)		**141**

2 семестр

№ п/п	Наименование тестов	Коэффи-циент	Минимальное количество баллов с учетом коэффициента
1	Бег на лыжах 5000 м	8	24
2	Передача в тройках за 30 сек	4	12
3	Штрафной бросок 10 бросков	4	12
4	Подтягивание на перекладине	5	15
5	Обводка с броском в кольцо	5	15
6	Толчок двух гирь от груди	5	15
7	Рывок одной гири из виса	5	15
8	Бег 100 метров	7	21
9	Бег 1000 метров	7	21
	ИТОГО (минимальное количество)		**150**

3 семестр

№ п/п	Наименование тестов	Коэффи-циент	Минимальное количество баллов с учетом коэффициента
1	Бег 100 метров	7	21
2	Бег 1000 метров	7	21
3	Подтягивание на перекладине	5	15
4	Прием мяча из 6зоны в 3зону	4	12
5	Подача на точность	5	15
6	Нападающий удар на точность	4	12
7	Отжимание от пола	3	9
8	Приседание	3	9
9	Прыжки через скамейку	4	12
10	Толчок по длинному циклу	5	15
	ИТОГО (минимальное количество)		**141**

4 семестр

№ п/п	Наименование тестов	Коэффи-циент	Минимальное количество баллов с учетом коэффициента
1	Бег на лыжах 5000 метров	8	24
2	Передача в тройках за 30 сек	4	12
3	Штрафной бросок 10 бросков	4	12
4	Подтягивание на перекладине	5	15
5	Обводка с броском в кольцо	5	15
6	Рывок одной гири из виса	5	15
7	Бег 100 метров	7	21
8	Бег 1000 метров	7	21
	ИТОГО (минимальное количество)		**135**

Для освобожденных – защита рефератов, для обучающихся специальных медицинских групп – посещение учебных занятий и сдача нормативов без учета времени. К обучающимся специальной медицинской группы рейтинговая система не применяется.

2.4. Составление комплексов упражнений различной направленности Составление индивидуальной программы занятий физическими упражнениями в связи с будущей профессиональной деятельностью

Комплексы упражнений атлетической гимнастики.

Методики составления индивидуальных тренировок. Режим труда и отдыха. Спортивные игры как средство активного отдыха. Подвижные игры на свежем воздухе. Оздоровительный бег.

На основании Указа Президента Российской Федерации от 24 марта 2014 г. N 172 "О Всероссийском физкультурно-спортивном комплексе "Готов к труду и обороне" (ГТО)" введен в действие с 1 сентября 2014 г. в Российской Федерации Всероссийский физкультурно-спортивный комплекс «Готов к труду и обороне» (ГТО) — программную и нормативную основу физического воспитания населения.

Всероссийский физкультурно-спортивный комплекс «Готов к труду и обороне» (ГТО) — полноценная программная и нормативная основа физического воспитания населения страны, нацеленная на развитие массового спорта и оздоровление нации.

Комплекс ГТО предусматривает подготовку к выполнению и непосредственное выполнение населением различных возрастных групп установленных нормативных требований по трем уровням трудности, соответствующим золотому, серебряному и бронзовому знакам отличия «Готов к труду и обороне» (ГТО).

Структура Всероссийского физкультурно-спортивного комплекса состоит из 11 ступеней и включает следующие возрастные группы:

− первая ступень - от 6 до 8 лет;

− вторая ступень - от 9 до 10 лет;
− третья ступень - от 11 до 12 лет;
− четвертая ступень - от 13 до 15 лет;
− пятая ступень - от 16 до 17 лет;
− шестая ступень - от 18 до 29 лет;
− седьмая ступень - от 30 до 39 лет;
− восьмая ступень - от 40 до 49 лет;
− девятая ступень - от 50 до 59 лет;
− десятая ступень - от 60 до 69 лет;
− одиннадцатая ступень - от 70 лет и старше.

Подготовка к выполнению нормативов ГТО осуществляется на учебных занятиях по физической культуре и во время самостоятельной внеаудиторной работы.

Общие рекомендации по выполнению самостоятельных физических упражнений в домашних условиях см.п.2.3.

Нормативы испытаний (тестов)
Всероссийского физкультурно-спортивного комплекса
«Готов к труду и обороне» (ГТО)

V. СТУПЕНЬ
(возрастная группа от 16 до 17 лет)*

№ п/п	Испытания (тесты)	Нормативы					
		Юноши			Девушки		
							
Обязательные испытания (тесты)							
1.	Бег на 30 м (с)	4,9	4,7	4,4	5,7	5,5	5,0
	или бег на 60 м (с)	8,8	8,5	8,0	10,5	10,1	9,3
	или бег на 100 м (с)	14,6	14,3	13,4	17,6	17,2	16,0
2.	Бег на 2000 м (мин, с)	–	–	–	12.00	11.20	9.50
	или бег на 3000 м (мин, с)	15.00	14.30	12.40	–	–	–
3.	Подтягивание из виса на высокой перекладине (количество раз)	9	11	14	–	–	–
	или подтягивание из виса лёжа на низкой перекладине 90 см (количество раз)	–	–	–	11	13	19
	или рывок гири 16 кг (количество раз)	15	18	33	–	–	–
	или сгибание и разгибание рук в упоре лёжа на полу (количество раз)	27	31	42	9	11	16
4.	Наклон вперёд из положения стоя на гимнастической скамье (от уровня скамьи – см)	+6	+8	+13	+7	+9	+16
Испытания (тесты) по выбору							
5.	Челночный бег 3х10 м (с)	7,9	7,6	6,9	8,9	8,7	7,9
6.	Прыжок в длину с разбега (см)	375	385	440	285	300	345
	или прыжок в длину с места толчком двумя ногами (см)	195	210	230	160	170	185
7.	Поднимание туловища из положения лёжа на спине (количество раз за 1 мин)	36	40	50	33	36	44

Нормативы испытаний (тестов) Всероссийского физкультурно-спортивного комплекса «Готов к труду и обороне» (ГТО)

V. СТУПЕНЬ (возрастная группа от 16 до 17 лет)*

№ п/п	Испытания (тесты)	Нормативы					
		Юноши			Девушки		
							
Испытания (тесты) по выбору							
8.	Метание спортивного снаряда: весом 700 г (м)	27	29	35	–	–	–
	весом 500 г (м)	–	–	–	13	16	20
9.	Бег на лыжах на 3 км (мин, с)**	–	–	–	20.00	19.00	17.00
	Бег на лыжах на 5 км (мин, с)**	27.30	26.10	24.00	–	–	–
	или кросс на 3 км (бег по пересечённой местности) (мин, с)	–	–	–	19.00	18.00	16.30
	или кросс на 5 км (бег по пересечённой местности) (мин, с)	26.30	25.30	23.30	–	–	–
10.	Плавание на 50 м (мин, с)	1.15	1.05	0.50	1.28	1.18	1.02
11.	Стрельба из положения сидя или стоя с опорой локтей о стол или стойку, дистанция 10 м (очки): из пневматической винтовки с открытым прицелом	15	20	25	15	20	25
	или из пневматической винтовки с диоптрическим прицелом, либо «электронного оружия»	18	25	30	18	25	30
12.	Самозащита без оружия (очки)	15-20	21-25	26-30	15-20	21-25	26-30
13.	Туристский поход с проверкой туристских навыков (протяжённость не менее, км)	10					
Количество испытаний (тестов) в возрастной группе		13	13	13	13	13	13
Количество испытаний (тестов), которые необходимо выполнить для получения знака отличия Всероссийского физкультурно-спортивного комплекса «Готов к труду и обороне» (ГТО) (далее – Комплекс)		7	8	9	7	8	9

* В выполнении нормативов участвует население до 17 лет включительно

Нормативы испытаний (тестов)
Всероссийского физкультурно-спортивного комплекса
«Готов к труду и обороне» (ГТО)

VI. СТУПЕНЬ
(возрастная группа от 18 до 29 лет)*
МУЖЧИНЫ

№ п/п	Испытания (тесты)	Нормативы					
		от 18 до 24 лет			от 25 до 29 лет		
							
Обязательные испытания (тесты)							
1.	Бег на 30 м (с)	4,8	4,6	4,3	5,4	5,0	4,6
	или бег на 60 м (с)	9,0	8,6	7,9	9,5	9,1	8,2
	или бег на 100 м (с)	14,4	14,1	13,1	15,1	14,8	13,8
2.	Бег на 3000 м (мин, с)	14.30	13.40	12.00	15.00	14.40	12.50
3.	Подтягивание из виса на высокой перекладине (количество раз)	10	12	15	7	9	13
	или сгибание и разгибание рук в упоре лёжа на полу (количество раз)	28	32	44	22	25	39
	или рывок гири 16 кг (количество раз)	21	25	43	19	23	40
4.	Наклон вперёд из положения стоя на гимнастической скамье (от уровня скамьи – см)	+6	+8	+13	+5	+7	+12
Испытания (тесты) по выбору							
5.	Челночный бег 3х10 м (с)	8,0	7,7	7,1	8,2	7,9	7,4
6.	Прыжок в длину с разбега (см)	370	380	430	–	–	–
	или прыжок в длину с места толчком двумя ногами (см)	210	225	240	205	220	235
7.	Метание спортивного снаряда весом 700 г (м)	33	35	37	33	35	37

Нормативы испытаний (тестов)
Всероссийского физкультурно-спортивного комплекса
«Готов к труду и обороне» (ГТО)

VI. СТУПЕНЬ
(возрастная группа от 18 до 29 лет)*
МУЖЧИНЫ

№ п/п	Испытания (тесты)	Нормативы					
		от 18 до 24 лет			от 25 до 29 лет		
							
Испытания (тесты) по выбору							
8.	Поднимание туловища из положения лёжа на спине (количество раз за 1 мин)	33	37	48	30	35	45
9.	Бег на лыжах на 5 км (мин, с)**	27.00	25.30	22.00	27.30	26.30	22.30
	или кросс на 5 км (бег по пересечённой местности) (мин, с)	26.00	25.00	22.00	26.30	26.00	22.30
10.	Плавание на 50 м (мин, с)	1.10	1.00	0.50	1.15	1.05	0.55
11.	Стрельба из положения сидя или стоя с опорой локтей о стол или стойку, дистанция 10 м (очки): из пневматической винтовки с открытым прицелом	15	20	25	15	20	25
	или из пневматической винтовки с диоптрическим прицелом, либо «электронного оружия»	18	25	30	18	25	30
12.	Самозащита без оружия (очки)	15-20	21-25	26-30	15-20	21-25	26-30
13.	Туристский поход с проверкой туристских навыков (протяжённость не менее, км)	15					
Количество испытаний (тестов) в возрастной группе		13	13	13	13	13	13
Количество испытаний (тестов), которые необходимо выполнить для получения знака отличия Всероссийского физкультурно-спортивного комплекса «Готов к труду и обороне» (ГТО) (далее – Комплекс)		7	8	9	7	8	9

* В выполнении нормативов участвует население соответствующих возрастных подгрупп до 24 и 29 лет включительно.
** Проводится при наличии условий для организации проведения тестирования.

Нормативы испытаний (тестов)
Всероссийского физкультурно-спортивного комплекса
«Готов к труду и обороне» (ГТО)

VI. СТУПЕНЬ
(возрастная группа от 18 до 29 лет)*
ЖЕНЩИНЫ

№ п/п	Испытания (тесты)	Нормативы					
		от 18 до 24 лет			от 25 до 29 лет		
							
Обязательные испытания (тесты)							
1.	Бег на 30 м (с)	5,9	5,7	5,1	6,4	6,1	5,4
	или бег на 60 м (с)	10,9	10,5	9,6	11,2	10,7	9,9
	или бег на 100 м (с)	17,8	17,4	16,4	18,8	18,2	17,0
2.	Бег на 2000 м (мин, с)	13.10	12.30	10.50	14.00	13.10	11.35
3.	Подтягивание из виса лёжа на низкой перекладине 90 см (количество раз)	10	12	18	9	11	17
	или сгибание и разгибание рук в упоре лёжа на полу (количество раз)	10	12	17	9	11	16
4.	Наклон вперёд из положения стоя на гимнастической скамье (от уровня скамьи – см)	+8	+11	+16	+7	+9	+14
Испытания (тесты) по выбору							
5.	Челночный бег 3х10 м (с)	9,0	8,8	8,2	9,3	9,0	8,7
6.	Прыжок в длину с разбега (см)	270	290	320	–	–	–
	или прыжок в длину с места толчком двумя ногами (см)	170	180	195	165	175	190
7.	Поднимание туловища из положения лёжа на спине (количество раз за 1 мин)	32	35	43	24	29	37

Нормативы испытаний (тестов)
Всероссийского физкультурно-спортивного комплекса
«Готов к труду и обороне» (ГТО)

VI. СТУПЕНЬ
(возрастная группа от 18 до 29 лет)*
ЖЕНЩИНЫ

№ п/п	Испытания (тесты)	Нормативы					
		от 18 до 24 лет			от 25 до 29 лет		
							
Испытания (тесты) по выбору							
8.	Метание спортивного снаряда весом 500 г (м)	14	17	21	13	15	18
9.	Бег на лыжах на 3 км (мин, с)**	21.00	19.40	18.10	22.30	20.45	18.30
	или кросс на 3 км (бег по пересечённой местности) (мин, с)	19.15	18.30	17.30	22.00	20.15	18.00
10.	Плавание на 50 м (мин, с)	1.25	1.15	1.00	1.25	1.15	1.00
11.	Стрельба из положения сидя или стоя с опорой локтей о стол или стойку, дистанция 10 м (очки): из пневматической винтовки с открытым прицелом	15	20	25	15	20	25
	или из пневматической винтовки с диоптрическим прицелом, либо «электронного оружия»	18	25	30	18	25	30
12.	Самозащита без оружия (очки)	15-20	21-25	26-30	15-20	21-25	26-30
13.	Туристский поход с проверкой туристских навыков (протяжённость не менее, км)	15					
Количество испытаний (тестов) в возрастной группе		13	13	13	13	13	13
Количество испытаний (тестов), которые необходимо выполнить для получения знака отличия Всероссийского физкультурно-спортивного комплекса «Готов к труду и обороне» (ГТО) (далее – Комплекс)		7	8	9	7	8	9

* В выполнении нормативов участвует население соответствующих возрастных подгрупп до 24 и 29 лет включительно.
** Проводится при наличии условий для организации проведения тестирования.

Литература

1. Как себя прокачать., Аксенов С.В, 2018 - Режим доступа fileskachat.com
2. Медведева С.А., Сапегина Т.А., Ольховская Е.Б., Здоровьесберегающая физическая культура в профессионально-педагогическом вузе, Глава 10. Физическая культура в профессиональной деятельности специалиста. 2016. - Режим доступа fileskachat.com

2.5. Занятия в спортивных секциях по видам спорта (волейбол, баскетбол, лыжная подготовка, шахматы, настольный теннис, легкая атлетика, атлетическая гимнастика)

Занятия в секциях (по желанию) и по расписанию спортивных секций.

2.6 Занятия в спортивных секциях и выполнение самостоятельных физических упражнений в домашних условиях

Занятия в секциях производится по расписанию спортивных секций.

Подготовка сдаче нормативов и участию в соревнованиях.

Участие в спортивно-массовых мероприятиях.

Литература

1. Теория и организация адаптивной физической культуры, Евсеев С, 2016. - Режим доступа fileskachat.com
2. Здоровье сберегающая физическая культура в профессионально-педагогическом вузе, Медведева С.А., Сапегина Т.А., Ольховская Е.Б., Глава 6. Спорт. Индивидуальный выбор видов спорта или систем физических упражнений. Глава 7. Основы методики самостоятельных занятий физическими упражнениями. 2016. - Режим доступа fileskachat.com

2.7. Участие в спортивных состязаниях, праздниках колледжа, а также мероприятиях городского и регионального масштаба.

Участие в спортивных состязаниях, праздниках и спортивных мероприятиях проходит по желанию обучающихся с учетом их физических возможностей.

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляются преподавателем в процессе проведения практических занятий и тестирования.

Специфической особенностью реализации содержания дисциплины ОГСЭ.04 Физическая культура является ориентация образовательного процесса на получение преподавателем физического воспитания оперативной информации о состоянии здоровья, физического развития, двигательной, психофизической, профессионально-прикладной подготовленности студента.

С этой целью в течение первых двух месяцев обучения в колледже студенты проходят медицинский осмотр (диспансеризацию).

Используя результаты медицинского осмотра студента, преподаватель физической культуры распределяет студентов в медицинские группы по дисциплине: основная, подготовительная и специальные А и Б.

К основной медицинской группе относятся студенты, не имеющие отклонений в состоянии здоровья, с хорошим физическим развитием и достаточной физической подготовленностью.

К подготовительной медицинской группе относятся лица с недостаточным физическим развитием, слабой физической подготовленностью, без отклонений или с незначительными временными отклонениями в состоянии здоровья.

К специальной медицинской группе относятся студенты, имеющие патологические отклонения в состоянии здоровья. Специальная делится в свою очередь на А и Б.

В группу «А» входят студены, освобожденные от соревнований и нормативов по дисциплине, используют на занятиях некоторые программные упражнения в щадящем режиме или упражнения ЛФК.

В группу «Б» входят студены, освобожденные по состоянию здоровья от практических занятий, они осваивают теоретический и учебно-методический материал, готовят рефераты, выполняют индивидуальные проекты.

Таким образом, освоение содержания дисциплины ОГСЭ.04 Физическая культура предполагает, что студентов, освобожденных от занятий физическими упражнениями, практически нет. Вместе с тем в зависимости от заболеваний двигательная активность обучающихся может снижаться или прекращаться.

Все контрольные нормативы по физической культуре студенты сдают в течение учебного года для оценки их функциональной и двигательной подготовленности, в том числе и для оценки их готовности к выполнению нормативов Всероссийского физкультурно-спортивного комплекса «Готов к труду и обороне» (ГТО).

Обучающиеся основной и подготовительной групп сдают нормативы в соответствии с возрастом.

Требования к результатам обучения
специальной медицинской группы «А»

- Уметь определить уровень собственного здоровья по тестам.
- Уметь составить и провести с группой комплексы упражнений утренней и производственной гимнастики.
- Овладеть элементами техники движений: релаксационных, беговых, прыжковых, ходьбы на лыжах, в плавании.
- Уметь составлять комплексы физических упражнений для восстановления работоспособности после умственного и физического утомления.
- Уметь применять на практике приемы массажа и самомассажа.
- Овладеть техникой спортивных игр по одному из избранных видов.
- Повышать аэробную выносливость с использованием циклических видов спорта (терренкура, кроссовой и лыжной подготовки).
- Овладеть системой дыхательных упражнений в процессе выполнения движений для повышения работоспособности, при выполнении релаксационных упражнений.
- Знать состояние своего здоровья, уметь составить и провести индивидуальные занятия двигательной активности.
- Уметь определять индивидуальную оптимальную нагрузку при занятиях физическими упражнениями. Знать основные принципы, методы и факторы ее регуляции.
- Уметь выполнять упражнения (без учета времени):
  - сгибание и выпрямление рук в упоре лежа
  - подтягивание на перекладине (юноши);
  - поднимание туловища (сед) из положения лежа на спине, руки за головой, ноги закреплены (девушки);
  - прыжки в длину с места;
  - бег 100 м;
  - бег: юноши — 3 км, девушки — 2 км;
  - тест Купера — 12-минутное передвижение;
  - плавание — 50 м.

ЛИТЕРАТУРА

1. Алхасов Д. С. Теория и история физической культуры и спорта : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Д. С. Алхасов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 216 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15307-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/515160 (дата обращения: 12.01.2024).
2. Самостоятельная работа студента по физической культуре : учебное пособие для среднего профессионального образования / В. Л. Кондаков [и др.] ; под редакцией В. Л. Кондакова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 149 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13332-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/518917 (дата обращения: 12.01.2024).
3. Спортивные игры: правила, тактика, техника : учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. В. Конеева [и др.] ; под общей редакцией Е. В. Конеевой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 322 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13046-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/517443 (дата обращения: 12.01.2024).
4. Теория и история физической культуры и спорта в 3 т. Том 3. Паралимпийские игры : учебное пособие для среднего профессионального образования / О. И. Кузьмина, Г. Н. Германов, Е. Г. Цуканова, И. В. Кулькова ; под общей редакцией Г. Н. Германова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 531 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12100-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/517856 (дата обращения: 12.01.2024).
5. Туревский, И. М. Физическая подготовка: сдача нормативов комплекса ГТО : учебное пособие для среднего профессионального образования / И. М. Туревский, В. Н. Бородаенко, Л. В. Тарасенко. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 148 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11519-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/518200 (дата обращения: 12.01.2024).
6. Физическая культура : учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. В. Конеева [и др.] ; под редакцией Е. В. Конеевой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 599 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13554-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/517442 (дата обращения: 12.01.2024).

Электронные образовательные ресурсы:

Сайты, блоги, электронные библиотеки

1.Сайт «ФизкультУра». [Электронный ресурс]. URL: http://www.fizkultura.ru/

2. Министерство по физической культуре и спорту Республики Саха (Якутия). [Электронный ресурс]. URL: https://minsport.sakha.gov.ru/

3. Государственное бюджетное учреждение Республики Саха (Якутия) Управление физической культуры и массового спорта [Электронный ресурс]. URL: https://ufkims14.ru/

4. Удивительные места Якутии. [Электронный ресурс]. URL: https://ysia.ru/category/sport/

5. Всероссийский физкультурно-спортивный комплекс «Готов к труду и обороне» (ГТО). [Электронный ресурс]. URL: https://www.gto.ru/

6. СпортЯкутии. [Электронный ресурс]. URL https://sportyakutia.ru/

Дополнительная электронная литература/учебные пособия, материалы, статьи

1. История ГТО. ДОСААФ. [Электронный ресурс]. URL. История ГТО | ДОСААФ России | Официальный сайт (dosaaf.ru)

2. Аллянов, Ю. Н. Физическая культура: учебник для среднего профессионального образования / Ю.Н.Аллянов, И.А.Письменский. — 3-е изд., испр. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 493 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-02309-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — [Электронный ресурс]. URL: https://urait.ru/bcode/471143

Видеоматериалы/ виртуальные музеи/интерактивные презентации

1. Центр дополнительного образования РГПУ им. А. И. Герцена. [Электронный ресурс]. URL: Открытые видео лекции по физической культуре. Видео лекции Курс: Физическая культура и спорт (herzen.edu.ru)

Тренажеры/ тесты/ кейсы/ материал для практикума/ бесплатные онлайн курсы

1. Тест Что Вы знаете о спортивных рекордах Якутии? [Электронный ресурс]. URL: https://sportyakutia.ru/

2. Тест История якутского спорта. [Электронный ресурс]. URL: https://sportyakutia.ru/test/3634-test-naskolko-khorosho-vy-znaete-istoriyu-yakutskogo-sporta

Приложение 1. **Образец титульного листа**

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

РЕФЕРАТ

ПО ДИСЦИПЛИНЕ СГ.04 ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА

по теме _____

Выполнил (а)

Ф.И.О. студента

курс, группа

специальность

Проверил
Ф.И.О. преподавателя

Якутск, 20__

ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
по выполнению самостоятельной работы

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г.)

УТВЕРЖДАЮ
Директор АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»
_____ С.Н.Семенов
«15» 04 2024 г.

Оценочные материалы
для промежуточной аттестации
по дисциплине
СГ.04. Физическая культура

для специальности 42.02.01 Реклама

Разработчик: Ноговицына Т.В., преподаватель

Якутск, 2024

1. Пояснительная записка

Оценочные материалы для промежуточной аттестации по дисциплине СГ.04. Физическая культура предназначены для контроля и оценки освоения дисциплины и общих компетенций обучающихся по специальности *42.02.01 Реклама.*

1.1. Оценка уровня освоения дисциплины

Дисциплина СГ.04. Физическая культура является обязательной дисциплиной социально-гуманитарного учебного цикла, изучается в течение 5-ти семестров.

После каждого семестра – промежуточная аттестация – ***дифференцированный зачет.***

Оценочные материалы для промежуточной аттестации – комплекс нормативов (тестов), необходимых для сдачи в каждом семестре.

Оценочные материалы последнего семестра (дифференцированный зачет) состоят из 2 частей:

- комплекс нормативов (тестов), необходимых для сдачи
- тест по теоретической части дисциплины.

В результате освоения дисциплины СГ.04. Физическая культура обучающийся должен

уметь:

$У_1$ - использовать физкультурно-оздоровительную деятельность для укрепления здоровья, достижения жизненных и профессиональных целей;

знать:

$З_1$ - о роли физической культуры в общекультурном, профессиональном и социальном развитии человека;

$З_2$ - основы здорового образа жизни.

Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация проходит в форме **дифференцированного *зачета***.

Каждый семестр оцениваются достигнутые результаты в физкультурно-оздоровительной деятельности (зачеты по видам спорта, ОФП, легкая атлетика, лыжная подготовка и/или профессионально-прикладная физическая подготовка). Оценивание проходит по рейтинговой системе.

1 семестр

№ п/п	Наименование тестов	Коэффи-циент	Минимальное количество баллов с учетом коэффициента
1	Бег 100 метров	7	21
2	Бег 1000 метров	7	21
3	Челночный бег «Елочка»	4	12
4	Подтягивание на перекладине	5	15
5	Прием мяча из 6 в зону 3 с подачи	4	12
6	Подача мяча на точность	5	15
7	Сгибание и разгибание рук в упоре лежа	3	9
8	Приседание с собственным весом на время	3	9
9	Прыжки через гимнастическую скакалку	4	12
10	Толчок 2-х гирь по длинному циклу	5	15
	ИТОГО (минимальное количество)		**141**

2 семестр

№ п/п	Наименование тестов	Коэффи-циент	Минимальное количество баллов с учетом коэффициента
1	Бег на лыжах 5000 м	8	24
2	Передача в тройках за 30 сек	4	12
3	Штрафной бросок 10 бросков	4	12
4	Подтягивание на перекладине	5	15
5	Обводка с броском в кольцо	5	15
6	Толчок двух гирь от груди	5	15
7	Рывок одной гири из виса	5	15
8	Бег 100 метров	7	21
9	Бег 1000 метров	7	21
	ИТОГО (минимальное количество)		**150**

3 семестр

№ п/п	Наименование тестов	Коэффи-циент	Минимальное количество баллов с учетом коэффициента
1	Бег 100 метров	7	21
2	Бег 1000 метров	7	21
3	Подтягивание на перекладине	5	15
4	Прием мяча из 6зоны в 3зону	4	12
5	Подача на точность	5	15
6	Нападающий удар на точность	4	12
7	Отжимание от пола	3	9
8	Приседание	3	9
9	Прыжки через скамейку	4	12
10	Толчок по длинному циклу	5	15
	ИТОГО (минимальное количество)		**141**

4 семестр

№ п/п	Наименование тестов	Коэффи-циент	Минимальное количество баллов с учетом коэффициента
1	Бег на лыжах 5000 метров	8	24
2	Передача в тройках за 30 сек	4	12
3	Штрафной бросок 10 бросков	4	12
4	Подтягивание на перекладине	5	15
5	Обводка с броском в кольцо	5	15
6	Рывок одной гири из виса	5	15
7	Бег 100 метров	7	21
8	Бег 1000 метров	7	21
	ИТОГО (минимальное количество)		**135**

Для освобожденных – защита рефератов, для обучающихся специальных медицинских групп – посещение учебных занятий и сдача нормативов без учета времени. К обучающимся специальной медицинской группы рейтинговая система не применяется.

Тест представлен в 6 вариантах по 29 вопросов, включающих в себя выбор одного правильного ответа из предложенных по темам: Общефизическая подготовка, Физиологические основы организма, здоровый образ жизни, виды спорта (баскетбол, волейбол, настольный теннис, легкая атлетика)

Критерии оценивания теста

Общее количество правильных ответов **– 29**

25-29 правильных ответов – оценка **«отлично»**

20-24 правильных ответов – оценка **«хорошо»**

15-19 правильных ответов – оценка **«удовлетворительно»**

Менее 15 правильных ответов – оценка **«неудовлетворительно»**

ТЕСТ (проверка знаний) по дисциплине СГ.04. Физическая культура

Инструкция

Внимательно прочитайте вопросы и выберите один правильный ответ. Ответ запишите в бланк. Время выполнения теста – 20 мин

Вариант-1

1. Документ, являющийся основанием для проведения соревнований, - это:
   1. Протокол соревнований. 2. Положение о соревнованиях.
   3. Карточка участника.

2. Физические упражнения и некоторые другие виды деятельности, имеющие характер состязания это:
   1. Соревнования. 2. Спорт. 3. Физическая подготовка.

3. Физическое воспитание, направленное на подготовку человека к трудовой деятельности – это:
   1. Профессиональная подготовка.
   2. Специальная подготовка. 3. Физическая подготовка.

4. Автоматизированный способ управления движениями в целостном двигательном действии – это:
   1. Двигательные знания. 2. Двигательные умения.
   3. Двигательные навыки.

5. Система координирующая и регулирующая деятельность организма называется:
   1. Кровеносная система. 2. Сердечно-сосудистая система.
   3. Нервная система.

6. Совокупность отрицательных морфофункциональных изменений в организме вследствие длительной малой двигательной активности – это:
   1. Гиподинамия. 2. Гипокинезия. 3. Перетренированность.

7. Нарушением техники безопасности является:
   1. Соблюдение температурного режима.
   2. Излишне свободная одежда и обувь.
   3. Черная подошва обуви.

8. Система розыгрыша при которой участник или команда выбывает из соревнований после первого проигрыша:
   1. Смешанная. 2. Круговая. 3. Олимпийская.

Баскетбол

9. Если игрок забрасывает мяч в свое кольцо, то:
   1. Мяч не засчитывается.
   2. Мяч засчитывается команде соперника.
   3. Мяч засчитывается своей команде.

10. Судья в случае ничейного результата дает дополнительных пятиминуток:
   1. до 2. 2. до 5. 3. неограниченное число раз.

11. Высота баскетбольного кольца:
   1. 2,75 м 2. 3,05 м 3. 3,00 м

12. Отсчёт 3-х секунд начинается заново:
   1. После передачи.
   2. После броска с касанием кольца и (или) щита.
   3. После ошибки соперника.

13. Фол это:
   1. Минутный перерыв. 2. Конец игры. 3. Нарушение правил.

14. Этот жест в баскетболе указывает на то, что:
   1. Мяч в ауте.
   2. Прыжок с мячом.
   3. Остановка времени.



15. Судья в баскетболе в 3-х секундной зоне определяет нарушение правила:
   1. 8 секунд.
   2. 5 секунд.
   3. 3 секунд.



16. Этим жестом в баскетболе показывается что:

1. Неправильно поставлен заслон.
2. Нарушено правило расстановки.
3. Очки не считаются.



17. Этот жест в баскетболе означает:

1. Пробежку.
2. Блокировку.
3. Прыжок с мячом.



Волейбол

18. В одном сете каждая команда может взять перерывов:

1. 1 2. 2 3. 3

19. Мяч для подачи подбрасывается или выпускается:

1. 1 раз. 2. 2 раза. 3. 3 раза.

20. В волейболе разрешается принимать мяч:

1. Только руками и головой.
2. Только ногами и головой.
3. Всеми частями тела.

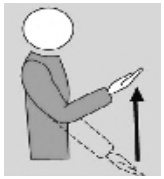
21. Этот жест в волейболе означает, что:

1. Мяч в поле.
2. Мяч «За».
3. Спорный мяч.



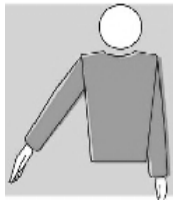
22. Этот жест в волейболе показывает, что:

1. Мяч захвачен или брошен.
2. Прыжок с мячом.
3. Спорный мяч.



23. Этим жестом в волейболе указывается, что:

1. Мяч в поле.
2. Мяч «За».
3. Приглашение на подачу.



Настольный теннис

24. На Чемпионатах Мира и Олимпийских играх играют матчи из:

1. 5 партий. 2. 7 партий. 3. 9 партий.

25. До счета 10:10 в партии разрешается подавать (количество подач)

1. 1. 2. 2. 3. 5.

Легкая атлетика

26. Назовите вид спорта, который не входит в программу л/а:

1. Бег 100 м. 2. Метание диска. 3. Метание дротика.

27. Назовите дистанцию, которая не относится к стайерским:

1. Марафон. 2. 1000 м. 3. 1500 м.

28. Длина марафонской дистанции составляет:

1. 42 км. 2. 42 км. 192,5 м. 3. 42 км. 195 м.

Лыжная подготовка

29. При подборе лыж не учитывается:

1. Длина лыж. 2. Жесткость. 3. Вес. 4. Цвет.

Критерии оценивания

Общее количество правильных ответов **– 29**
25-29 правильных ответов – оценка **«отлично»**
20-24 правильных ответов – оценка **«хорошо»**
15-19 правильных ответов – оценка **«удовлетворительно»**
Менее 15 правильных ответов – оценка **«неудовлетворительно»**

ТЕСТ (проверка знаний) по дисциплине СГ.04. Физическая культура

Инструкция

Внимательно прочитайте вопросы и выберите один правильный ответ. Ответ запишите в бланк. Время выполнения теста – 20 мин

Вариант – 2

1. Формирование черт характера во время занятий, тренировок и соревнований называется:
   1. Нравственное воспитание. 2. Физическое воспитание.
   3. Тренировка.

2. Разминки не бывает:
   1. Общей. 2. Пластичной. 3. Специальной.

3. Процессы энергообразования в организме при физической нагрузке происходящие при участии кислорода, это:
   1. Аэробные. 2. Анаэробные. 3. Паровые.

4. Система, которая вырабатывает гормоны и секреторные вещества называется:
   1. Эндокринная система.
   2. Дыхательная система. 3. Нервная система.

5. Недостаточной двигательной активностью называется:
   1. Перетренированность. 2. Релаксация. 3. Гипокинезия.

6. Образ жизни, при котором сохраняются или расширяются резервы организма, называется:
   1. Здоровым бытом жизни. 2. Здоровым образом жизни.
   2. Индивидуальным образом жизни.

Баскетбол

7. Количество замен, которое можно производить одновременно в баскетболе:
   1. 1. 2. 3. 3. 5.

8. Тренер имеет право взять минутный перерыв:
   1. Когда своя команда владеет мячом.
   2. Когда команда соперника владеет мячом.
   3. При любой остановке игры и после пропущенного мяча в свое кольцо.

9. Расстояние от середины кольца до внешнего края 3-ёх очковой линии:
   1. 6,00 м 2. 7 м 3. 6,50 м

10. Количество секунд, которое можно находиться игрокам владеющей мячом команды в 3-х секундной зоне противника:
   1. 5 секунд 2. 10 секунд 3. 3 секунды

11. Тренировка начинается:
   1. С выполнения упражнений на растяжку.
   2. С подготовительных общеразвивающих упражнений.
   3. Со спринтерского бега.

12. В баскетболе этим жестом показывается:
   1. играть ногой.
   2. играть с развязанным шнурком.
   3. двойное ведение.



13. Этот жест в баскетболе означает:
   1. Широко расставленные локти.
   2. Толчок.
   3. Удар по запястью.



14. Жест (в баскетболе) показывает, что игрок выполнил:
   1. Удачный 3-х очковый бросок.
   2. Пробежку.
   3. Нарушил правило 3-х секунд.



Волейбол

15. Перерыв в волейболе длится:
   1. 60 секунд 2. 30 секунд 3. 20 секунд

16. После касания мячом блока команда может выполнить максимально касаний:
   1. 2 2. 3 3. 4

17. Расстояние от лицевой линии до 3-х метровой линии:
1. 6 м. 2. 5,5 м. 3. 3 м.

18. Нарушением правил в волейболе не является:
1. Переход средней линии. 2. Пробежка. 3. Касания сетки.

19. Этот жест в волейболе показывается:
1. Когда мяч после касания игрока ушёл в аут.
2. При двойном касании.
3. При касании сетки.



20. Этот жест в волейболе означает:
1. Двойное ведение.
2. Двойное касание.
3. 2-х минутный перерыв.



21. В волейболе показывают этот жест:
1. Когда мяч ушёл в аут.
2. Было двойное ведение.
3. При пробежке.



Настольный теннис

22. Каждый игрок в настольном теннисе при счете 10:10 выполняет количество подач:
1. 1 2. 2 3. 3

Легкая атлетика

23. Вес гранаты при метании для девушек:
1. 700 гр. 2. 600 гр. 3. 500 гр.

24. В программе соревнований по легкой атлетике нет:
1. Прыжков в высоту. 2. Прыжков в длину с места.
3. Прыжков с шестом. 4. Тройного прыжка.

25. В легкой атлетике метают дальше всего:
1. Молот. 2. Диск. 3. Копьё.

26. В программу соревнований по легкой атлетике не включено:
1. Бег 100 м.
2. Метание диска.
3. Метание дротика.

Лыжная подготовка

27. Укажите высоту лыжных палок для передвижения классическими лыжными ходами:
1. До груди. 2. До подбородка. 3. До плеча.

28. Не наносят на скользкую поверхность лыж для улучшения скольжения:
1. Лыжные мази. 2. Парафины. 3. Лыжная смола.

29. Выберите допустимый температурный режим для занятий лыжами:
1. до -17º с ветром и до -20º без ветра включительно
2. до -25º градусов без ветра
3. до -20 º с ветром 3 м в секунду.

Критерии оценивания

Общее количество правильных ответов **– 29**
25-29 правильных ответов – оценка **«отлично»**
20-24 правильных ответов – оценка **«хорошо»**
15-19 правильных ответов – оценка **«удовлетворительно»**
Менее 15 правильных ответов – оценка **«неудовлетворительно»**

ТЕСТ (проверка знаний) по дисциплине СГ.04. Физическая культура

Инструкция

Внимательно прочитайте вопросы и выберите один правильный ответ. Ответ запишите в бланк. Время выполнения теста – 20 мин

Вариант - 3

1. Приобретение знаний о рациональных способах выполнения двигательных действий, об использовании их на практике - это:
   1. Эстетическое воспитание.
   2. Умственное воспитание. 3. Этическое воспитание.

2. Тренировка начинается:
   1. С выполнения упражнений на растяжение.
   2. С подготовительных общеразвивающих упражнений.
   3. Со спринтерского бега.

3. Спринт относится:
   1. К ациклическим видам спорта
   2. К циклическим видам спорта. 3. К примерным видам спорта.

4. Физическое воспитание, направленное на подготовку человека к трудовой деятельности, это:
   1. Профессиональная подготовка.
   2. Специальная подготовка. 3. Физическая подготовка.

5. Функциональное состояние, временно возникающее под влиянием продолжительной и интенсивной работы, и приводящее к снижению работоспособности это:
   1. Активность. 2. Усталость. 3. Утомление.

6. Функция кровеносной системы:
   1. Двигательная. 2. Транспортная. 3. Пищеварительная.

7. Максимальный объём воздуха, который может выдохнуть человек после максимального вдоха - это:
   1. Жизненная ёмкость легких. 2. Лёгочная вентиляция.
   3. Дыхательный объём.

8. Окружающая среда, питание, физкультура и спорт, трудовая деятельность и отдых. Все это:
   1. Факторы здорового образа жизни.
   2. Факторы здоровья. 3. Генетические факторы.

9. Пункт положения о соревнованиях, в котором определяется для чего проводится соревнование называется, это:
   1. Программа. 2. Цель и задачи. 3. Награждение.

Баскетбол

10. Команда проигрывает из-за нехватки игроков на площадке, если количество игроков:
   1. Меньше 3-х. 2. Меньше 2-х. 3. Меньше 4-х.

11. Если мяч во время игры попал в судью, то:
   1. Игра останавливается.
   2. Игра продолжается, если судья находится на площадке.
   3. Назначается спорный мяч, если судья вне площадки.

12. Расстояние от щита до штрафной линии:
   1. 5,80 м 2. 6,00 м 3.4,60 м

13. Игрок может держать мяч в руках без ведения и передачи:
   1. 8 секунд. 2. 5 секунд. 3. 3 секунды.

14. Для атаки одной команде отводится:
   1. 30 секунд 2. 24 секунды 3. 18 секунд

15. Жест в баскетболе указывает:
   1. На минутный перерыв.
   2. На направление атаки.
   3. На сторону, нарушившую правила.



16. Этот жест в баскетболе указывает на:
   1. Неспортивный фол.
   2. Столкновение.
   3. Задержку игры.



17. Этот жест в баскетболе указывает на:

1. Попытка блокирования.
2. Попытку 3-ёх очкового.
3. Задержку мяча.


4.

Волейбол

18. Неполных замен в волейболе можно сделать за один сет:

1. 2. 2. 3. 3. 6.

19. Подачу из-за лицевой линии волейбольной площадки можно подавать:

1. С правой стороны от середины лицевой линии.
2. С левой стороны от середины лицевой линии.
3. По всей длине лицевой линии.

20. Длина лицевой линии волейбольной площадки:

1. 18 м. 2. 9 м. 3. 8 м.

21. При подаче запрещено:

1. Заступать на площадку во время удара по мячу.
2. Заступать на площадку после удара по мячу.
3. Подпрыгивать во время подачи.

22. Этот жест в волейболе указывает, что игрок:

1. Перешел среднюю линию.
2. Подал с площадки.
3. Заступил на 3-х метровую линию.
4. Все выше перечисленное.



23. Такой жест показывается:

1. Когда игрок касается мяча на стороне противника.
2. При касании сетки.
3. При переходе средней линии.



Настольный теннис

24. Размеры теннисного стола:

1. 2,58 х 1,64 м 2. 2,74 х 1,52 м 3. 2,82 х 1,67 м

Легкая атлетика

25. Вес гранаты у юношей:

1. 500 гр. 2. 2. 600 гр. 3. 3. 700 гр.

26. На каждую высоту в прыжках дается попыток:

1. 1 2. 2 3. 3

27. Королева спорта это:

1. Гимнастика. 2. Легкая атлетика.
3. Лыжные гонки. 4. Плавание.

Лыжная подготовка

28. Ход, не относящийся к классическому стилю, называется:

1. Попеременный двушажный ход.
2. Одновременный безшажный ход.
3. Одновременный четырехшажный ход.
4. Одновременный двушажный ход.

29. Какие качества вырабатывает лыжник повторным методом:

1. Быстрота. 2. Ловкость. 3. Силу.

Критерии оценивания

Общее количество правильных ответов **– 29**
25-29 правильных ответов – оценка **«отлично»**
20-24 правильных ответов – оценка **«хорошо»**
15-19 правильных ответов – оценка **«удовлетворительно»**
Менее 15 правильных ответов – оценка **«неудовлетворительно»**

ТЕСТ (проверка знаний) по дисциплине СГ.04. Физическая культура

Инструкция

Внимательно прочитайте вопросы и выберите один правильный ответ. Ответ запишите в бланк. Время выполнения теста – 20 мин

Вариант- 4

1. Упражнения разминки, которые определяются видом спорт:
   1. Специальные. 2. Обще-развивающие. 3. Утренняя зарядка.

2. Совокупность специальных, научных знаний и материальных средств, система физического воспитания и достижения в области физического развития народа – это:
   1. Физическое совершенство. 2. Физическая культура.
   3. Профессиональное обучение.

3. Двигательные действия, использующиеся для физического развития людей.
   1. Рефлекторные действия. 2. Физические упражнения.
   2. Контрольные задания.

4. Деятельность мышц в условиях сокращения неподвижного положения тела и его звеньев характеризуется как:
   1. Неподвижная работа мышц. 2. Статическая работа мышц
   2. Динамическая работа мышц.

5. Дыхательная система снабжает организм:
   1. Воздухом 2. Кислородом 3. Азотом

6. К личной гигиене не относится:
   1. Закаливание. 2. Уход за одеждой.
   3. Уход за спортсооружениями. 4. Уход за ногтями и кожей.

7. Основными продуктами питания организма являются:
   1. Хлеб, мясо, яйца. 2. Белки, жиры, углеводы.
   2. Пиво, водка, бутерброды

Баскетбол

8. Мяч попал в кольцо, но отвергнут сеткой. Действия судьи:
   1. Мяч засчитывается. 2. Мяч не засчитывается.
   2. Назначается спорный мяч.

9. При попадании штрафного броска игрок наступил на линию. Действия судьи:
   1. Просит перебить штрафной бросок.
   2. Засчитывает попадание. 3. Не засчитывает попадание.

10. Длина штрафной линии равняется:
   1. 2,80 м 2. 4,00 м 3. 3,60 м

11. Игроков на площадке в каждой команде (в баскетболе):
   1. 10 человек 2. 6 человек 3. 5 человек

12. На вбрасывание дается:
   1. 6 секунд 2. 8 секунд 3. 5 секунд

13. Этим жестом в баскетболе показывается:
   1. Пробежка.
   2. Замена.
   3. Конец партии.



14. Этот жест в баскетболе указывает на:
   1. Фол в нападении.
   2. Толчок.
   3. Прыжок с мячом.



15. Этим жестом в баскетболе показывается:
   1. Что игрок получил фол.
   2. Что назначено два штрафных броска.
   3. Направление атаки.



Волейбол

16. В одном сете можно сделать полных замен:
   1. 2. 2. 3. 3. 6.

17. Игроку задней линии можно в волейболе произвести атаку через сетку, находясь в зоне нападения:

1. Если мяч находится ниже верхнего края сетки.
2. Если мяч находится выше верхнего края сетки.
3. Только передать мяч двумя руками снизу.

18. Длина боковой линии волейбольной площадки:

1. 18 м 2. 16 м 3. 12 м

19. Победителем в волейбольной партии (кроме 5 партии) является:?

1. Которая набрала 25 очков.
2. Которая набрала 25 очков и более с разницей в 2 очка.
3. Которая набрала 15 очков.

20. Таким жестом в баскетболе команду оповещают о:

1. Замене.
2. Конце партии.
3. Перерыве.



21. Этот жест в баскетболе означает:

1. Пробежка.
2. Замена.
3. Подача с площадки.



Настольный теннис

22. Теннисный стол находится на высоте от пола:

1. 76 см 2. 78 см 3. 80 см

Легкая атлетика

23. Вес гранаты у юношей:

1. 500 гр 2. 600 гр 3. 700 гр

24. Студенты группы должны находиться во время метания гранаты:

1. Справа от метающего.
2. Слева от метающего.
3. За спиной метающего.

25. Длина л/а круга на стандартном стадионе:

1. 300 м 2. 400 м 3. 500 м

26. Обувь в которой соревнуются бегуны на короткие дистанции:

1. Бутсы. 2. Кроссовки. 3. Шиповки. 4. Тапочки.

27. Дальше всего метают:

1. Молот. 2. Диск. 3. Копьё.

Лыжная подготовка

28. Лыжный инвентарь не используется в:

1. Биатлоне 2. Спортивном ориентировании.
3. Прыжках с трамплина 4. Фристайле. 5. Триатлоне.

29. Какие качества вырабатывает лыжник повторным методом:

1. Ловкость 2. Быстрота 3. Силу

Критерии оценивания

Общее количество правильных ответов **– 29**
25-29 правильных ответов – оценка **«отлично»**
20-24 правильных ответов – оценка **«хорошо»**
15-19 правильных ответов – оценка **«удовлетворительно»**
Менее 15 правильных ответов – оценка **«неудовлетворительно»**

ТЕСТ (проверка знаний) по дисциплине СГ.04. Физическая культура

Инструкция

Внимательно прочитайте вопросы и выберите один правильный ответ. Ответ запишите в бланк. Время выполнения теста – 20 мин

Вариант - 5

1. Работа над состоянием морфологических и функциональных свойств и качеств, лежащих в основе определения возрастных особенностей, физической силы и выносливости организма это:
   1. Физическое развитие. 2. Рост человека.
   2. Физические качества.

2. Главная причина травматизма в атлетической гимнастике:
   1. Отсутствие подготовки. 2. Отсутствие страховки.
   2. Отсутствие техники.

3. Состояние, возникающее при недостаточном снабжении тканей организма кислородом:
   1. Гипоксия. 2. Гиподинамия. 3. Гиперемия (покраснение).

4. Лица без отклонений или с незначительными отклонениями в состоянии здоровья с недостаточным физическим развитием и недостаточной подготовленностью относятся к:
   1. Специальной медицинской группе.
   2. Основной медицинской группе.
   3. Подготовительной медицинской группе.

5. Соотношение по которому можно определить избыточный вес человека:
   1. Веса и окружности грудной клетки.
   2. Возраста и веса.
   3. Веса и роста.

Баскетбол

6. Вес баскетбольного мяча должен быть:
   1. 570-670 грамм 2. 550-650 грамм 3. 567-650 грамм

7. Судья засчитывает трёх очковый бросок в случае, когда:
   1. Игрок отталкивается из-за штрафной линии и приземляется в круг.
   2. Игрок отталкивается из-за трёх очковой дуги и приземляется внутри дуги.
   3. Игрок отталкивается от линии трёх очковой дуги и приземляется внутри дуги.

8. Какие размеры имеет баскетбольная площадка.
   1. 16х32 м 2. 15х28 м 3. 15х30 м

9. После ловли мяча игрок в движении или ведения перед броском может сделать:
   1. 3 шага 2. 4 шага 3. 2 шага

10. Этим жестом показывается:
   1. Двойное ведение.
   2. Пробежка.
   3. Задержка мяча.



11. Разновидность фола определяется этим жестом
   1. Технический фол.
   2. Пробежка.
   3. Обоюдный фол.



12. Этим жестом показывается:
   1. Минутный перерыв.
   2. Технический фол.
   3. Замену.



Волейбол

13. Полных замен в одном сете можно сделать:
   1. 2. 2. 3. 3. 6.

14. Блокировать подачу
1. Можно. 2. Можно, только выше верхнего края сетки.
3. Нельзя.

15. Размер волейбольной площадки:
1. 10х20 м 2. 9х18 м 3. 8х16 м

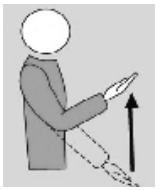
16. Подача в волейболе не бывает:
1. Верхняя прямая. 2. Боковая волнистая. 3. Нижняя прямая.

17. Во время игры на площадке с каждой стороны играет:
1. 6 чел. 2. 5 чел. 3. 12 чел.

18. Этот жест в волейболе означает:
1. Мяч в поле.
2. Мяч «За».
3. Спорный мяч.



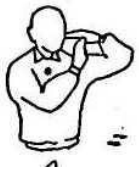
19. Этот жест в волейболе показывает, что:
1. Мяч захвачен или брошен.
2. Прыжок с мячом.
3. Спорный мяч.



20. Этот жест в волейболе показывает, что:
1. Было использовано 4 перерыва.
2. Было 4 касания.
3. Правило 4 секунд.



21. Этим жестом волейбольной команде дается право:
1. На перерыв.
2. На двойное касание.
3. На замену.



Настольный теннис

22. Высота сетки для настольного тенниса:
1. 150 мм 2. 152 мм 3. 155 мм

Легкая атлетика

23. Студент может начинать метание гранаты:
1. Когда судья в поле поднял флажок вверх.
2. Когда судья в поле опустил флажок вниз.
3. Когда судья в поле машет флажком над головой.

24. Не метают:
1. Диск. 2. Копьё. 3. Ядро 4. Молот.

25. Этот вид эстафеты не проводят на официальных соревнованиях по л/а:
1. 4х100 м 2. 4х400 м 3. 4х800 м

Лыжная подготовка

26. Самая длинная дистанция которую бегут мужчины на официальных соревнованиях по л/г:
1. 50 км 2. 70 км 3. 30 км

27. Укажите температуру воздуха, при которой противопоказаны занятия по лыжной подготовке:
1. Температура -20^0 с, без ветра.
2. Температура -22^0 с, без ветра.
3. Температура -17^0 с, с ветром.

28. Лыжный инвентарь не используется в:
1. Биатлоне. 2. Спортивном ориентировании.
3. Прыжках с трамплина. 4. Фристайле. 5. Триатлоне.

29. Какие качества вырабатывает лыжник повторным методом:
1. Ловкость. 2. Быстрота 3. Силу.

Критерии оценивания

Общее количество правильных ответов **– 29**
25-29 правильных ответов – оценка **«отлично»**
20-24 правильных ответов – оценка **«хорошо»**
15-19 правильных ответов – оценка **«удовлетворительно»**
Менее 15 правильных ответов – оценка **«неудовлетворительно»**

ТЕСТ (проверка знаний) по дисциплине СГ.04. Физическая культура

Инструкция

Внимательно прочитайте вопросы и выберите один правильный ответ. Ответ запишите в бланк. Время выполнения теста – 20 мин

Вариант – 6

1. Часть воспитания, специально направленная на физическое развитие и совершенствование людей – это:
   1. Трудовое воспитание.
   2. Физическая подготовка. 3. Физическое воспитание.

2. Соединения, в которых осуществляется движение опорно-двигательного аппарата, это:
   1. мышцы. 2. кости. 3. суставы.

3. Состояние полного социального, психологического и физического благополучия, отсутствие болезней и физических недостатков определяет:
   1. Здоровье человека.
   2. Социальный статус человека. 3. Психику человека.

4. Состояние благополучия человека, когда все органы в порядке, функционируют в норме и обладают резервом:
   1. Социальное благополучие.
   2. Физическое благополучие. 3. Психическое благополучие.

Баскетбол

5. Действия судьи, если игрок одной из команд наступил на линию при вбрасывании из аута:
   1. Требует повторить игрока ввести мяч в игру.
   2. Передает мяч сопернику.
   3. Судья не считает действия игрока ошибкой.

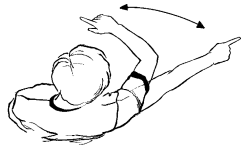
6. Если во время игры в одной из команд на площадке играет 6 человек, то судья:
   1. Дает свисток, предлагает 6 игроку покинуть площадку, и игра продолжается.
   2. Ждет ошибку одного из игроков, дает свисток и предлагает покинуть площадку 6 игроку.
   3. Дает свисток, назначает технический фол и предлагает 6 игроку покинуть площадку.

7. Максимальное количество очков можно набрать в баскетболе за одну атак:
   1. 2 очка. 2. 3 очка. 3. 4 очка.

8. Такой системы защиты не бывает в баскетболе:
   1. Зонной. 2. Общей. 3. Личной.

9. На штрафной бросок отводится:
   1. 8 секунд. 2. 5 секунд. 3. 3 секунды.

10. Этот жест в баскетболе показывается в случае:
   1. Возвращения мяча в тыльную зону.
   2. Задержки мяча.
   3. Двойного ведения.



11. В баскетболе этим жестом назначается:
   1. один штрафной бросок.
   2. 3-х очковый бросок.
   3. два штрафных броска.



12. Этот жест в баскетболе означает что:
   1. До конца атаки 24 секунды.
   2. 24 секунды кончились.
   3. 24 очка.



13. Этим жестом начинается игра:
   1. Игра.
   2. Мяч вернулся в тыловую зону.
   3. Новый отсчёт 24 секунд.



Волейбол

14. В волейболе дается игроку на выполнение подачи, после свистка судьи:
    1. 3 секунды 2. 5 секунд 3. 8 секунд

15. Высота волейбольной сетки для мужчин:
    1. 2,40 м 2. 2,42 м 3. 2,43 м

16. Высота волейбольной сетки для женщин:
    1. 2,22 м 2. 2,24 м 3. 2,28 м

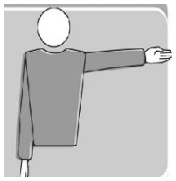
17. Противодействие нападающему удару, это:
    1. Перемещение. 2. Заслон. 3. Блокирование.

18. Игроки которым находясь на площадке запрещается заступать за 3-х метровую линию при нападающих действиях:
    1. Игрокам передней линии.
    2. Запасным игрокам. 3. Игрокам задней линии.

19. Этим жестом в волейболе указывается:
1. «Чужой» мяч.
2. Мяч ударился в трос.
3. Игрок коснулся сетки.

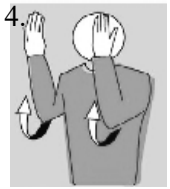


20. Этим жестом в волейболе показывается:
1. Подающая сторона.
2. Замена.
3. Зайти на площадку.



21. В волейболе показывают этот жест, когда:
    1. мяч ушёл в аут.
    2. двойное ведение.
    3. пробежка.

4.



Настольный теннис

22. Диаметр мяча в настольном теннисе:
    1. 38 мм 2. 40 мм 3. 42 мм

Легкая атлетика

23. К спринту не относится дистанция …
    1. 100 м 2. 400 м 3. 800 м

24. Стипль-чез в легкой атлетике это:
    1. Барьерный бег. 2. Спортивная ходьба.
    3. Бег 3000 м с препятствиями.

25. Основное физическое качество, развивающееся у бегунов стайеров, это:
    1. Выносливость. 2. Быстрота. 3. Координация.

26. Студенту разрешается выполнить метание:
    1. Когда судья в поле поднял флажок вверх.
    2. Когда судья в поле опустил флажок вниз.
    3. Когда судья в поле машет флажком над головой.

Лыжная подготовка

27. Самая длинная дистанция у женщин в лыжных гонках:
    1. 25 км 2. 50 км 3. 30 км

28. Самая длинная дистанция у мужчин в лыжных гонках:
    1. 50 км 2. 70 км 3. 30 км

29. Укажите температуру воздуха, при которой противопоказаны занятия по лыжной подготовке:
    1. Температура -20^0 с, без ветра.
    2. Температура -22^0 с, без ветра.
    3. Температура -17^0 с, с ветром

Критерии оценивания

Общее количество правильных ответов **– 29**
25-29 правильных ответов – оценка **«отлично»**
20-24 правильных ответов – оценка **«хорошо»**
15-19 правильных ответов – оценка **«удовлетворительно»**
Менее 15 правильных ответов – оценка **«неудовлетворительно»**

Матрица покрытия тем (знания) вопросами теста:

№ п/п	Знания и умения	Наименование тем рабочей программы	вариант/ вопрос	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29
1	**Знать:** - основы здорового образа жизни - о роли физической культуры в общекультурном, профессиональном и социальном развитии человека **уметь:** - использовать физкультурно-оздорови-тельную деятельность для укрепления здоровья, достижения жизненных и профессиональных целей	Тема 11. Физическая культура в общекультурной и профессиональной подготовке студентов. Основы здорового образа жизни. Физическая культура в обеспечении здоровья студентов.	**1**		+			+	+	+																+		+	+	+	
			2					+	+																			+	+			+
			3	+		+		+			+																		+	+		
			4		+		+		+																			+	+	+	+	
			5		+		+	+																			+	+	+		+	
			6			+	+																				+		+		+	+
2			**1**	+		+	+																									
			2	+		+	+							+													+			+	+	
			3		+		+		+	+		+			+												+	+			+	+
			4	+		+		+		+											+				+	+	+					+
			5	+		+			+		+														+	+				+		+
			6	+	+													+	+	+					+	+		+				

1.2. Сформированность компетенций обучающихся

В результате освоения дисциплины СГ.04. Физическая культура обучающийся должен показать также и сформированность общих компетенций:

Результат (освоенные общие компетенции)	Основные показатели
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;	- устанавливает позитивный стиль общения - выбирает стиль общения в соответствии с ситуацией - признает чужое мнение - при необходимости отстаивает собственное мнение - принимает критику - ведет деловую беседу в соответствии с этическими нормами - соблюдает официальный стиль при оформлении документов - составляет отчеты, задания в соответствии с запросом и предъявляемыми требованиями - оформляет документы в соответствии с нормативными актами - выполняет письменные и устные рекомендации преподавателя - способен к эмпатии - организует коллективное обсуждение рабочей ситуации
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;	- умеет передавать информацию другому человеку - способен правильно формулировать свои мысли в устной и письменной формах - способен оценить уровень своих знаний по дисциплине
ОК 08. Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности	- посещает учебные занятия по физической культуре; - отсутствие пропусков по болезни - участие в спортивных соревнованиях различного масштаба - участие в мероприятиях спортивной направленности (например, турпоходы, турслеты) - посещение спортивных секций в колледже и вне (по различным видам спорта) - коррекция в положительную сторону при сдаче контрольных нормативов по физической культуре - контроль за своей рейтинговой успешностью - рейтинговая оценка подготовленности обучающихся по физическим качествам

Критерии сформированности

2 балла - компетенция проявляется постоянно в полной мере (сформирована полностью);

1 балл - компетенция проявляется иногда или неполностью (частично сформирована);

0 баллов - компетенция не проявляется (не сформирована).

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

СГ.05. Основы финансовой грамотности

для специальности 42.02.01 Реклама

Якутск, 2024

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г.)

УТВЕРЖДАЮ
Директор АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»
_____ С.Н.Семенов
«15» 04 2024 г.

Рабочая программа дисциплины СГ.05. Основы финансовой грамотности разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (далее – ФГОС СПО) по) *специальности 42.02.01 Реклама,* утвержденного приказом Минпросвещения России от 21.07.2023 г. № 552 (зарегистрирован в Минюсте РФ 22.08.2023 № 74908)

Организация-разработчик: АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»

Составитель:
Сидорова А.Ю., зам.директора по УВР

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Паспорт рабочей программы дисциплины 4

2. Структура и содержание дисциплины 6

3. Условия реализации рабочей программы дисциплины 11

4. Контроль и оценка результатов освоения дисциплины 12

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ СГ.05. ОСНОВЫ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ

1.1. Область применения программы

Рабочая программа дисциплины СГ.05. Основы финансовой грамотности является частью основной профессиональной образовательной программы СПО – программы подготовки специалистов среднего звена по специальности *42.02.01 Реклама***,** входящей в состав укрупненной группы специальностей *42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело*.

1.2 Место дисциплины в структуре образовательной программы:

Дисциплина СГ.05. Основы финансовой грамотности является обязательной дисциплиной социально-гуманитарного цикла.

1.3. Требования к результатам освоения дисциплины:

В результате освоения дисциплины обучающийся **должен**

уметь:

$У_1$ - применять знания по финансовой грамотности в быту и профессиональной деятельности.

знать:

$З_1$ – основы финансовой грамотности;

С целью овладения **общими компетенциями** (ОК):

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

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

ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, *предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере*[1], использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;

[1] Выделенное курсивом не формируется в рамках данной дисциплины

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

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и *иностранном* языках.

1.4. Количество часов на освоение рабочей программы дисциплины:

Объем дисциплины – 42 часа, в том числе

в форме практической подготовки – 14 часов

включает:

объем работы обучающегося во взаимодействии с преподавателем – 34 часа, в том числе

практические занятия –14 часов;

самостоятельная работа обучающегося – 8 часов

Обязательная часть рабочей программы составляет – 32 часа, вариативная часть – 10 часов.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Объем дисциплины (всего)	**42**
в том числе:	
в форме практической подготовки	14
Объем работы обучающегося во взаимодействии с преподавателем	**34**
в том числе:	
практические занятия	14
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	**8**
в том числе:	
выполнение заданий по теме (в рабочей тетради)	8

2.2. Формы промежуточной аттестации

1 семестр – дифференцированный зачет

2.2. Тематический план и содержание дисциплины СГ.05. Основы финансовой грамотности

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работ (проект) *(если предусмотрены)*		Объем часов	В т.ч. практической подготовки	Формируемые компетенции
Тема 1. Банки	*Содержание учебного материала*		*5*		ОК 01, ОК 03, ОК 05, ОК 06, ОК 09
	1	**Банковская система России. Сберегательные вклады** Лицензия банка. Инвестор. Инвестиции. Пассивные и активные акции банка. Банкротство банков. Центральный банк. Страхование вкладов. Текущие счета. Банковские карты: кредитные, дебитовые. ПИК-код. Банкоматы. Инфляция. Овердфарт. Депозит. Капитализация процентов. **Кредиты и прочие услуги банков** Кредитор. Заемщик. Эффективная ставка. Микрофинансовые организации. Виды кредитов: потребительский целевой, кредит на неотложные нужды, автокредит, кредит на развитие бизнеса, ипотечный кредит. Рефинансирование кредита. Реструктуризация кредита. Ценные бумаги. Паевые инвестиционные фонды. Драгоценные металлы. Кредитные карты.	2		
	Практические занятия		**2**	2	ОК 01 - ОК 05, ОК 09
	2	**Практическое занятие № 1.** Кредиты: брать или не брать?			
	Самостоятельная работа		**1**		ОК 01 - ОК 03, ОК 05, ОК 06, ОК 09
	Выполнение заданий по теме (в рабочей тетради)				
	2	Обобщение результатов обучения по теме 1.1 Банки	1		
Тема 2. Фондовый и валютные рынки	*Содержание учебного материала*		*5*		ОК 01, ОК 03, ОК 05, ОК 06, ОК 09
	1	**Риск и доходность** Финансовый риск. Ситуация неопределенности. Голубые фишки. Систематический и несистематический риск. Инвестиционный портфель. Диверсификация инвестиций. **Облигации. Акции** Виды облигаций. Корпоративные облигации. Дефорл облигаций. Государственные облигации. Дивиденды.	1		
	Практическое занятие		**2**	2	ОК 01 - ОК 05, ОК 09
	1	**Практическое занятие № 2.** Облигации. Акции: что выгоднее?			
	2	**Фондовая биржа** Биржа. Биржевой индекс. Биржевой брокер. Активное и пассивное инвестирование. Валютный рынок: плавающий, фиксированный,	2		ОК 01, ОК 03, ОК 05, ОК 06, ОК 09

		регулируемый. Курс валют. Спред. Трейдер.			
	Самостоятельная работа		**1**		ОК 01 - ОК 03, ОК 05, ОК 06, ОК 09
	Выполнение заданий по теме (в рабочей тетради)				
Тема 3. Страхование	*Содержание учебного материала*		*4*		ОК 01, ОК 03, ОК 05, ОК 06, ОК 09
	1	**Страхование имущества** Страхователь. Страховщик. Договор страхования. Застрахованный. Выгодоприобретатель. Страховая премия. Страховой случай. Страховая выплата. Страховой полис. Страховой риск. Гражданская ответственность. Автострахование ОСАГО. Автострахование КАСКО. Франшиза. **Страхование жизни и здоровья**. Полис ОМС. Полис ДМС. Страхование жизни.	2		
	Практическое занятие		**2**	2	ОК 01 - ОК 05, ОК 09
	2	**Практическое занятие № 3.** Страховой рынок России			
	Самостоятельная работа		**1**		ОК 01 - ОК 03, ОК 05, ОК 06, ОК 09
	Выполнение заданий по теме (в рабочей тетради)				
Тема 4. Налоги	*Содержание учебного материала*		*3*		ОК 01, ОК 03, ОК 05, ОК 06, ОК 09
	1	**Понятия о налогах и их виды** Налог на добавленную стоимость. Налог на доходы с физических лиц. Налоговая база. Налоговый вычет. Имущественный и транспортный налоги. Пропорциональные и прогрессивные налоги. **Налоговая декларация** ИНН. Что такое налоговая декларация. Правила ее заполнения. Стандартные и социальные налоговые вычеты. Имущественные вычеты. Санкции за неуплату налогов. Сайт налоговой инспекции; как им пользоваться.	2		
	Практическое занятие		**2**	2	ОК 01 - ОК 05, ОК 09
	2	**Практическое занятие № 4.** Налоговая декларация			
	Самостоятельная работа		**1**		ОК 01 - ОК 03, ОК 05, ОК 06, ОК 09
	Выполнение заданий по теме (в рабочей тетради)				
Тема 5. Пенсионное страхование	*Содержание учебного материала*		*4*		ОК 01, ОК 03, ОК 05, ОК 06, ОК 09
	1	**Обязательное пенсионное страхование** Пенсия. Страховой стаж. Пенсионный калькулятор. **Добровольное пенсионное страхование** Негосударственный пенсионный фонд. Корпоративные пенсионные фонды. Виды пенсионных накоплений.	2		

	Практическое занятие	**2**	2	ОК 01 - ОК 05, ОК 09
	2 **Практическое занятие № 5.** Пенсионный калькулятор			
	Самостоятельная работа	**1**		ОК 01 - ОК 03, ОК 05, ОК 06, ОК 09
	Выполнение заданий по теме (в рабочей тетради)			
Тема 6. Финансовые механизмы работы фирмы	*Содержание учебного материала*	*4*		ОК 01, ОК 03, ОК 05, ОК 06, ОК 09
	1 **Взаимоотношения работодателя и сотрудников** Прием на работу. Собеседование. Испытательный срок. Права и обязанности работника. Обязанности работодателя. Увольнение. Эффективность компании, банкротство и безработица	2		
	Практическое занятие	**2**	2	ОК 01 - ОК 05, ОК 09
	2 **Практическое занятие № 6.** Решение практических задач по теме			
	Самостоятельная работа	**1**		ОК 01 - ОК 03, ОК 05, ОК 06, ОК 09
	Выполнение заданий по теме (в рабочей тетради)			
Тема 7. Собственный бизнес	*Содержание учебного материала*	*4*		ОК 01, ОК 03, ОК 05, ОК 06, ОК 09
	1 **Предпринимательская деятельность** Предпринимательство. Новаторство. Малый бизнес в России **Создание собственной компании** Стартап. Бизнес-план. Выбор правовой формы предприятия. Регистрация предприятия	2		
	Практическое занятие	**2**	2	ОК 01 - ОК 05, ОК 09
	2 **Практическое занятие № 7.** Стартап			
	Самостоятельная работа	**1**		ОК 01 - ОК 03, ОК 05, ОК 06, ОК 09
	Выполнение заданий по теме (в рабочей тетради)			
Тема 8. Риски в мире денег	*Содержание учебного материала*	***2***		ОК 01, ОК 03, ОК 05, ОК 06, ОК 09
	1 **Экономические кризисы. Финансовое мошенничество** ВВП: реальный, номинальный. Дефолт. Рецессия. Деривати. Фальшивомонетчики. Фальшивые банки. Финансовые пирамиды.	2		
	Самостоятельная работа	**1**		ОК 01 - ОК 03, ОК 05, ОК 06, ОК 09
	Выполнение заданий по теме (в рабочей тетради)			
	Дифференцированный зачет	***2***		
	ВСЕГО:	**42**	14	

2.3. Вариативные часы дисциплины

№ п/п	Наименование темы	Объем часов	Примечание
1	Самостоятельная работа	8	для закрепления знаний и умений
2	Промежуточная аттестация	2	для проверки запланированных результатов
	ИТОГО:	**10**	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Материально-техническое обеспечение

Реализация рабочей программы дисциплины проходит в кабинете социально-экономических дисциплин.

Оборудование кабинета:

- Рабочее место преподавателя: Персональный компьютер в сборе (Процессор: Ryzen3 3 5300G (4 ядра и 4-8 потоков) Оперативная память: 8gb DDR4 3200 Mhz Накопитель: 256GB ssd.) – 1 шт.
- Короткофокусный проектор Optoma X309ST – 1 шт.
- Стол ученический Классик двухместный регулируемый, №4-6 СУР А.02.46 проект НМ-035.04.02 – 10 шт.
- Стул ученический Стандарт, №4-6 СТУР А 02.46.Ф проект НМ-035.30.02 – 19 шт.
- Учебная маркерная доска белая – 1 шт.

3.3. Информационное обеспечение обучения

Учебная литература:

1. Жданова А.О., Савицкая Е.В. Финансовая грамотность: материалы для обучающихся. СПО. – М.:ВАКО. 2020

2. Жданова А.О., Зятьков М.А. Финансовая грамотность: рабочая тетрадь. СПО. – М.:ВАКО. 2020

3. Жданова А.О. Финансовая грамотность: материалы для родителей. СПО. – М.:ВАКО. 2020

5. Фрицлер А. В. Основы финансовой грамотности : учебник для среднего профессионального образования / А. В. Фрицлер, Е. А. Тарханова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 148 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16794-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/531714 (дата обращения: 12.01.2024).

Электронные образовательные ресурсы:
Сайты, блоги, электронные библиотеки

1. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. [Электронный ресурс]. URL: www.gks.ru
2. Портал "Новый бизнес. Социальное предпринимательство". [Электронный ресурс]. URL: www.nb-forum.ru

3. Сайт Московской биржи. [Электронный ресурс]. URL: www.moex.com/ru/listing/securities.aspx

4. Официальный сайт Министерства экономического развития РФ. [Электронный ресурс]. URL: http://economy.gov.ru

5. ВЭБ.РФ. [Электронный ресурс]. URL: https://veb.ru/?utm_source=uchitel.club&utm_campaign=finskills&utm_medium=banner

5. ВЭБ.РФ. Якутск. [Электронный ресурс]. URL: https://citylifeindex.ru/city_profile/Yakutsk

Дополнительная электронная литература/учебные пособия, материалы, статьи

1. Основы финансовой грамотности [Электронный ресурс] учебное пособие : текстовое учебное электронное издание на компакт-диске / И.Н. Швецова, Е.А. Бадокина, С.В. Бочкова и др. / под общ. ред. И.Н. Швецовой; Федер. гос. бюдж. образоват. учреждение высш. образования «Сыктыв. гос. ун-т им. Питирима Сорокина». – Электрон. текстовые дан. (2,0 Мб). – Сыктывкар: Изд-во СГУ им. Питирима Сорокина, 2020. [Электронный ресурс]. URL: Уч пос_Основы финансовой грамотности.pdf (syktsu.ru)

Видеоматериалы/ виртуальные музеи/интерактивные презентации

1. Издательство Просвещение. Видео по теме «Человеческий капитал». [Электронный ресурс]. URL: https://vk.com/video-39656869_456240683

2. Издательство Просвещение. [Электронный ресурс]. URL: Видео по теме «Целеполагание» https://vk.com/video-39656869_456240680

3.Издательство Просвещение. [Электронный ресурс]. URL:Видео по теме «Как я могу заработать?» https://vk.com/video-39656869_456240682

4. Издательство Просвещение. [Электронный ресурс]. URL: Видео по теме «Банковские продукты». https://vk.com/video-39656869_456240681

5. Издательство Просвещение. [Электронный ресурс]. URL: Видео по теме «Бюджет» https://vk.com/video-39656869_456240685

6. Издательство Просвещение. [Электронный ресурс]. URL: Видео по теме «Мошенники» https://vk.com/video-39656869_456240684

7. Издательство Просвещение Чек-лист «Как защитить себя от мошенников?» [Электронный ресурс]. URL: https://uchitel.club/uploads/2022/05/additions/kak-zashchitit-sebya-ot-moshennikov.pdf

8. Мои финансы. [Электронный ресурс]. URL: https://xn--80apaohbc3aw9e.xn--p1ai/article/

9. Технология Доверия. [Электронный ресурс]. URL: Вебинары: https://training.tedo.ru/event/besplatnye-webinary/

10. Центр дополнительного образования РГПУ им. А. И. Герцена. [Электронный ресурс]. URL: Курс: Экономические основы образования (herzen.edu.ru)

11. Мультфильмы. [Электронный ресурс]. URL: https://fincult.info/teaching/multiki-o-finansakh-5/

12. Лекции по финансовой и правовой грамотности. [Электронный ресурс]. URL: Лекции по финансовой и правовой грамотности – смотреть онлайн все 51 видео от Лекции по финансовой и правовой грамотности в хорошем качестве на RUTUBE

13. Цикл вебинаров "Финтрек" Банка России. [Электронный ресурс]. URL: Цикл вебинаров "Финтрек" Банка России — Центр «Федеральный методический центр по финансовой грамотности системы общего и среднего профессионального образования» — Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (hse.ru)

14. Банк России. [Электронный ресурс]. URL: Каталог уроков (dni-fg.ru)

Тренажеры/ тесты/ кейсы/ материал для практикума/ бесплатные онлайн курсы

1. Финансовая культура. https://fincult.info/

2. Финансовый калькулятор. https://fincult.info/calc/income/#novice

4 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе текущего контроля знаний, проверки выполнения заданий практических занятий и самостоятельной работы, а также по результатам промежуточной аттестации.

Оценка качества подготовки обучающихся осуществляется через оценку знаний, умений по дисциплине и оценку сформированности компетенций.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	**Формы и методы контроля и оценки результатов обучения**	
	Текущий контроль	**Промежуточная аттестация**
уметь:		
$У_1$ - применять знания по финансовой грамотности в быту и профессиональной деятельности.	- оценка выполнения заданий на практических занятиях; - оценка выполнения заданий самостоятельной работы	- дифференцированный зачет
знать:		
$З_1$ – основы финансовой грамотности;	- оценка выполнения заданий на практических занятиях; - устный опрос; - оценка выполнения заданий самостоятельной работы	- дифференцированный зачет

Оценка ***общих компетенций (ОК)***:

Результат (общие компетенции)	**Основные показатели**
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам	- самостоятельно организует свою деятельность по выданным заданиям - умеет оценить свои возможности для выполнения поставленных целей, задач, заданий по дисциплине
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	- осуществляет поиск информации в сети Интернет и различных электронных носителях - извлекает информацию с электронных носителей - использует средства ИТ для обработки и хранения информации - представляет информацию в различных формах с использованием разнообразного программного обеспечения - создает презентации в различных формах
ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, *предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере*, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных	- берет на себя ответственность за принятое решение/совершенный поступок - ответственно выполняет разовые/постоянные поручения в группе - может спрогнозировать результат - умеет оценить свои действия, поступки и проанализировать их

жизненных ситуациях	- знает основную нормативную документацию по предпринимательской деятельности и может ее найти в поисковых системах; - определяет возможности/невозможности предпринимательства той или иной возникшей ситуации - успешно учится, выполняет повседневные поручения/обязанности, связанные с финансами (оплата проезда, покупка продуктов, обеда) - владеет навыками обращения с банковскими картами
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	- устанавливает позитивный стиль общения - выбирает стиль общения в соответствии с ситуацией - признает чужое мнение - при необходимости отстаивает собственное мнение - принимает критику - ведет деловую беседу в соответствии с этическими нормами - соблюдает официальный стиль при оформлении документов - выполняет письменные и устные рекомендации преподавателя - способен к эмпатии - организует коллективное обсуждение рабочей ситуации
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	- умеет передавать информацию другому человеку - способен правильно формулировать свои мысли в устной и письменной формах - способен письменно оформлять свои мысли
ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, *применять стандарты антикоррупционного поведения*	- ведет деловую беседу в соответствии с этическими нормами - признает чужое мнение - способен к эмпатии - не обманывает - старается выполнять задания сам, не прибегая к помощи других
ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и *иностранном*[2] языках	- осуществлять эффективный поиск необходимой информации в российских и зарубежных источниках: нормативно-правовой документации, стандартов, научных публикации, технической документации; - уметь применять лексику и грамматику иностранного языка для перевода текста, содержание которого включает профессиональную лексику;

[2] Выделенное курсивом не формируется в рамках данной дисциплины

	- уметь анализировать, систематизировать и применять в профессиональной деятельности информацию, содержащуюся в документации профессиональной области.

Критерии и методы оценки освоения дисциплины отражены в оценочных материалах.

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

ОСНОВЫ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

по выполнению заданий на практических занятиях

для специальности 42.02.01 Реклама

Якутск, 2024

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г.)

Методические указания составлены в соответствии с рабочей программой по дисциплине СГ.05. Основы финансовой грамотности

Разработчик: АНО СПО «Цифровой колледж Синергия»

Составитель:
Сидорова А.Ю., зам.директора по УВР

Пояснительная записка

Дисциплина СГ.05. Основы финансовой грамотности является обязательной дисциплиной социально-гуманитарного цикла по *специальности 42.02.01 Реклама.*

Основы финансовой грамотности изучается в течение одного семестра.

В результате освоения раздела обучающийся **должен**

уметь:

$У_1$ - применять знания по финансовой грамотности в быту и профессиональной деятельности.

знать:

$З_1$– основы финансовой грамотности;

С целью овладения **общими компетенциями** (ОК):

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

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

ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, *предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере*[1], использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;

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

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и *иностранном* языках.

Количество практических занятий – 7.

[1] Выделенное курсивом не формируется в рамках данной дисциплины

Требования к выполнению практических работ

Практические работы выполняются обучающимися в обязательном порядке по указанию преподавателя.

Работы выполняются в рабочей тетради и сдаются для проверки преподавателю. Полученная оценка выставляется в журнал и учитывается при освоении учебной дисциплины в целом.

Критерии оценивания практических работ

«Отлично»- ответы на задачи или письменные вопросы даны полностью и правильно. При ответе присутствуют причинно- следственные связи.
Общее количество правильных ответов- 90-100%.

«Хорошо» -в ответах на задачи или письменные вопросы присутствуют неточности или отсутствуют некоторые моменты. При ответе не всегда присутствуют причинно- следственные связи. Общее количество правильных ответов – 80-89%.

«Удовлетворительно» - ответы на задачи или письменные вопросы даны частично. Общее количество правильных ответов – 70-80%.

«Неудовлетворительно» - ответы на задачи или вопросы либо отсутствуют, либо даны неправильные ответы, либо ответ содержит менее половины правильного ответа. Общее количество правильных ответов – менее 69%.

Практическое занятие № 1

Тема «Кредиты: брать или не брать»

Цель: сформировать умения применять знания по финансовой грамотности в быту и профессиональной деятельности

Литература:
1. Жданова А.О., Савицкая Е.В. Финансовая грамотность: материалы для обучающихся. СПО. – М.:ВАКО. 2020

Время выполнения - 2 часа

Порядок выполнения:

1. Решите практические задачи (см.[1] стр.78-79)

Практическая задача 1

1. Распределите потенциальных заёмщиков по убыванию надёжности и объясните свой выбор.

А) Профессор, 45 лет, зарплата 40 тыс. руб. в месяц, есть машина и квартира.

Б) Индивидуальный предприниматель, 30 лет, может подтвердить доход от бизнеса 30 тыс. руб. в месяц за последние три месяца, в прошлом – два просроченных кредита.

В) Ученик колледжа, 21 год, поручителем выступает старший брат с доходом 30 тыс. руб. в месяц.

Г) Пенсионерка, 70 лет, владелец двухкомнатной квартиры и деревенского дома, пенсия + доход 15 тыс. руб. в месяц от сдачи квартиры.

2. Кому из заёмщиков банк, скорее всего, откажет в кредите и почему?

Практическая задача 2

Если клиент банка возьмёт 40 тыс. руб. в кредит на два года под 25% годовых при эффективной ставке по кредиту 30%, каков будет ежемесячный платёж? Если этот клиент просрочит 12-й и 13-й платежи и погасит их только вместе с 14-м платежом, а штраф за просроченный платёж составит 70% от суммы ежемесячного платежа, сколько всего он заплатит за два года?

Практическая задача 3

Какую вещь или услугу вы хотели бы приобрести в кредит. Это может быть любое крупное приобретение: автомобиль, новая мебель, оплата образования. (Не выбирайте квартиру или дом – это ипотека)

1. Определите (с помощью Интернета) примерную стоимость выбранного товара (услуги).

2. Выясните условия кредитования в различных банках, имеющих отделения в вашем городе (например, на портале www.banki.ru). Под какой процент и на какой срок вы можете взять кредит?

3. Оцените ваш будущий семейный бюджет. Можете ли вы позволить себе такой кредит? Если да, переходите к следующему пункту. Если нет, замените выбранный товар (услугу) на что-то более доступное.

4. Позвоните в один из понравившихся вам банков (зайдите на его сайт) и узнайте, какую эффективную ставку банк готов предложить вашей семье. Составьте с помощью онлайн-калькулятора график и размер выплат по кредиту. Ещё раз оцените, можете ли вы позволить себе этот кредит.

Практическое занятие № 2

Тема «Облигации. Акции: что выгоднее?»

Цель: сформировать умения применять знания по финансовой грамотности в быту и профессиональной деятельности

Литература:
1. Жданова А.О., Савицкая Е.В. Финансовая грамотность: материалы для обучающихся. СПО. – М.:ВАКО. 2020

Время выполнения - 2 часа

Порядок выполнения:

1. Решите практические задачи (см.[1] стр.137)

Практическая задача 1

Компания ПАО «Супер-Эмитент» в ноябре 2016 г. разместила облигации номиналом 1000 руб. со сроком погашения через четыре года и купоном 18% годовых с выплатой раз в год.

1. За сколько вы готовы купить эту облигацию, если ставка дисконтирования 20%? А если ставка дисконтирования 15%?

2. Если вы купили эту облигацию за 962 руб., когда до погашения оставалось чуть меньше двух лет, и держали до конца срока, какова её чистая годовая доходность после уплаты налогов? Какова её доходность, если бы вы держали облигацию один год и один день и продали за 975 руб.?

Практическая задача 2

1. На сайте АКРА изучите рейтинг российских эмитентов ценных бумаг и рейтинг эмиссий (www.acra-ratings.ru: Рейтинги → Рейтинг эмиссий или Рейтинг эмитентов). В строке «Поиск» введите запрос «облигация». Затем в поле «Рейтинг» выберите категорию ААА. Назовите три компании, чьи облигации имеют самый высокий рейтинг. Выше ли он рейтинга государственных облигаций с аналогичным сроком? Обсудите со сверстниками, какую часть сбережений они были бы готовы вложить в корпоративные облигации, а какую – в государственные. (Если хотите узнать доходность этих облигаций, найдите график изменения цен облигаций на портале https://quote.rbc.ru, введя название облигации в строке поиска*.)

2. Назовите три компании с самым низким рейтингом (выберите в поле «Рейтинг» соответствующую категорию). Обсудите с родителями, насколько рискованно приобретать такие облигации. Какова должна быть доходность этих облигаций, чтобы привлечь ваших родителей?

Практическое занятие № 3
Тема «Страховой рынок России»

Цель: сформировать умения применять знания по финансовой грамотности в быту и профессиональной деятельности

Литература:
1. Жданова А.О., Савицкая Е.В. Финансовая грамотность: материалы для обучающихся. СПО. – М.:ВАКО. 2020

Время выполнения - 2 часа

Порядок выполнения:

1. Решите практические задачи (см.[1] стр.208-209)

Изучите структуру страхового рынка России по видам страхования, представленную в таблице, и ответьте на вопросы.

Вид страхования	Страховые премии (взносы), млн руб.		Выплаты по договорам страхования, млн руб.	
	2008 г.	2017 г.	2008 г.	2017 г.
Всего по добровольному и обязательному страхованию	954 754,2	1 284 990,8	633 233,6	513 205,4
Добровольное страхование – всего	468 764,4	1 036 531,8	200 512,4	316 736,1
В том числе: *Личное страхование*	128 479,6	593 826,8	69 553,3	157 180,1
В том числе страхование: жизни	19 229,8	331 734,7	6 089,1	36 709,8
от несчастных случаев и болезни	34 760,1	121 811,4	4 396,7	14 508,6
медицинское	74 489,7	140 280,6	59 067,5	105 961,7
Имущественное страхование	**340 284,8**	**442 705,0**	**130 959,1**	**178 222,2**
В том числе страхование: имущества юридических лиц	162 393,9	185 509,2	41 627,2	73 901,1
имущества граждан	152 363,2	164 311,3	86 241,1	63 395,0
предпринимательских и финансовых	4 069,5	35 322,1	427,5	13 350,0
гражданской ответственности рисков	21 458,3	53 617,5	2 663,3	7 370,1
Обязательное страхование – всего	485 989,8	248 459,0	432 721,2	196 469,4

В том числе: *Личное страхование*	405 609,3	18 328,3	384 302,1	16 520,1
Имущественное страхование	80 380,5	230 130,8	48 419,1	179 949,3
в том числе страхование гражданской ответственности	80 361,4	230 130,7	48 414,0	179 949,3
из него владельцев транспортных средств	80 355,6	224 259,5	48 314,0	178 754,3

Источник: по данным Росстата

1. Как изменилась структура российского рынка страхования с 2008 по 2017 г.? Какие виды страхования занимали наибольшую долю на рынке в 2008 г. и какие – в 2017 г.?

2. Какую долю на этом рынке занимало добровольное страхование имущества граждан в 2008 и 2017 гг.? По вашему мнению, это много или мало? Нужно ли семьям страховать своё имущество?

Практическое занятие № 4
Тема «Налоговая декларация»

Цель: сформировать умения применять знания по финансовой грамотности в быту и профессиональной деятельности

Литература:
1. Жданова А.О., Савицкая Е.В. Финансовая грамотность: материалы для обучающихся. СПО. – М.:ВАКО. 2020

Время выполнения - 2 часа

Порядок выполнения:

1. Решите практические задачи (см.[1] стр.235)

1. Воспользуйтесь порталом ФНС России https://service.nalog.ru/ inn.do, чтобы узнать, есть ли у вас ИНН.

2. Обсудите с родителями, были ли в вашей семье или у ближайших родственников расходы, связанные с лечением в медицинских организациях России или очным обучением. Имеют ли члены вашей семьи право на получение социального налогового вычета?

3. Узнайте, получают ли ваши родители налоговый вычет в связи с наличием детей.

4. Сайт ФНС России предоставляет примеры заполнения налоговых деклараций по форме 3-НДФЛ (https://www.nalog.ru: Налогообложение в РФ → Действующие в РФ налоги и сборы → Налог на доходы физических лиц (НДФЛ) → Налоговые вычеты → Примеры заполнения налоговых деклараций по форме 3-НДФЛ). Если вы определили, что члены вашей семьи могут претендовать на получение социального вычета, помогите им заполнить налоговую декларацию.

5. Если ваша семья не может претендовать на социальный вычет, используйте сайт ФНС России для заполнения гипотетической налоговой декларации. Пусть некий Александр Булочкин получил в предыдущий год доход в виде заработной платы от ООО «Вологодские спички» и оплатил обучение своего сына в колледже. Стоимость обучения в колледже и размер заработной платы, а также все остальные недостающие данные придумайте сами. Оцените, на какой налоговый вычет может претендовать Александр. Чему оказался равен налоговый вычет?

Не подавайте данную декларацию в налоговую инспекцию!
Это может быть расценено как предоставление заведомо ложных данных.

Практическое занятие № 5
Тема «Пенсионный калькулятор»

Цель: сформировать умения применять знания по финансовой грамотности в быту и профессиональной деятельности

Литература:
1. Жданова А.О., Савицкая Е.В. Финансовая грамотность: материалы для обучающихся. СПО. – М.:ВАКО. 2020

Время выполнения - 2 часа

Порядок выполнения:

1. Зайдите на сайт Пенсионного фонда РФ www.pfr.ru и рассчитайте свою будущую пенсию

Практическое занятие № 6
Тема «Решение практических задач»

Цель: сформировать умения применять знания по финансовой грамотности в быту и профессиональной деятельности

Литература:
1. Жданова А.О., Савицкая Е.В. Финансовая грамотность: материалы для обучающихся. СПО. – М.:ВАКО. 2020

Время выполнения - 2 часа

Порядок выполнения:

1. Решите практические задачи (см.[1] стр.296-297)

Предприятие «Мопс-М» занимается пошивом комбинезонов для карликовых пород собак. Каждая швея изготавливает 25 комбинезонов в месяц. Предположим, что одна швейная машинка служит 12 месяцев и каждой швее нужно по машинке.

В декабре прошлого года бухгалтерия предоставила следующие данные.

Наименование	Стоимость, руб.
Цена комбинезона	2000
Аренда швейного цеха, в месяц	50 000
Зарплата швеи, в месяц	20 000
Стоимость швейной машинки класса «Б»	5 000
Стоимость расходных материалов (ткани, ниток и пуговиц) для пошива одного комбинезона	400
Отопление и освещение в цехе, в месяц	15 000
Аренда офиса, в месяц	25 000
Зарплата директора, бухгалтера, менеджера по продажам, в месяц	120 000

1. Рассчитайте прибыль компании в декабре прошлого года, если было сшито 300 комбинезонов. Какова прибыль от продажи одного комбинезона?

2. Какова была выручка в декабре? Каковы были затраты на труд? На материалы? Можете ли вы выделить ещё одну статью переменных расходов (кроме труда и материалов)? Каковы были накладные расходы?

3. Как изменится общая прибыль, если бы было произведено 350 комбинезонов? 250 комбинезонов? Как изменилась бы прибыль от продажи одного комбинезона?

4. Выгодно ли директору предприятия заменить в следующем году машинки класса «Б» на машинки класса «А», которые позволяют одной швее изготавливать 30 комбинезонов в месяц, но стоят по 7 тыс. руб.?

5. Если профсоюз швей устроит забастовку и потребует повышения зарплаты до 25 тыс. руб. в месяц, будет ли выгоден переход на машинки класса «А»? Насколько это позволит сократить штат сотрудников, если цель производства в следующем году – 330 комбинезонов в месяц?

Тема эссе

Найдите в Интернете или в печатных изданиях информацию о банкротстве какой-либо российской или зарубежной компании. Опишите, чем занималась компания. Укажите, сколько в ней было сотрудников до банкротства. Что стало причиной банкротства? Если банкротство произошло в период экономического кризиса, то какие фирмы стали его жертвами? Принимало ли государство меры для оздоровления компании? Какие последствия имело банкротство для сотрудников и (или) акционеров?

Практическое занятие № 7
Тема «Стартап»

Цель: сформировать умения применять знания по финансовой грамотности в быту и профессиональной деятельности

Литература:
1. Жданова А.О., Савицкая Е.В. Финансовая грамотность: материалы для обучающихся. СПО. – М.:ВАКО. 2020

Время выполнения – 2 часа

Порядок выполнения:

1. Решите практические задачи (см.[1] стр.332)

Создание собственной компании

1. Придумайте идею создания новой компании в вашем регионе.
2. Кого бы вы пригласили в команду? Чем эти люди могли бы помочь проекту?
3. Сколько времени потребуется, чтобы создать прототип вашего продукта или начать предоставлять вашу услугу?
4. Узнайте на сайте Министерства экономики вашего региона, можете ли вы получить субсидию на свой проект.
5. Какие программы реализует Фонд содействия инновациям в настоящее время? Можете ли вы получить финансирование под свой проект в этом фонде?

Исследовательское задание

Выберите любую частную компанию, которая была создана за последние 10 лет (если ваши родители работают в подобной компании, можете выбрать её). Изучите деятельность компании и ответьте на вопросы.

1. Какая идея бизнеса была у создателей компании?
2. Какие основные ресурсы компания использует?
3. Сколько человек работает в компании и как она нанимает сотрудников (если известно)?
4. Какую правовую форму имеет компания?
5. Если кто-нибудь из учредителей решит выйти из бизнеса, как он может это сделать? Имеет ли он право на долю имущества компании?

Литература

Учебная литература:

1. Жданова А.О., Савицкая Е.В. Финансовая грамотность: материалы для обучающихся. СПО. – М.:ВАКО. 2020

2. Жданова А.О., Зятьков М.А. Финансовая грамотность: рабочая тетрадь. СПО. – М.:ВАКО. 2020

3. Жданова А.О. Финансовая грамотность: материалы для родителей. СПО. – М.:ВАКО. 2020

4. Фрицлер А. В. Основы финансовой грамотности : учебник для среднего профессионального образования / А. В. Фрицлер, Е. А. Тарханова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 148 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16794-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/531714 (дата обращения: 12.01.2024).

Электронные образовательные ресурсы:

Сайты, блоги, электронные библиотеки

1. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. [Электронный ресурс]. URL: www.gks.ru
2. Портал "Новый бизнес. Социальное предпринимательство". [Электронный ресурс]. URL: www.nb-forum.ru
3. Сайт Московской биржи. [Электронный ресурс]. URL: www.moex.com/ru/listing/securities.aspx
4. Официальный сайт Министерства экономического развития РФ. [Электронный ресурс]. URL: http://economy.gov.ru
5. ВЭБ.РФ. [Электронный ресурс]. URL: https://veb.ru/?utm_source=uchitel.club&utm_campaign=finskills&utm_medium=banner
5. ВЭБ.РФ. Якутск. [Электронный ресурс]. URL: https://citylifeindex.ru/city_profile/Yakutsk

Дополнительная электронная литература/учебные пособия, материалы, статьи

1. Основы финансовой грамотности [Электронный ресурс] учебное пособие : текстовое учебное электронное издание на компакт-диске / И.Н. Швецова, Е.А. Бадокина, С.В. Бочкова и др. / под общ. ред. И.Н. Швецовой; Федер. гос. бюдж. образоват. учреждение высш. образования «Сыктыв. гос. ун-т им. Питирима Сорокина». – Электрон. текстовые дан. (2,0 Мб). – Сыктывкар:

Изд-во СГУ им. Питирима Сорокина, 2020. [Электронный ресурс]. URL: Уч пос_Основы финансовой грамотности.pdf (syktsu.ru)

Видеоматериалы/ виртуальные музеи/интерактивные презентации

1. Издательство Просвещение. Видео по теме «Человеческий капитал». [Электронный ресурс]. URL: https://vk.com/video-39656869_456240683

2. Издательство Просвещение. [Электронный ресурс]. URL: Видео по теме «Целеполагание» https://vk.com/video-39656869_456240680

3.Издательство Просвещение. [Электронный ресурс]. URL:Видео по теме «Как я могу заработать?» https://vk.com/video-39656869_456240682

4. Издательство Просвещение. [Электронный ресурс]. URL: Видео по теме «Банковские продукты». https://vk.com/video-39656869_456240681

5. Издательство Просвещение. [Электронный ресурс]. URL: Видео по теме «Бюджет» https://vk.com/video-39656869_456240685

6. Издательство Просвещение. [Электронный ресурс]. URL: Видео по теме «Мошенники» https://vk.com/video-39656869_456240684

7. Издательство Просвещение Чек-лист «Как защитить себя от мошенников?» [Электронный ресурс]. URL: https://uchitel.club/uploads/2022/05/additions/kak-zashchitit-sebya-ot-moshennikov.pdf

8. Мои финансы. [Электронный ресурс]. URL: https://xn--80apaohbc3aw9e.xn--p1ai/article/

9. Технология Доверия. [Электронный ресурс]. URL: Вебинары: https://training.tedo.ru/event/besplatnye-webinary/

10. Центр дополнительного образования РГПУ им. А. И. Герцена. [Электронный ресурс]. URL: Курс: Экономические основы образования (herzen.edu.ru)

11. Мультфильмы. [Электронный ресурс]. URL: https://fincult.info/teaching/multiki-o-finansakh-5/

12. Лекции по финансовой и правовой грамотности. [Электронный ресурс]. URL: Лекции по финансовой и правовой грамотности – смотреть онлайн все 51 видео от Лекции по финансовой и правовой грамотности в хорошем качестве на RUTUBE

13. Цикл вебинаров "Финтрек" Банка России. [Электронный ресурс]. URL: Цикл вебинаров "Финтрек" Банка России — Центр «Федеральный методический центр по финансовой грамотности системы общего и среднего профессионального образования» — Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (hse.ru)

14. Банк России. [Электронный ресурс]. URL: Каталог уроков (dni-fg.ru)

Тренажеры/ тесты/ кейсы/ материал для практикума/ бесплатные онлайн курсы

1. Финансовая культура. https://fincult.info/

2. Финансовый калькулятор. https://fincult.info/calc/income/#novice

СОДЕРЖАНИЕ

Пояснительная записка	3
Практическое занятие № 1 «Кредиты: брать или не брать»	4
Практическое занятие № 2 «Облигации. Акции: что выгоднее?»	6
Практическое занятие № 3 «Страховой рынок России»	7
Практическое занятие № 4 «Налоговая декларация»	9
Практическое занятие № 5 «Пенсионный калькулятор»	10
Практическое занятие № 6 «Решение практических задач по теме»	13
Практическое занятие № 7 «Стартап»	13
Литература	15

ОСНОВЫ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
по выполнению заданий на практических занятиях
для специальности 42.02.01 Реклама

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

ОСНОВЫ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
по выполнению самостоятельной работы
для специальности 42.02.01 Реклама

Якутск, 2024

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г.)

Методические указания составлены в соответствии с рабочей программой по дисциплине СГ.05 Основы финансовой грамотности

Разработчик: АНО СПО «Цифровой колледж Синергия»

Составитель:
Сидорова А.Ю., зам.директора по УВР

1. Пояснительная записка

Самостоятельная работа студентов является одной из основных форм внеаудиторной работы дисциплине СГ.05 Основы финансовой грамотности и направлена на закрепление знаний и умений по темам.

В результате освоения дисциплины СГ.05 Основы финансовой грамотности обучающиеся должны **уметь:**

$У_1$ - применять знания по финансовой грамотности в быту и профессиональной деятельности.

знать:

$З_1$ – основы финансовой грамотности;

С целью овладения **общими компетенциями** (ОК):

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

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

ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, *предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере*[1], использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;

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

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и *иностранном* языках.

[1] Выделенное курсивом не формируется в рамках данной дисциплины

2. Содержание самостоятельной работы

Самостоятельная работа по теме 1. Банки

Цель: закрепить информацию, полученную на учебном занятии

Литература:
1. Жданова А.О., Савицкая Е.В. Финансовая грамотность: материалы для обучающихся. СПО. – М.:ВАКО. 2020
2. Жданова А.О., Зятьков М.А. Финансовая грамотность: рабочая тетрадь. СПО. – М.:ВАКО. 2020

Время выполнения - 1 час

Виды работ:

1. Решение практических задач (см.[1] стр.50)

Практическая задача 1

1. Медсестра Алла три года хранила свои сбережения на текущем счёте. На сколько процентов обесценились её сбережения с учётом инфляции прошлых лет?

2. Теперь Алла хочет положить деньги на сберегательный вклад на два года под 9,5% годовых без капитализации. Какой номинальный прирост денежных средств (в процентах) она получит в конце срока действия договора? Каков будет прирост в реальном выражении (с учётом инфляции)? Прогноз потребительской инфляции в России на следующие несколько лет можно найти на сайте Министерства экономического развития РФ (http://economy.gov.ru) в разделе «Макроэкономика». Значения инфляции за несколько прошлых лет есть на сайте Федеральной службы государственной статистики (Росстата) (www.gks.ru) в разделе «Цены».

Практическая задача 2

Вы хотите открыть вклад в банке сроком на два года. Определите самый выгодный из предложенных вариантов:

А) вклад «Проще простого» – срок 24 месяца, 8% годовых без капитализации;

Б) вклад «Продвинутый» – срок 24 месяца, 7,8% годовых с ежеквартальной капитализацией;

В) вклад «Эксперт-плюс» – срок 24 месяца, 7,6% годовых с ежемесячной капитализацией.

2. Выполнение исследовательской работы (см.[1] стр.94-95)

Практическая задача 3

Разделитесь на группы по 2–3 человека. Выберите товар, который вы желаете приобрести в кредит (например, дорогостоящий смартфон, что-то из бытовой техники). Выполните задания и ответьте на вопросы.

1. Посетите 2–3 магазина электроники и бытовой техники в вашем городе (они должны быть не из одной торговой сети) и найдите интересующий вас товар. Запишите его цену.

А) Узнайте об условиях покупки этого товара в кредит. Какие банки предлагают кредиты в данных магазинах? Какие условия назвали вам представители банков? Какие документы нужны, чтобы взять такой кредит?

Б) Попросите представителей банков назвать эффективную ставку процента по кредиту и размер ежемесячной выплаты. Если выплаты различаются от периода к периоду, попросите распечатать или написать полный график выплат. Какова эффективная процентная ставка? Получается ли эта ставка, если сложить все выплаты?

2. Сходите в отделение одного из тех банков, с представителями которых вы общались в магазинах, и узнайте, на каких условиях можно взять кредит на сумму, равную цене того товара, который вы выбрали в магазине.

А) Какие документы попросил предоставить сотрудник банка? Какую ставку он рассчитал для вас?

Б) Попросите представителя банка назвать эффективную процентную ставку и показать график выплат. Если эффективная ставка отличается от основной ставки по кредиту, узнайте, из чего складывается разница.

3. Сравните условия на один и тот же кредит в магазинах и в отделении банка. Чем объясняется разница?

4. Как вы думаете, почему люди часто берут кредит в магазине, хотя могли бы получить его в отделении банка с более выгодной процентной ставкой?

Самостоятельная работа
по Теме 2. Фондовый и валютные рынки

Цель: закрепить информацию, полученную на учебном занятии

Литература:
1. Жданова А.О., Савицкая Е.В. Финансовая грамотность: материалы для обучающихся. СПО. – М.:ВАКО. 2020
2. Жданова А.О., Зятьков М.А. Финансовая грамотность: рабочая тетрадь. СПО. – М.:ВАКО. 2020

Время выполнения - 1 час

Виды работ:

I. Решение практических задач (см.[1] стр.123)

Практическая задача 1

Акции компаний «Ладья», «Ферзь» и «Пешка» стоят одинаково – по 20 руб. за штуку. Представим, что через месяц цена каждой акции может принимать одно из пяти представленных в таблице значений (с равной вероятностью).

«Ладья», руб.	«Ферзь», руб.	«Пешка», руб.
18	16	19
19	19	20
21	21	21
23	25	22
25	27	23

1. Какая компания предлагает самые доходные акции?
2. У какой акции риск наибольший, а у какой наименьший?
3. У вас есть 10 тыс. руб. Акции какой компании вы купите? Свой выбор объясните.

Практическая задача 2

1. На сайте Московской биржи откройте список ценных бумаг, допущенных к торгам, по ссылке www.moex.com/ru/listing/securities.aspx. Какие отрасли представлены наиболее широко? О чём это говорит?

2. Приведите примеры:

А) компаний, работающих на российских рынках и относящихся к контрциклическим отраслям;

Б) отраслей, которые почти не реагируют на колебания экономической активности: слабо растут во время подъёма и почти не сокращаются в периоды спада, и компаний из этих отраслей, работающих в нашей стране.

II. Прочитайте текст и ответьте на вопросы (см.[1] стр.149-150)

Народное IPO ВТБ

В мае 2007 г., после двух удачных размещений акций Сбербанка и «Роснефти» среди широкого круга инвесторов, банк ВТБ провёл так называемое народное IPO – разместив 22,5% своих акций. Предварительно банк провёл широкую рекламную кампанию, успешно отчитался по итогам 2006 г. и выплатил небывало высокие дивиденды – около 20% от прибыли.

Руководство компании решило привлечь как можно больше мелких инвесторов – простых российских граждан. Минимальная сумма покупки во время IPO была назначена на уровне 30 тыс. руб. (обычно пороговая сумма гораздо выше, например одна акция Сбербанка стоила 89 тыс. руб.), и акции можно было свободно приобрести в отделениях банка. В результате акционерами ВТБ стали более 120 тыс. жителей России. Банк собрал около 1,5 млрд долларов США. Цена на первично размещённые акции была установлена в размере 13,6 коп. за штуку.

Однако уже в августе 2007 г. акции торговались ниже цены размещения и продолжали терять стоимость, несмотря на общий рост экономики с середины 2007 г. по середину 2008 г. Сбережения инвесторов начали быстро обесцениваться. В конце 2007 г. акции торговались по 9–10 коп. за штуку, летом 2008 г. – по 7–8 коп., а с началом финансового кризиса упали до рекордно низкой отметки – 1,95 коп. за акцию к началу 2009 г.

Недовольство многочисленных акционеров ВТБ росло, и в начале 2012 г. государство предложило выкупить у мелких инвесторов (вложивших до 500 тыс. руб.) их акции обратно по цене размещения – 13,6 коп. В марте – апреле 2012 г. был произведён выкуп. Предложением воспользовались две трети частных инвесторов: они смогли вернуть деньги, вложенные пять лет назад. Остальные либо продали свои акции с убытком, либо не слышали об обратном выкупе и остались держателями акций.

Вопросы к тексту

1. Если инвестор вложил 50 тыс. руб. в акции ВТБ во время «народного IPO» и продал их в январе 2009 г., когда они стоили меньше всего, сколько составила годовая доходность акций (в %) и сколько денег (в руб.) потерял инвестор? Должен ли он заплатить налог? (Дивиденды в 2008 г. составили 0,00134 руб. на акцию, а в 2009 г. – 0,000447 руб. на акцию. Поэтому их можно не учитывать в расчёте доходности.)

2. Сколько бы составила годовая доходность акций (в %) и сколько денег (в руб.) выиграл бы инвестор, если бы продал акции на пике стоимости – в июне 2007 г. за 14,66 коп. за акцию? Должен ли он заплатить налог?

3. Предположим, что инвестор не продавал свои акции и дождался обратного выкупа по цене размещения. Можно ли говорить, что он ничего не потерял за эти годы? Если потерял, то сколько? (Дополнительные данные на сайте Росстата: www.gks.ru)

4. Если бы инвестор не продал свои акции и дождался обратного выкупа по цене размещения, то сколько бы он потерял по сравнению с банковским вкладом? (Например, положил 50 тыс. руб. в банк в мае 2007 г. вместо покупки акций.)

5. Гарантирует ли государство сохранность вложений населения в акции? Если акции какой-то другой популярной у частных инвесторов компании обесценятся, стоит ли ожидать такой же реакции государства, как описано в тексте?

6. Приобретали ли члены вашей семьи или знакомые акции ВТБ? Если да, то чем закончилась эта история?

III. Решение практических задач (см.[1] стр.161-162)

На графике показаны значения индекса РТС с 1 сентября 1995 г. В октябре 2017 г. значение данного индекса составляло примерно 1138 пунктов, 1 октября 2018 г. – 1192, а 19 февраля 2019 г. – 1177 пунктов.



1. Найдите на сайте Московской биржи описание индекса РТС. Из каких ценных бумаг он рассчитывается?

2. Когда данный индекс достиг минимального значения (38,5)? Что тогда произошло?

3. Когда индекс достиг максимального значения? Почему потом он резко упал?

4. Сколько бы заработал инвестор, вложивший 10 тыс. руб. в индекс РТС в 2000 г., когда его значение было равно 200 пунктам, и продавший свои акции в 2012 г., когда индекс составлял 1300 или когда он составлял 1600? Какова была бы чистая

годовая доходность в том и ином случае? Была ли она выше, чем инфляция? (Начальное значение индекса в 1995 г. равно 100 пунктам.)

5. А если бы этот инвестор продал свои акции в начале 2008 г., когда индекс был на уровне 2000?

6. В какой момент вложили в индекс РТС и когда продали свои ценные бумаги те инвесторы, которые потеряли больше всех за всю историю торгов?

7. Почему в 2014–2015 гг. значение индекса РТС опять резко снизилось?

8. Какой вывод вы могли бы сделать, изучив динамику значений данного индекса?

Самостоятельная работа
по Теме 3. Страхование

Цель: закрепить информацию, полученную на учебном занятии

Литература:
1. Жданова А.О., Савицкая Е.В. Финансовая грамотность: материалы для обучающихся. СПО. – М.:ВАКО. 2020
2. Жданова А.О., Зятьков М.А. Финансовая грамотность: рабочая тетрадь. СПО. – М.:ВАКО. 2020

Время выполнения - 1 час

Виды работ:

Жизненная ситуация

Представим, что в квартире, в которой живёт ваша семья, произошёл пожар. К счастью, никто из домашних не пострадал. Однако, вернувшись домой, вы увидели вокруг дома пожарные машины, а на месте одного из окон своей квартиры – чёрную дыру. Всё имущество, которое находилось в квартире, уничтожено. Сколько денег потребуется вашей семье, чтобы восстановить привычный образ жизни? Есть ли у вас необходимые средства? Как бы вы поступили, если бы предвидели такое происшествие заранее? Возможно ли обезопасить себя от подобных рисков и в случае пожара получить денежную компенсацию?

I. Решение практических задач (см.[1] стр.178, 195-196)

Решите жизненную ситуацию:

1. Определите, сколько средств необходимо затратить на покупку новой мебели, сантехники, бытовой техники и электроники, посуды, постельного белья и полотенец, летней и зимней одежды и обуви. Сколько будет стоить установка новых окон, замена напольного покрытия и покраска стен? Сложите эти цифры. Можете ли вы немедленно потратить такие деньги на восстановление своего быта? Есть ли вам где жить, пока в квартире идёт капитальный ремонт? Если нет, прибавьте к этой сумме стоимость аренды временного жилья.

2. Зайдите на сайт какой-либо страховой компании (на выбор) и узнайте, сколько стоит страховка вашего жилья от пожара и какой максимальный размер компенсации можно получить в случае пожара или затопления. Обсудите с родителями, стоит ли страховать своё жильё.

3. Где должны храниться сбережения семьи, чтобы быть надёжно защищёнными от пожара и кражи?

4. Представьте, что вы затопили соседей. Ущерб от затопления обычно меньше, чем от пожара, но может в несколько раз превышать месячный доход вашей семьи, особенно если соседи недавно сделали ремонт. Узнайте, во сколько обойдётся страхование гражданской ответственности в данном случае. Обсудите с родителями, целесообразно ли приобретение такого страхового полиса.

5. Представьте, что соседи затопили вашу квартиру и не желают оплачивать нанесённый ущерб, так как гражданскую ответственность они не застраховали. Нравственно или безнравственно они поступают? Как бы вы поступили на их месте?

II. Ответьте на вопросы (см.[1] стр.209)

1. Какими правами обладают владельцы полиса ОМС?
2. На какие ситуации не распространяется действие полиса ОМС?
3. Чем страхование жизни отличается от других видов страхования? Что между ними общего?
4. Почему страхование жизни можно рассматривать как инвестиционный инструмент?
5. Какие плюсы и минусы есть у системы добровольного медицинского страхования (ДМС)?

Самостоятельная работа
по Теме 4. Налоги

Цель: закрепить информацию, полученную на учебном занятии

Литература:
1. Жданова А.О., Савицкая Е.В. Финансовая грамотность: материалы для обучающихся. СПО. – М.:ВАКО. 2020

Время выполнения - 1 час

Виды работ:

I. Решение практических задач (см.[1] стр.225)

Задание 1

Узнайте у родителей, уплачивают ли они НДФЛ самостоятельно или за них это делает налоговый агент. Какая сумма налога из доходов ваших родителей была выплачена государству в прошлом году? Сравните её с суммой, которую государство выплатило вашим бабушкам и дедушкам в виде пенсий.

Задание 2

Узнайте у родителей, платят ли они имущественный или транспортный налог. Какие ставки налогов применялись? Какова база для этих налогов? Если у ваших родителей имеется транспортное средство, определите, на сколько увеличится налог при увеличении мощности двигателя на 50 л. с.

II. Решение практических задач (см.[2] стр.27-28)

1. Ивановы продали квартиру за 2,5 млн руб. Ранее эту недвижимость они приобрели за 2 млн руб. Определите размер налога, который должны уплатить Ивановы, при условии, что они владели квартирой: 1) семь лет; 2) два года.

2. Ивановы продали квартиру Петровым (см. задание 1), которые для её покупки получили ипотечный кредит. Суммарные процентные выплаты по кредиту составят 500 тыс. руб. На какие налоговые вычеты могут претендовать Петровы и сколько они сэкономят на налогах?

3. Найдите с помощью Интернета информацию о ставках подоходного налога в разных странах (не менее 5–7 стран) и ответьте на вопросы:

3.1. В чём особенность подоходного налога в других странах?

3.2. Какой подход к налогообложению доходов физических лиц вы считаете наиболее эффективным и почему?

Самостоятельная работа
по Теме 5. Пенсионное страхование

Цель: закрепить информацию, полученную на учебном занятии

Литература:
1. Жданова А.О., Савицкая Е.В. Финансовая грамотность: материалы для обучающихся. СПО. – М.:ВАКО. 2020
2. Жданова А.О. Финансовая грамотность: материалы для родителей. СПО. – М.:ВАКО. 2020

Время выполнения - 1 час

Виды работ:

I. Решение практических задач (см.[1] стр.251)

1. Рассчитайте, каковы будут ежемесячные расходы ваших родителей после выхода на пенсию. Исходите из их пожеланий: на что и сколько им хотелось бы тратить, чтобы не чувствовать себя стеснёнными по сравнению с тем, как они живут сегодня. Не забудьте принять во внимание затраты, происходящие реже одного раза в месяц, и распределите их равномерно. Например, если родители хотели бы ежегодно совершать путешествия, то стоимость поездки разделите на 12 и к полученной величине прибавьте ежемесячные расходы. Не забудьте учесть новые статьи расходов, которые могут появиться в пожилом возрасте (например, затраты на лекарства). Пример расчётов приведён в таблице

Статья расходов	Сегодня (руб./мес)	На пенсии (руб./мес)
Продукты питания	12 000	12 000
Врачи и лекарства	1000	3500
Оплата занятий младших детей (музыка и спорт)	1400	–
Выплата по ипотечному кредиту	15000	-

2. Рассчитайте будущую пенсию родителей. Учитывайте заработную плату в прошлом и настоящем, а также в будущем (прогноз), возраст, рабочий стаж к моменту выхода на пенсию и прочие факторы.

3. Как изменится размер ежемесячной пенсии, если родители захотят увеличить стаж работы на пять лет без получения пенсионных выплат в течение этого периода?

4. Хватит ли рассчитанной вами пенсии на удовлетворение будущих потребностей родителей? Если нет, стоит задуматься о том, как восполнить разрыв между доходами и расходами.

II.Заполните таблицу (см.[1] стр.264)

В таблице приведены различные способы пенсионного накопления. Распределите их по привлекательности по 6-балльной шкале (например, 1-е место – наиболее привлекательный способ пенсионного накопления, 6-е место – наименее привлекательный). Приготовьтесь обсудить заполненную таблицу на занятии.

Место	**Способ накопления**	**Доходность**	**Надёжность**	**Простота и экономия времени**
1	Индивидуальный счёт в НПФ			
2	Корпоративный пенсионный план			
3	Сберегательные вклады			
4	ПИФы			
5	Прямые инвестиции в фондовый рынок			
6	Недвижимость			

III. Решение практических задач (см.[2] стр.57)

а) Изучите историю доходности российских НПФ с 2005 г. на портале «ПенсияМаркет» (www.pensiamarket.ru/Ranking.aspx , выберите последний из доступных рейтингов по доходности пенсионных накоплений) или любом другом портале, который кажется вам наиболее удобным. Подсчитайте, какие НПФ победили инфляцию, а какие нет. Кто оказался наиболее подвержен кризису 2008—2009 гг.? Есть ли среди фондов постоянные лидеры, про которых вы можете сказать, что они распоряжаются средствами своих клиентов успешнее других? Или успех фондов нестабилен и лидеры меняются от года к году?

б) Составьте список наиболее эффективных НПФ и узнайте их рейтинг надёжности. Выберите НПФ для своих добровольных пенсионных накоплений и объясните детям, почему вы бы хотели делать накопления именно в этом фонде.

в) На основе своего пенсионного бюджета, который вы оценивали выше, и доходности выбранного НПФ рассчитайте, сколько нужно дополнительно откладывать в месяц, чтобы бюджет сошёлся. (Если у вас уже есть добровольные пенсионные накопления, для упрощения задачи предположите, что ваши дети переведут свои в тот же НПФ.)

г) Назовите способы накопления на пенсию и дополнительные источники дохода на пенсии из исследования ФОМ (подработки, помощь детей, пожизненная рента и др.). На что из этого вы рассчитываете? Какой способ накопления вам ближе всего и почему?

Самостоятельная работа
по Теме 6. Финансовые механизмы работы фирмы

Цель: закрепить информацию, полученную на учебном занятии

Литература:
1. Жданова А.О., Савицкая Е.В. Финансовая грамотность: материалы для обучающихся. СПО. – М.:ВАКО. 2020
2. Жданова А.О., Зятьков М.А. Финансовая грамотность: рабочая тетрадь. СПО. – М.:ВАКО. 2020

Время выполнения - 1 час

Виды работ:

I. Решение практических задач (см.[1] стр.282)

Определите, являются ли действия работодателя правомерными в следующих случаях. Свой ответ обоснуйте.

1. Компания сделала вам предложение о работе, но менеджер по персоналу говорит, что испытательный срок будет установлен в течение всего первого года работы в целях проверки соответствия порученной работе.

2. За последние три месяца вы пять раз опоздали на работу. Вас увольняют без выплаты выходного пособия.

3. При приёме на работу вам сообщили, что, прежде чем приступить к исполнению служебных обязанностей, необходимо прочитать учебное пособие по сетевому маркетингу. Его можно купить за 1000 руб. в этой же фирме.

4. Работодатель предлагает вам сделку: он назначает официальную заработную плату в размере 15 тыс. руб., а ещё 25 тыс. руб. отдаёт «в конверте» в конце каждого месяца. Работодатель заверяет, что такая схема выгодна для вас, ведь со второй суммы не придётся платить подоходный налог и вы сможете «сэкономить» до 39 тыс. руб. в год.

5. Ваша старшая сестра хочет взять отпуск по уходу за ребёнком до достижения им полутора лет. Начальник говорит, что она очень ценный сотрудник для компании, и просит взять отпуск только на шесть месяцев. В случае её согласия обещает поднять зарплату на 20%.

6. Пока ваша тётя находилась в отпуске по беременности и родам, в её компании произошло сокращение штата и её уволили, выплатив выходное пособие плюс среднюю заработную плату за два месяца.

7. В связи со снижением спроса на продукцию компании начальник просит вас написать заявление об увольнении по собственному желанию. Он говорит, что

если вы откажетесь, то будете уволены за прогул, который был зарегистрирован в прошлом году и за который вы получили выговор.

II. Решение практических задач (см.[2] стр.34-37)

«Взаимоотношения работодателя и сотрудников»

Отметьте правильный(е) ответ(ы).

1. Резюме должно содержать:

а) перечень ваших промахов и ошибок

б) описание ваших конкретных достижений

в) описание квартиры, в которой вы живёте

г) ваше мнение на отвлечённые темы

2. На собеседовании работодатель хочет:

а) убедиться в том, что написанное в вашем резюме – правда

б) прояснить позиции, которые ему непонятны из вашего резюме

в) проверить, как хорошо вы умеете общаться, ваши знания в профессиональной области, быстроту мышления или психологические особенности с помощью теста

г) представить себя и своё предприятие

3. В утверждении «Помимо ежемесячного оклада, компания может предоставлять сотрудникам: 1) медицинскую страховку; 2) премии и бонусы; 3) корпоративные пенсионные схемы; 4) обучение»
верно:

а) 1 и 2 б) 1 и 4

в) 1, 2 и 4 г) 1–4

2. Изучите действия работодателя. Найдите нарушения трудового права.

2.1. При приёме на работу руководитель фирмы сообщил, что соискателю нужно пройти курсы повышения квалификации за собственный счёт.

2.2. При приёме на работу сотрудника на должность программиста руководитель фирмы сообщил, что в связи со сложностью работы испытательный срок составит четыре месяца.

2.3. При приёме на работу молодого специалиста, только что окончившего государственный вуз, руководитель фирмы сообщил, что его испытательный срок составит два месяца.

3. Решите практические задачи:

3.1. Производитель буров предлагает фирме купить за 800 000 руб. более современный бур, который обслуживает бригада из двух человек, т. е. можно будет сократить фонд оплаты труда, уволив третьего рабочего. Выгодно ли это фирме,

если в следующем году она ожидает, что пробурит столько же скважин, сколько и в прошлом году?

3.2. Фирма «Буревестник» занимается бурением скважин под колодцы в сельской местности. В прошлом году она пробурила 100 скважин. Стоимость работы – 30 000 руб. за каждую скважину. Затраты на одну скважину: на материалы – 8000 руб., на оплату труда четырёх рабочих – 12 000 руб. Кроме того, каждый год «Буревестник» покупает новое оборудование – бур стоимостью 800 000 руб. Каковы были выручка, издержки и прибыль фирмы в прошлом году?

3.3. Производитель буров предлагает фирме купить за 1 000 000 руб. более современный бур, который обслуживает бригада из трёх человек, т. е. можно будет сократить фонд оплаты труда, уволив четвёртого рабочего. Выгодно ли это фирме, если в следующем году она ожидает, что пробурит столько же скважин, сколько и в прошлом году?

Самостоятельная работа
по Теме 7. Собственный бизнес

Цель: закрепить информацию, полученную на учебном занятии

Литература:
1. Жданова А.О., Савицкая Е.В. Финансовая грамотность: материалы для обучающихся. СПО. – М.:ВАКО. 2020
2. Жданова А.О., Зятьков М.А. Финансовая грамотность: рабочая тетрадь. СПО. – М.:ВАКО. 2020

Время выполнения - 1 час

Виды работ:

I. Ответьте на вопросы текста (см.[1] стр.306-307)

1. Наиболее интересные стартап-идеи для применения в России.

Dauria Aerospace – частный производитель космических спутников. В 2015 г. в развитие проекта китайский инвестиционный фонд Cybernaut инвестировал 70 млн долларов.

AeroState – стартап в области экологии, позволяющий отслеживать качество воздуха в любой точке мира.

AstroDigital – платформа поиска и доступа к спутниковым данным.

Cardberry – электронная карта, которая может заменить множество пластиковых.

Caprice – онлайн-аукцион для продажи автомобилей, аналог зарубежных интернет-аукционов.

CreoPop – сибирский стартап, создавший 3D-ручки. Привлёк 1,4 млн долларов для создания первой партии изобретений.

EcoCat – технология, разработанная Институтом катализа им. Г.К. Борескова СО РАН, позволяет в четыре раза снизить затраты на обогрев производственных помещений.

IBOX – проект, позволяющий предпринимателям принимать наличные и безналичные платежи без кассового оборудования и терминалов.

«Лесной Дозор» – система, нацеленная на предупреждение и отслеживание лесных пожаров на территории 33 регионов России.

Promobot – проект по разработке робота для розничной торговли.

Андроид способен передвигаться, распознавать внешний вид и речь своих собеседников, консультируя их по вопросам покупки.

Qlean – онлайн-сервис для заказа уборки. Сразу же после запуска проект привлёк более 327 тыс. долларов инвестиций, стал активно расти и теперь нацелен на азиатский рынок.

2. Наиболее интересные российские идеи бизнеса с минимальными вложениями.

Игрушки для детей в форме мобильных приложений. Приобретите знания о детской психологии и современных технологиях, освойте методику развивающего обучения – и перспективный проект готов.

Переработка отходов. Развиваются проекты по переработке бытовых отходов и использованной техники. Особенно перспективен сектор сбора и утилизации бытовой техники.

Обучающие программы с узкой специализацией. Чётко таргетированный (т. е. созданный с использованием рекламного механизма, позволяющего выделить целевую аудиторию и показать рекламу именно ей) образовательный продукт сегодня наиболее востребован, особенно в сочетании с высокими технологиями и удобным персонализированным интерфейсом.

Медицинская консультация. Задача – не назвать диагноз, а помочь сориентироваться в изобилии информации и разнообразии услуг. Где найти лучшего врача, какие о нём отзывы, где лучшее оборудование и сколько стоят услуги.

Контроль над сотрудниками. По некоторым оценкам, сотрудники офисов тратят на социальные сети до 50% рабочего времени. А это не может не породить спрос на услуги по контролю за онлайн-поведением персонала.

По материалам портала «Новый бизнес: социальное предпринимательство»: www.nb-forum.ru

Вопросы к тексту

1. Чем перечисленные стартапы отличаются от обычных бизнес-проектов?
2. В каких отраслях могут быть реализованы стартапы? Почему многие стартапы связаны с компьютерными и информационными технологиями?
3. Найдите в Интернете информацию об одном из перечисленных выше стартапов (у большинства из них есть свой сайт). Как вы думаете, почему он попал в рейтинг самых успешных стартапов своего времени?
4. Соблюдение каких условий позволяет стать успешным стартапером?

II. Решение практических задач (см.[1] стр.320)

Пример.

Парикмахерская «Алла» работает 10 лет и имеет стабильную клиентскую базу. Клиенты ценят этот салон красоты за умеренные цены и хорошее качество услуг. Выпускница колледжа, прошедшая обучение по специальности «Парикмахерское искусство», недавно открыла салон красоты «Анна» в том же районе города. Чтобы быстрее набрать квалифицированных сотрудников, она назначила зарплату на 10% выше, чем в парикмахерской «Алла». А чтобы привлечь клиентов, установила цены на услуги ниже, чем у конкурентов. Чему равна прибыль этих салонов? За счёт чего прибыль парикмахерской «Алла» будет выше прибыли салона красоты «Анна»? Проанализируем данные, приведённые в таблице 1.

Таблица 1 - Финансовые показатели организаций

Показатель	Парикмахерская «Алла»	Парикмахерская «Анна»
Количество стрижек в год	9000 шт.	6000 шт.
Средняя цена стрижки	200 руб.	180 руб.
Количество сотрудников	3 человека	3 человека
Средняя зарплата	20 тыс. руб. в месяц	22 тыс. руб. в месяц
Отчисления в социальные фонды	6000 руб. в месяц на человека	6600 руб. в месяц на человека
Накладные расходы	200 тыс. руб. в год	200 тыс. руб. в год

Годовая прибыль парикмахерской «Алла»:

$$9000 \cdot 200 - 3 \cdot 12 \cdot 26\,000 - 200\,000 =$$
$$= 1\,800\,000 - 936\,000 - 200\,000 = 664\,000 \text{ (руб.)}.$$

Годовая прибыль парикмахерской «Анна»:

$$6000 \cdot 180 - 3 \cdot 12 \cdot 28\,600 - 200\,000 =$$
$$= 1\,080\,000 - 1\,029\,600 - 200\,000 = -149\,600 \text{ (руб.)}.$$

Мы видим, что салон красоты «Анна» несёт убытки в размере 149 600 руб. в год.

Прибыль «Аллы» выше за счёт более высокой выручки и сравнительно низких затрат на труд (сюда включают и отчисления в социальные фонды). Повышенная по сравнению с конкурентом выручка достигается с помощью более высокой средней цены стрижки и большего количества стрижек в год. Снижение затрат на труд происходит из-за более низких средней зарплаты и отчислений в социальные фонды.

Задание

Допустим, что инвестор захочет купить бизнес у владелицы парикмахерской «Алла». Для простоты задачи предположим, что «Алла» платит только налог на прибыль по ставке 15%, а других налогов нет. Если положение салона красоты достаточно устойчиво и прибыль будет оставаться на текущем уровне, а ставка дисконтирования равна 20%, то чему может быть равна стоимость данного бизнеса?

Самостоятельная работа
по Теме 8. Риски в мире денег

Цель: закрепить информацию, полученную на учебном занятии

Литература:
1. Жданова А.О., Савицкая Е.В. Финансовая грамотность: материалы для обучающихся. СПО. – М.:ВАКО. 2020
2. Жданова А.О., Зятьков М.А. Финансовая грамотность: рабочая тетрадь. СПО. – М.:ВАКО. 2020

Время выполнения - 1 час

Виды работ:

I. Ответьте на вопросы текста (см.[1] стр.371)

1. Найдите на сайте Росстата (www.gks.ru) данные о ВВП России с 1990-х гг. по прошлый год. Как менялся номинальный ВВП? Как менялся реальный ВВП? Прослеживается ли по реальному ВВП цикличность экономики? Выделите несколько циклов. Как долго длился рост и как долго продолжался спад в каждом из этих циклов? Какие важные события сопровождали рост и спад экономики?

2. Найдите в Интернете данные о реальном ВВП США с 1970-го по прошлый год. Прослеживается ли по реальному ВВП цикличность экономики? Выделите несколько циклов. Какова средняя длина цикла? Совпадали ли циклы в США с циклами в России? Если есть несовпадения, то как вы можете их объяснить?

ЛИТЕРАТУРА

Учебная литература:

1. Жданова А.О., Савицкая Е.В. Финансовая грамотность: материалы для обучающихся. СПО. – М.:ВАКО. 2020

2. Жданова А.О., Зятьков М.А. Финансовая грамотность: рабочая тетрадь. СПО. – М.:ВАКО. 2020

3. Жданова А.О. Финансовая грамотность: материалы для родителей. СПО. – М.:ВАКО. 2020

4. Фрицлер А. В. Основы финансовой грамотности : учебник для среднего профессионального образования / А. В. Фрицлер, Е. А. Тарханова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 148 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16794-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/531714 (дата обращения: 12.01.2024).

Электронные образовательные ресурсы:

Сайты, блоги, электронные библиотеки

1. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. [Электронный ресурс]. URL: www.gks.ru

2. Портал "Новый бизнес. Социальное предпринимательство". [Электронный ресурс]. URL: www.nb-forum.ru

3. Сайт Московской биржи. [Электронный ресурс]. URL: www.moex.com/ru/listing/securities.aspx

4. Официальный сайт Министерства экономического развития РФ. [Электронный ресурс]. URL: http://economy.gov.ru

5. ВЭБ.РФ. [Электронный ресурс]. URL: https://veb.ru/?utm_source=uchitel.club&utm_campaign=finskills&utm_medium=banner

5. ВЭБ.РФ. Якутск. [Электронный ресурс]. URL: https://citylifeindex.ru/city_profile/Yakutsk

Дополнительная электронная литература/учебные пособия, материалы, статьи

1. Основы финансовой грамотности [Электронный ресурс] учебное пособие : текстовое учебное электронное издание на компакт-диске / И.Н. Швецова, Е.А. Бадокина, С.В. Бочкова и др. / под общ. ред. И.Н. Швецовой; Федер. гос. бюдж. образоват. учреждение высш. образования «Сыктыв. гос. ун-т им. Питирима Сорокина». – Электрон. текстовые дан. (2,0 Мб). – Сыктывкар: Изд-во СГУ им. Питирима Сорокина, 2020. [Электронный ресурс]. URL: Уч пос_Основы финансовой грамотности.pdf (syktsu.ru)

Видеоматериалы/ виртуальные музеи/интерактивные презентации

1. Издательство Просвещение. Видео по теме «Человеческий капитал». [Электронный ресурс]. URL: https://vk.com/video-39656869_456240683

2. Издательство Просвещение. [Электронный ресурс]. URL: Видео по теме «Целеполагание» https://vk.com/video-39656869_456240680

3.Издательство Просвещение. [Электронный ресурс]. URL:Видео по теме «Как я могу заработать?» https://vk.com/video-39656869_456240682

4. Издательство Просвещение. [Электронный ресурс]. URL: Видео по теме «Банковские продукты». https://vk.com/video-39656869_456240681

5. Издательство Просвещение. [Электронный ресурс]. URL: Видео по теме «Бюджет» https://vk.com/video-39656869_456240685

6. Издательство Просвещение. [Электронный ресурс]. URL: Видео по теме «Мошенники» https://vk.com/video-39656869_456240684

7. Издательство Просвещение Чек-лист «Как защитить себя от мошенников?» [Электронный ресурс]. URL: https://uchitel.club/uploads/2022/05/additions/kak-zashchitit-sebya-ot-moshennikov.pdf

8. Мои финансы. [Электронный ресурс]. URL: https://xn--80apaohbc3aw9e.xn--p1ai/article/

9. Технология Доверия. [Электронный ресурс]. URL: Вебинары: https://training.tedo.ru/event/besplatnye-webinary/

10. Центр дополнительного образования РГПУ им. А. И. Герцена. [Электронный ресурс]. URL: Курс: Экономические основы образования (herzen.edu.ru)

11. Мультфильмы. [Электронный ресурс]. URL: https://fincult.info/teaching/multiki-o-finansakh-5/

12. Лекции по финансовой и правовой грамотности. [Электронный ресурс]. URL: Лекции по финансовой и правовой грамотности – смотреть онлайн все 51 видео от Лекции по финансовой и правовой грамотности в хорошем качестве на RUTUBE

13. Цикл вебинаров "Финтрек" Банка России. [Электронный ресурс]. URL: Цикл вебинаров "Финтрек" Банка России — Центр «Федеральный методический центр по финансовой грамотности системы общего и среднего профессионального образования» — Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (hse.ru)

14. Банк России. [Электронный ресурс]. URL: Каталог уроков (dni-fg.ru)

Тренажеры/ тесты/ кейсы/ материал для практикума/ бесплатные онлайн курсы

1. Финансовая культура. https://fincult.info/
2. Финансовый калькулятор. https://fincult.info/calc/income/#novice

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г.)

УТВЕРЖДАЮ
Директор АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»
_____ С.Н.Семенов
«15» 04 2024 г.

Оценочные материалы
для промежуточной аттестации
по дисциплине
СГ.05. Основы финансовой грамотности

для специальности 42.02.01 Реклама

Разработчик: Сидорова А.Ю., зам.директора по УВР

Якутск, 2024

Пояснительная записка

Оценочные материалы для промежуточной аттестации по СГ.05. Основы финансовой грамотности предназначены для оценки запланированных результатов дисциплины, общих и профессиональных компетенций обучающихся по специальности *42.02.01 Реклама.*

1.1. Оценка запланированных результатов

В результате освоения запланированных результатов по дисциплине обучающийся должен

уметь:

$У_1$ - применять знания по финансовой грамотности в быту и профессиональной деятельности.

знать:

$З_1$ – основы финансовой грамотности;

С целью овладения **общими компетенциями** (ОК):

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

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

ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, *предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере*[1], использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;

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

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и *иностранном* языках.

---

[1] Выделенное курсивом не формируется в рамках данной дисциплины

Вид промежуточной аттестации – ***дифференцированный зачет***

Форма – тест и задачи

Тест состоит из 30 вопросов.

Вариант - 1

Тест для промежуточной аттестации по дисциплине СГ.06 Основы финансовой грамотности

1. Финансовую защиту благосостояния семьи обеспечивает капитал:

а) резервный б) текущий в) инвестиционный

2. В соответствии с законом о страховании вкладчик получит право на возмещение по своим вкладам в банке в случае:

а) потери доверия к банку у населения

б) отзыва у банка лицензии

в) повышения инфляции

3. Инфляция - это

а) повышение заработной платы бюджетникам

б) повышение покупательной способности денег

в) снижение покупательной способности денег

4. Кредит, выдаваемый под залог объекта, который приобретается (земельный участок, дом, квартира), называется …

а) ипотечный б) потребительский в) целевой

5. Счет до востребования с минимальной процентной ставкой, то есть текущий счет, открывается для карты:

а) кредитной б) дебетовой с овердрафтом в) дебетовой

6. Фондовый рынок – это место, где:

а) продаются и покупаются строительные материалы

б) продаются и покупаются ценные бумаги

в) продаются и покупаются продукты питания

7. Биржа – это место, где:

а) продаются и покупаются автомобили

б) продаются и покупаются ценные бумаги

в) место заключения сделок между покупателями и продавцами

8. Страховые выплаты компенсируются в случае:

а) материального ущерба

б) морального ущерба

в) желания страхователя получить прибыль

9. Выплачиваемая нынешним пенсионерам и формируемая пенсионерам будущим трудовая пенсия по старости, выплачиваемая государством:

а) добавочная б) второстепенная в) базовая

10. Выплачиваемая нынешним пенсионерам и формируемая пенсионерам будущим трудовая пенсия по старости, выплачиваемая государством:

а) главная б) накопительная в) дополнительная

11. Выплачиваемая нынешним пенсионерам и формируемая пенсионерам будущим трудовая пенсия по старости, выплачиваемая государством:

а) страховая б) единоразовая в) основная

12. Дисконт:

а) доход б) скидка в) надбавка

13. Неспособность заемщика (эмитента долговых ценных бумаг) выполнять свои обязанности по займу (погашение, выплата текущего дохода и др.) называется:

а) дефолт б) коллапс в) девальвация

14 Такие обязательства как: банковский кредит, долги друзьям, алименты, квартплата, относят к:

а) активам б) накоплениям в) пассивам

15. Процент, который начисляется на первоначальную сумму депозита в банке, называется:

а) простой б) средний в) сложный

16. Сумма, которую банк берет за свои услуги по выдаче кредита и его обслуживанию, называется:

а) ремиссия б) комиссия в) процент

17. Векселя и облигации относятся к бумагам:

а) дарственным б) долевым в) долговым

18. Вчера курс евро составлял 85,6 рубля, а сегодня – 86,1 рублей. Как изменился курс рубля по отношению к евро:

а) увеличился б) уменьшился в) не изменился

19. Если человек является грамотным в сфере финансов, то в отношении своих доходов он будет вести себя следующим образом:

а) будет стараться израсходовать все свои доходы

б) будет стараться больше покупать как можно больше товаров и услуг

в) будет сберегать часть своего дохода

20. Вы приобретете мобильный телефон компании S в салоне связи P в кредит. Кому Вы должны будете выплачивать кредит:

а) производителю телефона – компании S

б) коммерческому банку

в) салону связи P

21 Вы решили оплатить покупку билета на самолёт через Интернет с помощью банковской карты. Потребуется ли Вам для оплаты покупки вводить ПИН-код:

а) не потребуется

б) да, если на карте не обозначен код CVV2/CVC2

в) да, если интернет-магазин обслуживает тот же банк, что является эмитентом карты покупателя

22. Какую сумму получит клиент банка через 1 год, если он сделал вклад в размере 100000 рублей под 12 % годовых:

а) 101200 рублей б) 112000 рублей в) 120000 рублей

23. Сколько денежных средств потребуется для ремонта помещения площадью 60 м^2, если на аналогичное помещение площадью 20 м^2 потребовалось 35000 рублей:

а) 180000 рублей б) 70000 рублей в) 105000 рублей

24. Какова максимальная сумма страховых выплат АСВ для вкладчиков, в случае прекращения деятельности банка:

а) 500 000 рублей б) 1 400 000 рублей в) 700 000 рублей

25. Если вы решили взять кредит, на что в первую очередь следует обратить внимание:

а) не буду смотреть условия кредита, доверяя банку

б) не буду смотреть, потому что это бесполезно

в) на полную стоимость кредита

26. Страхование - это

а) «финансовый зонтик», который поможет в непредвиденных ситуациях – потеря работы, порча имущества, проблемы со здоровьем и т.д.

б) пустая трата денег, со мной всё будет хорошо

в) для богатых, а у меня нечего страховать

27. При каком уровне дохода на одного члена семьи в месяц нужно начинать планирование семейного бюджета:

а) от 15 000 до 30 000 рублей в месяц

б) более 100 000 рублей в месяц

в) независимо от уровня дохода

28. Представьте, что в предстоящие 5 лет цены на товары и услуги, которые вы обычно покупаете, увеличатся вдвое. Если ваш доход тоже увеличится вдвое, вы сможете купить меньше, больше или столько же товаров и услуг как и сегодня:

а) столько же б) больше в) меньше

29. Представьте, что вы хотите взять в долг 100 000 рублей. Вам предложили деньги или на условиях возврата через год 125 000 рублей, или на условиях возврата через год 100 000 рублей плюс 20 % от суммы долга. Какое из предложений дешевле:

а) первое б) второе в) одинаковы

Задачи

1. Доходность инвестиций составляет 10%. Инфляция = 14%. Определить реальную доходность инвестиций, используя формулу Фишера. Ответ указывать с точностью до десятой доли процента.

2. Доходность инвестиций составляет 12%. Инфляция = 8%. Определить реальную доходность инвестиций, используя формулу Фишера. Ответ указывать с точностью до десятой доли процента.

3. Доходность инвестиций составляет 10%. Инфляция = 15%. Определить реальную доходность инвестиций, используя формулу Фишера. Ответ указывать с точностью до десятой доли процента.

4. Доходность инвестиций составляет 12%. Инфляция = 15%. Определить реальную доходность инвестиций, используя формулу Фишера. Ответ указывать с точностью до десятой доли процента.

5. Найдите в Интернете любую инвестиционную компанию или банк, оказывающие услуги индивидуального доверительного управления и любую Управляющую компанию, являющуюся учредителем Паевого инвестиционного фонда. Внимательно прочитайте и сравните условия предоставления услуг.

Ответьте на вопрос, какие существенные различия содержатся в договорах.

Критерии оценивания

Уровень подготовки студентов оценивается в баллах: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Критерии оценки теста

Каждый правильный ответ оценивается в 1 балл.

Максимальное количество баллов – 29.

Перевод баллов в оценку:

отлично	**хорошо**	**удовлетворительно**	**неудовлетворительно**
27-29	24-26	20-23	19 и менее

Критерии оценки задач

Каждая правильно решенная задача – 2 балла - при наличии подробного решения

При правильном ответе, без решения – 1 балл

Максимальное количество баллов – 10.

Общая оценка за дисциплину – среднее арифметическое из 2х оценок: за тест и за решенные задачи.

1.2 Сформированность общих и профессиональных компетенций

В результате освоения учебной дисциплины **СГ.05. Основы финансовой грамотности** обучающийся должен показать также и сформированность *общих компетенций (ОК)*:

Результат (сформированные общие компетенции)	**Основные показатели**
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам	- самостоятельно организует свою деятельность по выданным заданиям - умеет оценить свои возможности для выполнения поставленных целей, задач, заданий по дисциплине
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	- осуществляет поиск информации в сети Интернет и различных электронных носителях - извлекает информацию с электронных носителей - использует средства ИТ для обработки и хранения информации - представляет информацию в различных формах с использованием разнообразного программного обеспечения - создает презентации в различных формах
ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, *предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере*, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	- берет на себя ответственность за принятое решение/совершенный поступок - ответственно выполняет разовые/постоянные поручения в группе - может спрогнозировать результат - умеет оценить свои действия, поступки и проанализировать их - знает основную нормативную документацию по предпринимательской деятельности и может ее найти в поисковых системах; - определяет возможности/невозможности предпринимательства той или иной возникшей ситуации - успешно учится, выполняет повседневные поручения/обязанности, связанные с финансами (оплата проезда, покупка продуктов, обеда) - владеет навыками обращения с банковскими картами - действия обучающегося не выходят за рамки правовой сферы
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	- устанавливает позитивный стиль общения - выбирает стиль общения в соответствии с ситуацией - признает чужое мнение - при необходимости отстаивает собственное мнение - принимает критику - ведет деловую беседу в соответствии с этическими нормами - соблюдает официальный стиль при оформлении документов - выполняет письменные и устные рекомендации преподавателя

	- способен к эмпатии - организует коллективное обсуждение рабочей ситуации
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	- умеет передавать информацию другому человеку - способен правильно формулировать свои мысли в устной и письменной формах - способен письменно оформлять свои мысли
ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения	- не участвует в запрещенных группировках; - не проводит антироссийскую пропаганду; - уважительно относится к сверстникам, окружающим, старшим и младшим; - не хамит, не грубит - применяет в своем поведении стандарты антикоррупционного поведения
ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и *иностранном*[2] языках	- осуществлять эффективный поиск необходимой информации в российских и зарубежных источниках: нормативно-правовой документации, стандартов, научных публикации, технической документации; - уметь применять лексику и грамматику иностранного языка для перевода текста, содержание которого включает профессиональную лексику; - уметь анализировать, систематизировать и применять в профессиональной деятельности информацию, содержащуюся в документации профессиональной области.

Критерии оценивания

2 балла - компетенция проявляется постоянно в полной мере (сформирована полностью);
1 балл - компетенция проявляется иногда или неполностью (частично сформирована);
0 баллов - компетенция не проявляется (не сформирована).

[2] Выделенное курсивом не формируется в рамках данной дисциплины

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

СГ.06. Основы бережливого производства

для специальности 42.02.01 Реклама

Якутск, 2024

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г.)

УТВЕРЖДАЮ
Директор АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»
_____ С.Н.Семенов
«15» 04 2024 г.

Рабочая программа дисциплины СГ.06. Основы бережливого производства разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (далее – ФГОС СПО) по *специальности 42.02.01 Реклама,* утвержденного приказом Минпросвещения России от 21.07.2023 г. № 552 (зарегистрирован в Минюсте РФ 22.08.2023 № 74908)

Организация-разработчик: АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»

Составитель:
Сидорова А.Ю., зам.директора по УВР

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Паспорт рабочей программы дисциплины 4

2. Структура и содержание дисциплины 7

3. Условия реализации рабочей программы дисциплины 12

4. Контроль и оценка результатов освоения дисциплины 16

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ СГ.06. ОСНОВЫ БЕРЕЖЛИВОГО ПРОИЗВОДСТВА

1.1. Область применения программы

Рабочая программа дисциплины СГ.06. Основы бережливого производства является частью основной профессиональной образовательной программы СПО – программы подготовки специалистов среднего звена по *специальности 42.02.01 Реклама*, входящей в состав укрупненной группы специальностей *42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело*.

.

1.2 Место дисциплины в структуре образовательной программы:

Дисциплина СГ.06. Основы бережливого производства является дисциплиной социально-гуманитарного цикла учебного цикла из часов вариативной части.

1.3. Требования к результатам освоения дисциплины:

В результате освоения дисциплины обучающийся **должен**

уметь:

$У_1$ - выделять деятельность, создающую ценность, определять ценности потребителя;

$У_2$ - проводить хронометраж работы;

$У_3$ - строить карту потока создания ценности;

$У_4$ - планировать мероприятия по достижению целей улучшений;

$У_5$ - выявлять потери в процессах, предлагать пути улучшения;

$У_6$ - определять возможности и риски методов бережливого производства;

$У_7$ - применять систему 5С на рабочем месте;

$У_9$ - применять методы и инструменты бережливого производства.

знать:

$З_1$ - основы принципы системы бережливого производства;

$З_2$ - основные методы организации производства на основе концепции БП;

$З_3$ - основные виды потерь, их источники и способы их устранения;

$З_4$ - роль государства в развитии бережливого производства;

$З_5$ - инструменты бережливого производства;

$З_6$ - правила построения потоков создания ценности и способы их оптимизации;

$З_7$ - механизм осуществления бережливого производства.

с целью овладения **общими компетенциями (ОК)**:

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.

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

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

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команд

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.

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

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

и профессиональными компетенциями (ПК):

ПК 1.1. Определять целевую аудиторию и целевые группы.

ПК 1.2. Проводить анализ объема рынка.

ПК 1.3. Проводить анализ конкурентов.

ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

ПК 2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

ПК 2.2. Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

ПК 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.

ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.

ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.

ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.

ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.

ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.

1.4. Количество часов на освоение рабочей программы дисциплины:

Объем дисциплины – 46 часов, в том числе

в форме практической подготовки – 16 часов

включает:

объем работы обучающегося во взаимодействии с преподавателем – 40 часов, в том числе

практические занятия – 16 часов;

самостоятельная работа обучающегося – 6 часов

Обязательная часть рабочей программы составляет – 40 часов, вариативная часть – 6 часов

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Объем дисциплины (всего)	**46**
в том числе:	
в форме практической подготовки	16
Объем работы обучающегося во взаимодействии с преподавателем	**40**
в том числе:	
практические занятия	16
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	**6**
в том числе: подготовка к практическим занятиям, работа с учебной литературой	6

2.2. Формы промежуточной аттестации

4 семестр – дифференцированный зачет

2.2. Тематический план и содержание дисциплины СГ.06. Основы бережливого производства

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся		Объем часов	В т.ч. практической подготовки	Формируемые компетенции
Раздел 1. Основы бережливого производства			**22**	**8**	
Тема 1.1. Бережливое производство: история становления и развития, сущность, принципы	*Содержание учебного материала*		*9*		
	1	История возникновения бережливого производства. Ключевые понятия и принципы бережливого производства. Бережливое производство как метод управления качеством: основное понятие и цели.	2		ОК 04, ОК 06, ОК 07
	2	Бережливое производство как основа проектной деятельности организации Пирамида качества, предпосылки формирования концепции бережливого производства. Японский опыт разработки, внедрения, совершенствования систем управления качества. ГОСТ Р ИСО 56020-2014 Бережливое производство. Положения и словарь. Принципы и концепция системы БП. Система ДАО Тойота: 14 принципов менеджмента компании	2		
	Практические занятия		**4**		ОК 01- 07, ПК 1.1 – ПК 1.4, ПК 2.1- ПК 2.2, ПК 3.1 – ПК 3.3 ПК 4.1-ПК 4.3
	3	**Практическое занятие № 1.** Современные методы повышения эффективности организации производства		4	
	4	**Практическое занятие № 2.** Бережливое производство как способ повышения эффективности деятельности			
	Самостоятельная работа студентов:		**1**		
	Составление словаря терминов по дисциплине Составить краткий конспект по «Памятка А.К. Гастева «Как надо работать»				ОК 02, ОК 05, ОК 07
Тема 1.2. Инструменты	*Содержание учебного материала*		*8*		
	1-2	Системы Канбан, «Точно вовремя», ячеистое и поточное	4		ОК 04, ОК 06, ОК

бережливого производства		производство, визуализация, система 5С, стандартизация, уход за оборудованием, быстрая переналадка оборудования			07
	Практические занятия		**2**	2	ОК 01- 07, ПК 1.1 – ПК 1.4, ПК 2.1- ПК 2.2, ПК 3.1 – ПК 3.3 ПК 4.1-ПК 4.3
	3	**Практическое занятие № 3.** Инструменты бережливого производства			
	Самостоятельная работа студентов:		**2**		ОК 02, ОК 05, ОК 07
	Составление словаря терминов по дисциплине Организовать свое рабочее место дома по системе 5С и сделать фотоотчет. Заполнить чек-листы.				
Тема 1.3. Виды потерь и методы их устранения	*Содержание учебного материала*		*5*		
	1	Виды потерь, их источники и способы их устранения. Потери: перепроизводство, лишние движения, ненужная транспортировка, излишние запасы, избыточная обработка, ожидание, переделка/ брак. Система 3М: Муда, Мури, Мура. Управление рабочим пространством	2		ОК 04, ОК 06, ОК 07
	Практические занятия		**2**	2	ОК 01- 07, ПК 1.1 – ПК 1.4, ПК 2.1- ПК 2.2, ПК 3.1 – ПК 3.3 ПК 4.1-ПК 4.3
	2	**Практическое занятие № 4.** Методы диагностики скрытых потерь			
	Самостоятельная работа студентов:		**1**		ОК 02, ОК 05, ОК 07
	Оформить таблицу «Степень влияния основных методов бережливого производства на качество, стоимость и время».				
Раздел 2. Системы управления и оптимизации материальными потоками			**10**	**4**	
Тема 2.1 Виды моделей управления	*Содержание учебного материала*		*6*		
	1	Выталкивающая и вытягивающая системы правления материальными потоками: основные принципы, достоинства и	2		ОК 04, ОК 06, ОК 07,

материальными потоками		недостатки, способы повышения эффективности управления материальными потоками			ПК 1.1 – ПК 1.4, ПК 2.1- ПК 2.2, ПК 3.1 – ПК 3.3 ПК 4.1-ПК 4.3
	Практические занятия		**4**	4	ОК 01- 07, ПК 1.1 – ПК 1.4, ПК 2.1- ПК 2.2, ПК 3.1 – ПК 3.3 ПК 4.1-ПК 4.3
	2	**Практическое занятие № 5.** Диагностика потерь на основе анкеты			
	3	**Практическое занятие № 6.** Оценка эффективности от устранения потерь			
Тема 2.2 Затраты на качество и потери	*Содержание учебного материала*		*5*		
	1-2	Виды затрат на качество. Модель Джурана-Фейгенбаума. Метод Кросби. Затраты на процесс: конформные и неконформные затраты. Концепция всеобщего блага для общества (по Г. Тагути)	4		ОК 04, ОК 06, ОК 07
	Самостоятельная работа студентов:		**1**		ОК 02, ОК 05, ОК 07
	Анализ производственного или технологического процесса, выявление и расчет затрат на качество по различным категориям				
Раздел 3. Статистические метода анализа			**11**	**4**	
Тема 3.1 Классические и новые статистические методы контроля качества	*Содержание учебного материала*		*11*		
	1	Цель, задачи, этапы, методы и виды контроля. Семь классических инструментов: контрольные листки, диаграмма Парето, причинно-следственная диаграмма, метод расслоения (стратификация), гистограмма, диаграммы рассеяния, контрольные карты	2		ОК 01- 07, ПК 1.1 – ПК 1.4, ПК 2.1- ПК 2.2, ПК 3.1 – ПК 3.3 ПК 4.1-ПК 4.3
	2	Новые методы: диаграмма сродства, древовидная диаграмма, системная диаграмма, диаграмма родственных связей, стрелочная диаграмма, коррелятивная диаграмма, матричные диаграммы	2		
	3	Психологические основы и барьеры коммуникации. Тактика коррекции дисфункционального поведения при организации работы команды	2		
	Практические занятия		**4**	4	
	4	**Практическое занятие № 7.** Формирование «команды процесса»			
	5	**Практическое занятие № 8.** Решение задач			
	Самостоятельная работа		**1**		ОК 02, ОК 06, ОК

	Анализ технической или технологической проблемы одним из статистических методов				07
		Дифференцированный зачет	**2**		
		ВСЕГО:	**46**	**16**	

2.3. Вариативные часы дисциплины

№ п/п	Наименование темы	Объем часов	Примечание
1	Самостоятельная работа	6	для закрепления знаний и умений
	ИТОГО:	**6**	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Материально-техническое обеспечение

Реализация рабочей программы дисциплины проходит в кабинете социально-экономических дисциплин.

Оборудование кабинета:

- Персональный компьютер в сборе (Процессор: Ryzen3 3 5300G (4 ядра и 4-8 потоков) Оперативная память: 8gb DDR4 3200 Mhz Накопитель: 256GB ssd.) – 1 шт.
- Короткофокусный проектор Optoma X309ST – 1 шт.
- Стол ученический Классик двухместный регулируемый, №4-6 СУР А.02.46 проект НМ-035.04.02 – 10 шт.
- Стул ученический Стандарт, №4-6 СТУР А 02.46.Ф проект НМ-035.30.02 – 19 шт.
- Учебная маркерная доска белая – 1 шт.

3.2. Учебно-методическое обеспечение

По дисциплине СГ.06. Основы бережливого производства разработана учебно-методическая документация:

- рабочая программа дисциплины;
- оценочные материалы;
- методические указания по выполнению заданий на практических занятиях;
- методические указания по выполнению самостоятельной работы.

3.3. Информационное обеспечение обучения

Учебная литература:

1. Староверова К. О. Основы бережливого производства : учебное пособие для среднего профессионального образования / К. О. Староверова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 74 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16473-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/531211 (дата обращения: 12.01.2024).

Дополнительная литература

1 ГОСТ Р 56020-2014. Бережливое производство. Основные положения и словарь. – Введ. 2015-03-01. – М.: Стандартинформ, 2015. – 18 с.

2 ГОСТ Р 56404-2015. Бережливое производство. Требования к системам менеджмента. – Введ. 2015-06-02. – М.: Стандартинформ, 2015. – 20 с.

3 ГОСТ Р 56407-2015. Бережливое производство. Основные методы и инструменты. – Введ. 2015-06-02. – М.: Стандартинформ, 2016. – 16 с.

4 ГОСТ Р 56908-2016. Бережливое производство. Стандартизация работы. – Введ. 2016-10-01. – М.: Стандартинформ, 2017. – 15 с.

5 VDI 2870 Blatt 2/Part 2. Lean production systems. List of methods // Verein Deutscher Ingenieure e.V. – Düsseldorf, 2013. – 111 s.

6 Стандартизированная работа // Пер. с англ. - М.: ИКСИ, 2007. – 152 с.

7 How to Calculate Standard Work in Process (SWIP) Quantity / Miller J. – 2007. – February 8. – Режим доступа: https://blog.gembaacademy.com/2007/02/08/how_to_calculate_standard_work.

8 Такеда, Х. Синхронизированное производство / Пер. с англ. – М.: Институт комплексных стратегических исследований, 2008. – 288 с.

9 Персональный проект о бережливом производстве / Учебно-консалтинговый ресурс. – Режим доступа: http://wkazarin.ru.

10 Практика внедрения бережливого производства / Учебно-консалтинговый ресурс. – Режим доступа: http://leanbase.ru.

11 Официальный сайт консалтинговой компании «Лин Консалт». – Режим доступа: http://www.lean-consult.ru.

12 Гавриченков, А.В. Система организации рабочих мест 5S // World class manufacturing. – М., 2013. – 132 с.

13 ГОСТ Р ИСО 19011-2012. Руководящие указания по аудиту систем менеджмента. – Введ. 2013-02-01. – М.: Стандартинформ, 2018. – 42 с.

14 5S для рабочих: как улучшить свое рабочее место / Группа разработчиков издательства Productivity Press – на основе Хироюки Хирано // Пер. с англ. – М.: ИКСИ, 2007. – 160 с.

15 ГОСТ Р 56906-2016. Бережливое производство. Организация рабочего пространства (5S). – Введ. 2016-10-01. – М.: Стандартинформ, 2017. – 15 с.

16 ГОСТ Р 57524-2017. Бережливое производство. Поток создания ценности. – Введ. 2018-01-01. – М.: Стандартинформ, 2017. – 18 с.

17 Ротер, М., Шук, Дж. Учитесь видеть бизнес-процессы. Практика построения карт потоков создания ценности. // Пер. с англ. Г.Муравьева. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2008. – 132 с.

18 ГОСТ Р 56907-2016. Бережливое производство. Визуализация. – Введ. 2016-10-01. – М.: Стандартинформ, 2017. – 11 с.

19 ГОСТ 12.4.026-2015. Система стандартов безопасности труда. Цвета сигнальные, знаки безопасности и разметка сигнальная. Назначение и правила применения. Общие технические требования и характеристики. Методы испытаний. – Введ. 2017-03-01. – М.: Стандартинформ, 2017. – 81 с.

20 Иллюстрированный глоссарий по бережливому производству. / Под ред. Ч. Марчвински и Дж. Шука. // Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс: CBSD, Центр развития деловых навыков, 2005 – 123 с.

21 Синго, С. Изучение производственной системы Тойоты с точки зрения организации производства. // Пер. с англ. – М.: ИКСИ, 2010. – 312 с.

22 СТО 02069024.101-2015. Работы студенческие. Общие требования и правила оформления. – Введ. 2016-02-08. – Оренбург: ОГУ, 2015. – 89 с. – Режим доступа: http://www.osu.ru/doc/385.

23 Семѐнычев, Ф. Проект «оптимизация процесса переналадки на стержневом участке ЛЦ-3 ПСЛ с применением принципов SMED». – Режим доступа: http://www.up-pro.ru/library/production_management/lean/smed-kamaz.html.

24 Официальный сайт компании ООО «Нефтеспецмонтаж-Лик». – Режим доступа: http://nsmlik.ru/vidy-deyatelnosti/remont-zapornoy-armatury .

25 История внедрения бережливого производства в ОАО «РЖД»: подробное описание опыта / Интернет-журнал интегрированного подхода в управлении и продвижению технологий делового совершенствования. – Режим доступа: http://www.lean6sigma.org.ua/2012/04/lean_implementation_in_russian_railways.

26 Стандартизированная работа. – М.: Институт комплексных стратегических исследований, 2007. – 152 с.

27 Картирование потока создания ценности / Официальный сайт Центра систем менеджмента качества. – Режим доступа: http://center-smk.ru/category/leanmanufacturing.

28 Токарные станки / Адаптированный текст 3-го издания Энциклопедии безопасности и гигиены труда. – Режим доступа: http://base.safework.ru/iloenc.

29 Кузьмин А.М., Высоковская Е.А. Интеллектуальные инструменты инноваций. Система канбан / Официальный сайт ООО «Финансово-промышленная группа «КМБ». – Режим доступа: http://fg-kmb.ru/sistema-kanban.

30 Официальный сайт ОАО «ТВЗ». – Режим доступа: http://www.tvz.ru/safe_production/instrlin/info_detail.php.

31 Попов, А. Канбан, здравый смысл, MRP и метла / Блог о производственном менеджменте «Leaninfo.ru». – Режим доступа: http://www.leaninfo.ru/2011/04/25/kanban-zdravyj-smysl-mrp-i-metla.

Электронные образовательные ресурсы:

Сайты, блоги, электронные библиотеки

1. Автономная некоммерческая организация «Федеральный центр компетенций в сфере производительности труда» (ФЦК). [Электронный ресурс]. URL: https://производительность.рф

2. Персональный проект о бережливом производстве / Учебно-консалтинговый ресурс. – [Электронный ресурс]. URL:http://wkazarin.ru

3. Практика внедрения бережливого производства / Учебно-консалтинговый ресурс. – [Электронный ресурс]. URL:: http://leanbase.ru

4. Официальный сайт консалтинговой компании «Лин Консалт». – [Электронный ресурс]. URL: http://www.lean-consult.ru

5. Словарь маркетолога. [Электронный ресурс]. URL: Бережливое производство: что это такое и как применять Lean-технологии | Unisender

6. ООО «НЕЙРОС». [Электронный ресурс]. URL:

Бережливое производство - что это такое и что какая его цель | инструменты и принципы lean методологии (neiros.ru)

7. Stik. [Электронный ресурс]. URL: Основы и принципы бережливого производства. (stik.pro)

Дополнительная электронная литература/учебные пособия, материалы, статьи

1. Руководство по бережливому производству Рон Перейра. [Электронный ресурс]. URL: LSS Academy (chirpo.ru)

2. Учебник для СПО. Основы бережливого производства, Изд. 3. Академия, под общей редакцией Е.А. Шашинковой. [Электронный ресурс]. URL: Онлайн-ридер (academia-moscow.ru)

Видеоматериалы/ виртуальные музеи/интерактивные презентации

1. Бесплатные видео-уроки. Видео-уроки - Бережливое производство (lean-practik.ru)

Тренажеры/ тесты/ кейсы/ материал для практикума/ бесплатные онлайн курсы

1. Агентство стратегических инициатив. [Электронный ресурс]. URL: Компьютерный тренажер «LEAN ПРОИЗВОДСТВО» (asi.ru)

2.Тест [Электронный ресурс]. URL: Бережливое производство. [Электронный ресурс]. URL:Тест Бережливое производство (prostospb.team)

4 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе текущего контроля знаний, проверки выполнения заданий практических занятий и самостоятельной работы, а также во время промежуточной аттестации.

Оценка качества подготовки обучающихся осуществляется через оценку знаний, умений по дисциплине и оценку сформированности компетенций.

Результаты обучения (знания, умения)	**Формы и методы контроля и оценки результатов обучения**	
	Текущий контроль	**Промежуточная аттестация**
уметь:		
$У_1$ - выделять деятельность, создающую ценность, определять ценности потребителя;	- оценка выполнения заданий на практических занятиях; - оценка участия обучающегося на учебном занятии; - оценка выполнения самостоятельной работы	- дифференцированный зачет
$У_2$ - проводить хронометраж работы;		
$У_3$ - строить карту потока создания ценности;		
$У_4$ - планировать мероприятия по достижению целей улучшений;		
$У_5$ - выявлять потери в процессах, предлагать пути улучшения;		
$У_6$ - определять возможности и риски методов бережливого производства;		
$У_7$ - применять систему 5С на рабочем месте;		
$У_9$ - применять методы и инструменты бережливого производства.		
знать:		
$З_1$ - основы принципы системы бережливого производства;	- оценка выполнения заданий на практических занятиях; - оценка участия обучающегося на учебном занятии; - устный опрос; - оценка выполнения заданий самостоятельной работы	- дифференцированный зачет
$З_2$ - основные методы организации производства на основе концепции бережливого производства;		
$З_3$ - основные виды потерь, их источники и способы их устранения;		
$З_4$ - роль государства в развитии бережливого производства;		
$З_5$ - инструменты бережливого производства;		
$З_6$ - правила построения потоков создания ценности и способы их оптимизации;		
$З_7$ - механизм осуществления бережливого производства;		

Оценка ***общих компетенций (ОК)***:

Результат (общие компетенции)	*Основные показатели*
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	- самостоятельно организует свою деятельность по выданным заданиям - умеет оценить свои возможности для выполнения поставленных целей, задач, заданий по дисциплине
ОК 02. Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности	- осуществляет поиск информации в сети Интернет и различных электронных носителях - извлекает информацию с электронных носителей - использует средства ИТ для обработки и хранения информации - представляет информацию в различных формах с использованием разнообразного программного обеспечения - создает презентации в различных формах
ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	- аккуратно ведет записи в учебных тетрадях - самостоятельно организует свою деятельность по выданным заданиям - проявляет стремление к приобретению новых знаний - участвует в мероприятиях, способствующих карьерному росту - владеет навыками самоорганизации и применяет их в учебной деятельности - умеет оценить свои возможности для выполнения поставленных целей, задач, заданий по дисциплине
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	- устанавливает позитивный стиль общения - выбирает стиль общения в соответствии с ситуацией - признает чужое мнение - при необходимости отстаивает собственное мнение - принимает критику - ведет деловую беседу в соответствии с этическими нормами - соблюдает официальный стиль при оформлении документов - составляет отчеты, задания в соответствии с запросом и предъявляемыми требованиями - оформляет документы в соответствии с нормативными актами - выполняет письменные и устные рекомендации преподавателя - способен к эмпатии - организует коллективное обсуждение рабочей ситуации
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	- умеет передавать информацию другому человеку - способен правильно формулировать свои мысли в устной и письменной формах - способен оценить уровень своих знаний по дисциплине
ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию,	- ведет деловую беседу в соответствии с этическими нормами

демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения.	- признает чужое мнение - способен к эмпатии - не обманывает - старается выполнять задания сам, не прибегая к помощи других
ОК 07. *Содействовать сохранению окружающей среды,* ресурсосбережению, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях[1]	- поддерживает чистоту в учебном кабинете и на своем рабочем месте - адекватно реагирует на внезапное изменение ситуации (звонок, сирена, сигнал тревоги) - знает принципы правильной организации рабочего места - умеет определять время на различные виды и формы работы

Оценка ***профессиональных компетенций (ПК)*** происходит через освоенные знания и умения.

Критерии и методы оценки освоения запланированных результатов дисциплины отражены в оценочных материалах.

[1] Выделенное курсивом не формируется в рамках данной дисциплины

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

ОСНОВЫ БЕРЕЖЛИВОГО ПРОИЗВОДСТВА

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

по выполнению заданий на практических занятиях

для специальности 42.02.01 Реклама

Якутск, 2024

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г.)

Методические указания составлены в соответствии с рабочей программой по дисциплине СГ.06. Основы бережливого производства

Разработчик: АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»

Составитель:
Сидорова А.Ю., зам.директора по УВР

1. Пояснительная записка

Дисциплина СГ.06. Основы бережливого производства является общепрофессиональной дисциплиной профессионального учебного цикла ППССЗ и изучается в течение одного семестра.

В результате освоения дисциплины СГ.06. Основы бережливого производства обучающиеся должны

уметь:

$У_1$ - выделять деятельность, создающую ценность, определять ценности потребителя;

$У_2$ - проводить хронометраж работы;

$У_3$ - строить карту потока создания ценности;

$У_4$ - планировать мероприятия по достижению целей улучшений;

$У_5$ - выявлять потери в процессах, предлагать пути улучшения;

$У_6$ - определять возможности и риски методов бережливого производства;

$У_7$ - применять систему 5С на рабочем месте;

$У_9$ - применять методы и инструменты бережливого производства.

знать:

$З_1$ - основы принципы системы бережливого производства;

$З_2$ - основные методы организации производства на основе концепции БП;

$З_3$ - основные виды потерь, их источники и способы их устранения;

$З_4$ - роль государства в развитии бережливого производства;

$З_5$ - инструменты бережливого производства;

$З_6$ - правила построения потоков создания ценности и способы их оптимизации;

$З_7$ - механизм осуществления бережливого производства.

с целью овладения **общими компетенциями (ОК)**:

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.

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

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

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команд

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.

ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных

ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения.

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

и профессиональными компетенциями (ПК):

ПК 1.1. Определять целевую аудиторию и целевые группы.

ПК 1.2. Проводить анализ объема рынка.

ПК 1.3. Проводить анализ конкурентов.

ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

ПК 2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

ПК 2.2. Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

ПК 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.

ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.

ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.

ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.

ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.

ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.

Количество часов на практические занятия – **16** часов.

Требования к выполнению заданий

Практические задания выполняются обучающимися в обязательном порядке по указанию преподавателя.

Работы выполняются в рабочей тетради и сдаются для проверки преподавателю. Полученная оценка выставляется в журнал и учитывается при освоении дисциплины в целом.

Критерии оценивания выполненных заданий

Работа оценивается по 5 балльной шкале:

Оценка «**отлично»** ставится, если студент выполнил работу в полном объеме с соблюдением необходимой последовательности действий; в ответе правильно и аккуратно выполняет все записи, таблицы, рисунки, чертежи, графики, вычисления; правильно выполняет анализ ошибок.

Оценка **«хорошо»** ставится, если студент выполнил требования к оценке "5", но допущены 2-3 недочета.

Оценка **«удовлетворительно»** ставится, если студент выполнил работу не полностью, но объем выполненной части таков, что позволяет получить правильные результаты и выводы; в ходе проведения работы были допущены ошибки.

Оценка **«неудовлетворительно»** ставится, если студент выполнил работу не полностью или объем выполненной части работы не позволяет сделать правильных выводов

Практическое занятие № 1
Современные методы повышения эффективности организации производства

Цель: ознакомление с современными методы повышения эффективности организации производства, получение концептуальных знаний о дисциплине, представление о ситуациях, в которых может быть использовано Управление компанией на основе бережливого производства.

Время выполнения работы – 2 часа

ПОРЯДОК ВЫПОЛНЕНИЯ:

1. Ознакомиться основными терминами и ключевыми понятиями современной организации бережливого производства.
2. Определить положение предприятия во внешней среде.
3. Детализировать понятие бережливого производства как комплексный подход к оптимизации процессов предприятия.
4. Составить графическое изображение трех составляющих бережливого производства.
5. Ознакомиться с основными принципами бережливого производства. Проанализировать их на основе конкретных примеров.
6. Оформить таблицу ключевых понятий бережливого производства.
7. Подготовить в виде отчета по работе комплект материалов «Концепция бережливого производства», включающий в себя: представление предприятия как объекта для совершенствования; графическое изображение положения предприятия во внешней среде, графическое изображение трех составляющих бережливого производства, таблица ключевых понятий бережливого производства с примерами, выводы по выполненной работе, список использованных источников.

Краткие теоретические сведения, необходимые для выполнения работы

Бережливое производство является комплексным подходом, включающим оптимизацию процессов, обеспечение управленческой инфраструктуры и изменение образа мышления и поведения сотрудников. Основными принципами бережливого производства являются принцип «точно вовремя» (just-in-time) с исключением всех видов потерь и принцип автономизации (autonomation), или автоматического процесса преобразований с использованием интеллекта. Третий принцип известен как "дзидока", что означает «встраивание контроля качества» на всех уровнях компании.

Принципы бережливого производства

1. Определение ценности продукции (произведенной работы). Ценность определяется исключительно ее конечным потребителем (внешним или внутренним).

2. Разделение потока создание ценности продукта на три категории: а) действия, создающие ценность, за которую готов платить потребитель; б) действия, не создающие ценность, но за которые готовы платить акционеры/собственники предприятия; в) действия, не создающие ценности, за которые вынуждены расплачиваться и собственники, и сотрудники предприятия.

3. Организация движения потока создания ценности от производства изделий «партиями» и «очередями» к производству ценности каждого единичного продукта.

4. Применение технологии «вытягивания продукта» потребителем.

5. Непрерывное упрощение, совершенствование и обеспечение прозрачности работы всех участников процесса производства

Вопросы для обсуждения:

1. Бережливое производство как образ мышления.
2. Поведение крупных российских компаний на рынке.
3. Субъективное ощущение потребителя - ценность.
4. Потери - потребление ресурсов без создания ценности.
5. Реинжиниринг и совершенствование - что общего.

Контрольные вопросы:

1. В чем суть бережливого производства?
2. Перечислите основные принципы бережливого производства.
3. Как можно представить субъективное ощущение потребителя?
4. Какие бывают потери при реализации концепции бережливого производства?
5. Что такое время такта? Привести пример.
6. Раскройте понятия радикального и непрерывного улучшения.

Практическое занятие № 2
Бережливое производство как способ повышения эффективности деятельности

Цель: ознакомление с действиями по всей цепочке процесса изготовления продукта (изделий или услуг) при борьбе с потерями в условиях реализации концепции бережливого производства.

Время выполнения работы – 2 часа

ПОРЯДОК ВЫПОЛНЕНИЯ:

1. Ознакомиться основными требованиями по организации избавления от потерь на производстве и классификацией потерь.
2. Выбрать предприятие для анализа предполагаемых потерь, подготовить схему организации непрерывного потока от идеи до готового изделия.
3. Составить таблицу для анализа взаимосвязей понятий «потери», «непостоянство», «отсутствие гибкости».
4. Ознакомиться с ключевыми факторами успеха внедрения концепции бережливого производства.
5. Подготовить в виде отчета по работе комплект материалов «Бережливое производство - как способ повышения эффективности производства», включающий в себя: обобщенный анализ предполагаемых потерь предприятия, схема организации непрерывного потока от идеи до готового изделия, детализированная таблица взаимосвязей понятий «потери», «непостоянство», «отсутствие гибкости», рекомендации по внедрению изучаемой концепции, выводы по выполненной работе, список использованных источников.

Краткие теоретические сведения, необходимые для выполнения работы

В любой производственной системе, во всех процессах - от закупок материалов, производства продукта до продаж - существуют скрытые потери. И если все современные концепции организации производства говорят больше о «технократических» способах борьбы с потерями - например, более точном нормировании, отладке технологий, замене оборудования, т.е. отличаются своими акцентами, терминологией и степенью ориентации на те или иные аспекты менеджмента, то набирающая свою популярность концепция «бережливого производства» ставит во главу угла борьбу с потерями всех видов, при применении совершенно иной культуры организации и стиля менеджмента как среди высших, так и среди первичных уровней управления. Все действия, которые составляют поток создания ценности, почти всегда можно разделить на три категории: действия, создающие ценность, как, например, сборочные операции на этапе изготовления готового изделия; действия, не создающие ценность, но неизбежные в силу ряда причин, например технологических, такие, как подготовка

технического обоснования для заключения договора или проверка качества установки оборудования (пустышка первого рода); действия, не создающие ценность, которые необходимо стремиться исключить из процесса, например, сбор ненужных справок и документов, по которым не принимаются решения (пустышка второго рода).

ERP система в управлении ресурсами предприятия

Термин ERP на языке современного менеджмента содержит в себе следующий смысл: «Финансово-ориентированная информационная система для определения и планирования ресурсов всего предприятия, необходимых для того, чтобы принять, сделать, отгрузить и отразить в учете заказы клиентов». Системы ERP предназначены для управления финансовой и хозяйственной деятельностью предприятия. Это «верхний уровень» в иерархии систем управления предприятием, затрагивающий ключевые аспекты его производственной и коммерческой деятельности, такие, как производство, планирование, финансы и бухгалтерия, материально-техническое снабжение и управление кадрами, сбыт, управление запасами, ведение заказов на изготовление продукции и предоставление услуг. Такие системы создаются для предоставления руководству информации для принятия управленческих решений, а также для создания инфраструктуры электронного обмена данными предприятия с поставщиками и потребителями.

Главная задача ERP - систем - достичь конкурентоспособных качеств за счет оптимизации деловых процессов предприятия и понижения уровня издержек. Применение ERP - системы позволяет использовать одну интегрированную программу вместо нескольких разрозненных. Единая система может управлять обработкой, логистикой, дистрибуцией, запасами, доставкой, выставлением счетов-фактур и бухгалтерским учѐтом.

Вопросы для обсуждения:

1. Технократические способы борьбы с потерями.
2. Осознание возможностей избавления от скрытых потерь.
3. Классические примеры потерь.
4. Система ценностной ориентации сотрудников и их взаимоотношения как основной способ организации потока.

Контрольные вопросы:

1. Какая связь между бережливым производством, ценностями и затратами?
2. Перечислите виды потерь.
3. Сформулируйте принципы организации потока с учетом культуры управления.
4. Каким образом связаны понятия: потери, отсутствие гибкости и непостоянство?
5. В чем состоит суть системы повышения производительности предприятия «20 ключей»?

Практическое занятие № 3
Инструменты бережливого производства

Цель: знакомство с методами реализации концепции бережливого производства, формирование общего представления о содержании методов, условиях их применения

Время выполнения работы – 2 часа

ПОРЯДОК ВЫПОЛНЕНИЯ:

1. Изучить философию и сферы деятельности Кайдзен.
2. Подготовить таблицу «ключевая концепция подхода кайзен», определить тип принципа и дать краткую характеристику.
3. Ознакомиться с системой рационализации рабочего места. Изобразить графически движение 5S и методику внедрения.
4. Подготовить аннотацию методологии шесть сигм: цель, метод, принципы.
5. Изучить: метод структурного анализа: графически изобразить процесс принятия решения; подходы составления матрицы приоритезации.
6. Сформулировать и таблично представить основные идеи методов: Диаграмма Парето, Пять «почему?», «Кампания красных ярлыков».
7. Определите инструменты преобразований предприятий. Изложите условия применения.
8. Освоенный материал изложить в отчете «Инструменты бережливого производства» с подробным анализом возможностей каждого метода, используемых методологических технологий его применения, предприятий, применяющих технологию зарубежных и отечественных, выводов, списка использованных источников.

Краткие теоретические сведения, необходимые для выполнения работы

Кайдзен (непрерывное улучшение) В японском языке слово «кайдзен» (от «кай» — «изменение» и «зен» (цен) — «хорошо») означает непрерывное совершенствование.

Кайдзен трудно отнести к методам организации производства. Он скорее представляет собой японскую философию, исходящую из того, что все, окружающее нас, должно постоянно и непрерывно улучшаться. И в первую очередь - это производственная среда и производственные процессы, разработки, вспомогательные бизнес-процессы и управление. Впервые философия кайдзен была применена в ряде японских компаний (включая Toyota) в период восстановления после Второй мировой войны, и с тех пор распространилась по всему миру. Термин «кайдзен» стал широко известен благодаря одноимѐнной книге Масааки Имаи (1986, Kaizen: TheKeytoJapan’sCompetitiveSuccess).

Кайдзен может охватывать следующие сферы деятельности:

- обеспечение необходимого качества (в соответствии с постоянно обновляемыми стандартами);

- снижение затрат;
- выполнение производственных заданий минимальными усилиями;
- соблюдение дисциплины выпуска по количеству, ритмичности и качеству;
- безопасность на рабочем месте; разработка новой продукции, инновационных проектов с учетом существующего опыта, проблем и недостатков;
- выявление резервов повышения производительности;
- управление поставщиками/контрагентами.

Пять «S» «Пять «S» представляет собой систему рационализации рабочего места. Была разработана в послевоенной Японии в компании Toyota. Данная концепция опирается на философию малозатратного, бережливого производства. Название метода, а правильнее было бы назвать его движением 5S, происходит от пяти японских слов, которые начинаются с буквы S:

1. Сэири «сортировка» (упорядочи, отделив нужное от ненужного) — чѐткое разделение вещей на нужные и ненужные и избавление от последних: незавершенное производство (ненужные детали); неиспользуемое оборудование, транспортная тара и т.д.; забракованные изделия; документы, инструкции, чертежи.

2. Сэитон «соблюдение порядка» (аккуратно расположи, что осталось) — организация хранения необходимых вещей, которая позволяет быстро и просто их найти и использовать. Расположение предметов должно отвечать требованиям безопасности, качества, эффективности работы.

3. Сэисо «содержание в чистоте» (уборка) — соблюдение рабочего места в чистоте и опрятности.

4. Сэикэцу «стандартизация» (поддержание порядка, дисциплина) — необходимое условие для выполнения первых трѐх правил. Подразумевает формальное, письменное закрепления правил содержания рабочего места, технологии работы и других процедур.

5. Сицукэ «совершенствование» (формирование привычки) — воспитание привычки точного выполнения установленных правил, процедур и технологических операций Шесть сигм Шесть сигм (sixsigma) — это методология, служащая для измерения и повышения производительности компании посредством определения и выявления дефектов в процессах производства или предоставления услуг. Название происходит от статистической категории «среднеквадратическое отклонение», обозначаемой греческой буквой о.

Методика «шести сигм» разработана в корпорации Motorola (США) в 1986 г. «Шесть сигм» — таков уровень эффективности процесса, при котором на каждый миллион возможностей или операций приходится всего 3,4 дефекта. Дефектом считается все, что лежит вне требований клиента. Часто под «Шестью сигмами» понимают просто меру качества, применяемую для уменьшения количества дефектов в процессе производства или доставки продуктов и услуг

Вопросы для обсуждения:

1. Зарубежные предприятия и методы бережливого производства.

2. Инструменты бережливого производства, возможности, ограничения в использовании.

3. Методическое сопровождение идеологии любого из методов.

4. Инструменты преобразований - что известно?

Контрольные вопросы:

1. Какой спектр задач решает философия «кайдзен»?

2. Определите основную методологическую сложность внедрения систему рационализации рабочего места «пять S».

3. Каким образом реализуется методика «шести сигм»?

4. В чем состоит значимость использования метода «Дерево решений»?

5. Определите место методу «Матрица приоретизации» в общей структуре задач принятия решений.

6. «Пять почему?» и «Диаграмма Парето» - один и тот же метод?

Практическое занятие № 4
Методы диагностики скрытых потерь

Цель: Ознакомление с методами диагностики скрытых потерь - построение карты потока создания ценности.

Время выполнения работы – 2 часа

ПОРЯДОК ВЫПОЛНЕНИЯ:

1. Ознакомится с основными понятиями потока в контексте бережливого производства.

2. Определить причины, по которым необходимо построить карту потока создания ценности.

3. Проанализировать рекомендации по составлению карт.

4. Составить карту потока простейшего предприятия опираясь на аналог.

5. Подготовить отчет по работе «Построение фрагмента карты потока создания ценности», включающий в себя разделы: описание функций составных частей карты потока, графическое представление, выводы, список использованных источников.

Краткие теоретические сведения, необходимые для выполнения работы

Понятие «поток создания ценности» - это все действия (как добавляющие, так и не добавляющие ценность), нужные, чтобы провести весь продукт через следующие потоки операций:

1) производственный поток - от сырья до готовой продукции (или от входных ресурсов к готовому продукту/услуге);

2) поток проекта - от концепции до выпуска первого изделия.

Производственный поток начинается от запросов потребителя и идет назад, к сырью, - именно этот поток мы обычно рассматриваем, когда говорим о

бережливом производстве. Такой взгляд на поток создания ценности означает, что мы смотрим на картину в целом, а не только на отдельные процессы и занимаемся совершенствованием целого, а не оптимизацией отдельных частей.

Построение карты потока создания ценности - это инструмент, который с помощью карандаша и бумаги помогает увидеть и понять материальные и информационные потоки в производственном процессе. Построение карты текущего состояния начинается с анализа производственной ситуации.

На примере завода «III» построена карта потока ценностей «от двери до двери». На карту нанесены названия обобщенных процессов, например, «сборка» или «сварка», не указывая каждый шаг процесса. Уровень детализации зависит от того, какой горизонт производства вы собираетесь охватить.

Вопросы для обсуждения:

1. Скрытые потери и их диагностика.
2. Иллюстрация потока на карте ценностей.
3. Информационные и материальные потоки.
4. Карта потока создания ценности как инструмент.

Контрольные вопросы:

1. В чем состоит суть совершенствования целого?
2. Перечислите основные причины построения карты потока создания ценности.
3. Какие Вам известны способы визуализация потока создания ценности?
4. Каков порядок построения карты?
5. Какой из пунктов рекомендаций по построению карт Вам кажется наиболее ценным?

Практическое занятие № 5
Диагностика потерь на основе анкеты

Цель: изучить принципы диагностики потерь на основании анкеты

Время выполнения работы – 2 часа

ПОРЯДОК ВЫПОЛНЕНИЯ:

В ходе практического занятия студент должен: на основе изученной экономической литературы закрепить знания о диагностике потерь на основе анкеты.

Вопросы для обсуждения:
1. Виды потерь;
2. Инструменты диагностики потерь;
3. Основные принципы составления анкеты.

Контрольные вопросы:
1. Какие виды потерь вы знаете?
2. Какие основные принципы диагностики потерь?
3. Что включает в себя анкета?

Практическое занятие № 6
Оценка эффективности от устранения потерь

Цель: изучить принципы оценки эффективности от устранения потерь.

Время выполнения работы – 2 часа

ПОРЯДОК ВЫПОЛНЕНИЯ:

В ходе практического занятия студент должен: на основе изученной экономической литературы закрепить навыки оценки эффективности от устранения потерь.

Вопросы для обсуждения:

1. Расчет эффективности мероприятий по бережливому производству;
2. Показатели экономической эффективности мероприятий по улучшению условий труда;
3. Прирост производительности труда;
4. Годовой экономический эффект;
5. Прирост объема производства;

Контрольные вопросы:

1. Какие основные мероприятия по бережливому производству вы знаете?
2. Как рассчитать годовой экономический эффект?
3. Какие показатели прироста производительности труда?

Практическое занятие № 7
Формирование «команды процесса»

Цель: освоение технологии организации взаимодействия в цепочке процесса.

Время выполнения работы – 2 часа

ПОРЯДОК ВЫПОЛНЕНИЯ:

1. Изучить условия и необходимость создания команды процесса.
2. Сформулировать функции «продуктовых команд»: схема действия, трудности и препятствия.
3. Ознакомиться с основами разработки электронных курсов на основе учебнометодического комплекса дисциплины.
4. Оценить возможность организации производства в условиях «узкого» или «широкого» профессионального профиля сотрудников.
5. Освоенный материал изложить в отчете «Технологии организации взаимодействия в цепочке процесса» с подробным анализом каждой освоенной функцией технологии формирования команды.

На занятиях выдается: Документация и справочные материалы; предоставляется возможность использования ресурсов Internet.

Краткие теоретические сведения, необходимые для выполнения работы

Поскольку бережливое предприятие нацелено на создание канала, в котором течет поток создания ценности, очевидно, что традиционные функциональные службы не могут играть ту же роль, что играли в прошлом.

Отдел проектирования не должен заниматься «проектированием» в смысле выполнения традиционных чертежных задач.

Отдел закупок не должен «закупать» в смысле заключения множества не связанных между собой контрактов и жесткого контроля над выполнением поставок.

В производственных цехах никто, кроме руководителя процессной команды, не должен указывать рабочим, чем им заниматься в рабочее время.

Служба качества не должна устраивать «аудиторские» набеги или «тушить пожары», ликвидируя внезапно возникшие проблемы с качеством.

Всем эти должны заниматься сформированные на принципах бережливого производства продуктовые команды, так как решать текущие вопросы - их непосредственная обязанность. Каждый участник продуктовой команды рассматривает сотрудника, следующего в цепочке процесса за ним, как своего «внутреннего заказчика», поэтому в таких командах велика роль тесного взаимодействия работников, работающих на единую задачу: выпуск продукции без потерь с надлежащим уровнем качества. Достаточно бегло взглянуть на схему бережливого производства, как станет понятно, что бережливое предприятие предполагает налаживание канала для течения потока создания ценности, весьма

большая доля сотрудников - участников этого потока будет непосредственно создавать ценность. Многие действия, прямо не участвующие в создании ценности, будут упразднены. Придется распрощаться и с теми сотрудниками, которые отвечали за выполнение этих действий. Многих это сбивает с толку. Ведь стандартная схема карьерного роста предполагает, что специалист, приобретая новые знания и развивая свои компетенции, постепенно поднимается по управленческой лестнице, существующей внутри своего функционального подразделения, параллельно увеличивая свой доход.

Профессионалы, работающие в продуктовых командах, рано или поздно могут начать интересоваться тем, «каково их будущее» и «как следует называть их должность» («Я учился на инженера-электрика, но теперь большую часть времени занимаюсь вещами, для которых мне мое образование не нужно»). Хотя само участие в бережливом производстве, безусловно, должно приносить большее удовлетворение, чем работа в изолированных «департаментах» по методу «партий и очередей», отсутствие должностного роста и возможности развивать управленческие навыки многими воспринимается весьма тяжело.

Вопросы для обсуждения:

1. Новая роль подразделений при организации бережливого производства.
2. Оптимизация сотрудников - неизбежность?
3. Карьерный рост в условиях бережливого производства.

Контрольные вопросы

1. Перечислите основные вопросы, которые должна решать «продуктовая команда».
2. Как осуществляю подбор сотрудников для команды процесса?
3. Каким образом осуществляется карьерный рост в условиях работы в команде?
4. Раскройте понятие «профессионализм»?
5. Существует ли альтернатива формированию «команды процесса»?

Практическое занятие № 8
Решение задач

Цель: решение задач.

Время выполнения работы – 2 часа

ПОРЯДОК ВЫПОЛНЕНИЯ:

Задание 1

Выберите один из принципов классификации затрат для своего предприятия, обоснуйте свой выбор и распределите свои затраты по данному признаку.

Задание 2

Предприятие выпускает офисную мебель и реализует ее: офисные столы по 4500 руб., компьютерные столы по 5500 руб., стулья по 2500 руб. Затраты на производство:

	Офисные столы	Компьютерные столы	стулья
Материалы, руб.	1500	1800	900
Заработная плата рабочих, руб.	500	700	400
Прочие переменные расходы, руб.	500	1000	400
Постоянные расходы, руб.	300 000		
Объем реализации в месяц, шт.	2000	1500	2500

Мощности загружены не полностью. Поступило предложение о дополнительном заказе компьютерных столов − 500 шт. по цене 4000 руб.
Принимать ли данный заказ? Обоснуйте свое решение.

Задание 3

Руководитель компании просит составить сравнительный отчет о прибылях и убытках разными методами и просчитать сценарии развития производства и реализации при наилучшей и наихудшей рыночной конъюнктуре.

Таблица – Стандартная себестоимость продукта, долл.

Затраты на единицу продукции	*Сумма*
Труд основных производственных рабочих	500
Основные материалы	1100
Переменные производственные накладные расходы	400
Постоянные производственные расходы*	500
ИТОГО:	**2500**

*Величина постоянных производственных накладных расходов вычислена исходя из сметного выпуска 200 000 ед. продукции в год.

Реализационные и административные расходы составили: постоянные расходы – 12000000 руб. в год, переменные расходы – 15 % стоимости реализации

Планируемая цена реализации единицы продукции — 4000 руб., а количество произведенной продукции составит 210000 единиц, а и проданной – 201000 единиц.

Официальные источники прогнозируют рост цен на материальные ресурсы на 0,9%, на рабочую силу на 2,5%.

Задание 4

Рассчитайте оптимальную производственную программу в натуральном выражении и рассчитайте максимально возможную прибыль на основе следующих данных:

Показатели, руб.	**Продукт А**	**Продукт Б**	**Продукт В**	**Продукт Д**
Цена реализации единицы продукции	120	200	350	260
Переменные расходы	66	104	267	150
Время, необходимое для производства продукции, машино-час	20	40	50	30
Емкость рынка, ед.	250	150	900	3000

Постоянные расходы за период составят 15000 рублей.

Производственные мощности ограничены 50000 машино-часами работы оборудования.

Задание 5

Предприятие планирует выпуск новой продукции А, при проведении анализа рынка было выявлено, что потребители готовы ее покупать по цене не более 500 руб. за единицу, объем рынка – 100000 шт. При производстве данной продукции предприятие хотело бы получить прибыль 2000000 руб.

Структурное подразделение ответственное за производство данной продукции определило возможные текущие затраты на производство продукции в 35000000 руб.:

1 определите целевые плановые затраты на производство и реализацию продукции А.

2 обоснуйте свое решение, если целевые затраты выше (ниже) расчетной суммы текущих затрат.

Приложение А
(рекомендуемое)
Примеры определения времени такта и времени цикла

А.1 Определение времени такта

Предприятие работает 1 смену по 8 часов 5 дней в неделю, имея 30 минут на обед и 30 минут на регламентированные перерывы. За неделю необходимо выпустить V = 1000 деталей.

Доступное время t_Σ будет равно:

$t_\Sigma = (8 \cdot 60 – 30 – 30) \cdot 5 = 420 \cdot 5 = 2100$ минут в неделю (126000 секунд).

Время такта t_t (2.1):

$$t_t = 2100/1000 = 2{,}1 \text{ минута на деталь} = 126 \text{ секунд на деталь.}$$

Время такта t_t = 126 секунд на деталь означает, что **для выполнения заказа** необходимого объема (V = 1000 деталей) **за установленное время** (неделя) при существующем режиме работы производства для изготовления одной детали требуется не менее 126 секунд.

А.2 Определение времени цикла

Наблюдения показали, что каждые 10 минут станок может производит 8 деталей. В данном случае время цикла составляет (2.6):

$$t_l = 10 \cdot 60 / 8 = 75 \text{ секунд на деталь.}$$

Время цикла в 75 секунд в данном случае означает, что для выполнения заказа необходимого объема (V = 1000 деталей) при существующем режиме работы производства с учетом фактических производственных мощностей предприятия для изготовления одной детали требуется не менее 75 секунд.

Сравнивая полученное значение времени цикла (t_l = 75 с) с рассчитанным в примере А.1 временем такта (t_t = 126 с) можно сделать вывод, что т.к. $t_l < t_t$ – производственных мощностей достаточно для удовлетворения спроса (выполнения заказа). [9, 10]

Приложение Б
(рекомендуемое)
Примеры определения стандартного уровня незавершенного производства

Б.1 На предприятии существует линия по производству тары для выпускаемой продукции. На линии работаю 6 операторов, выполняющие различные технологические операции. На рисунке Б.1 изображена линия производства и значения времени такта и времени цикла каждого из операторов.

С помощью определения SWIP можно оптимизировать количество операторов, необходимых для выполнения требуемого объема производства с учетом установленного времени такта.

Кроме того, за счет оценки SWIP появляется возможность выровнять значения времени цикла (выравнивание загрузки производственной линии). Из графика рисунка Б.1 очевидны значительные «перекосы» времени цикла различных операторов. Так, например, время цикла первого и второго операторов практически равно и составляет t_{l1} = 13 с и t_2 = 16 с соответственно, а третьего – t_{l3} = 27 с. Это может привести или к локальному перепроизводству на данном участке (продукция начнет скапливаться), или первый и второй операторы вынуждены будут простаивать, ожидая завершения выполнения операции третьим оператором.

В соответствии с формулой (2.8) для рассматриваемого случая

$$SWIP = Q_o = \frac{\sum_{i=1}^{n} t_{li}}{t_{ti}}, \qquad (Б.1)$$

где n – число операторов на линии до оптимизации;

Qo – число операторов на линии после оптимизации (необходимое и достаточное).

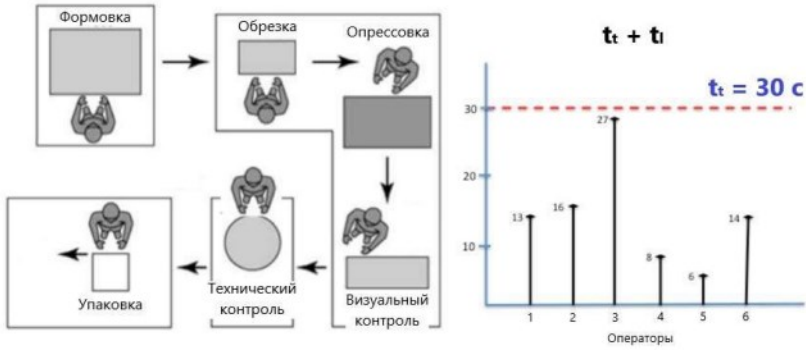


Рисунок Б.1

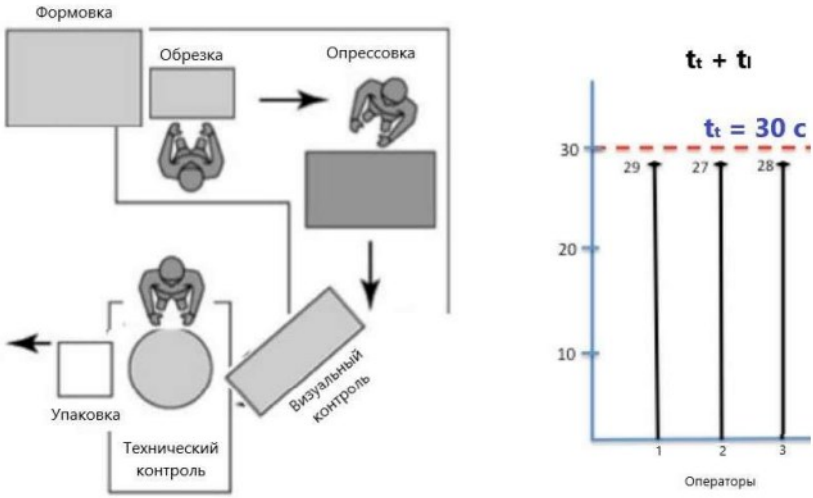


Рисунок Б.2

Получаем:

$$SWIP = Q_o = \frac{13+16+27+8+6+14}{30} = \frac{84}{30} = 2,8 \approx 3 \text{оператора}.$$

Определенное значение SWIP показывает, что для выполнения заказа необходимого объема с установленным временем такта достаточно присутствия на линии трех операторов. Следовательно, требуется оптимизация производственного процесса с перераспределением производственных операций между операторами (рисунок Б.2).

Как видно из графика рисунка Б.2, оптимизация производственной линии в соответствии с определенным значением SWIP и перераспределением производственных операций между операторами позволяет выровнять значения времени такта операторов, что значительно повышает эффективность производственного процесса.

Б.2 Рассмотрим случай с различными значениями времени такта для разных технологических операций (рисунок Б.3). Для рассматриваемого случая

$$SWIP = Q_o = \frac{\sum_{i=1}^{n} t_{li}^1}{t_t^1} + \frac{\sum_{i=1}^{m} t_{li}^2}{t_t^2}. \qquad (Б.2)$$

Получаем:

$$SWIP = Q_o = \frac{\sum_{i=1}^{n} t_{li}^1}{t_t^1} + \frac{\sum_{i=1}^{m} t_{li}^2}{t_t^2} = \frac{t_{l1}^1 + t_{l2}^1 + t_{l7}^1 + t_{l8}^1}{t_t^1} + \frac{t_{l3}^2 + t_{l4}^2 + t_{l5}^2 + t_{l6}^2}{t_t^2} =$$

$$= \frac{13+15+12+9}{30} + \frac{44+42+56+52}{60} = 1,63 + 3,23 \approx 5 \text{ операторов.}$$

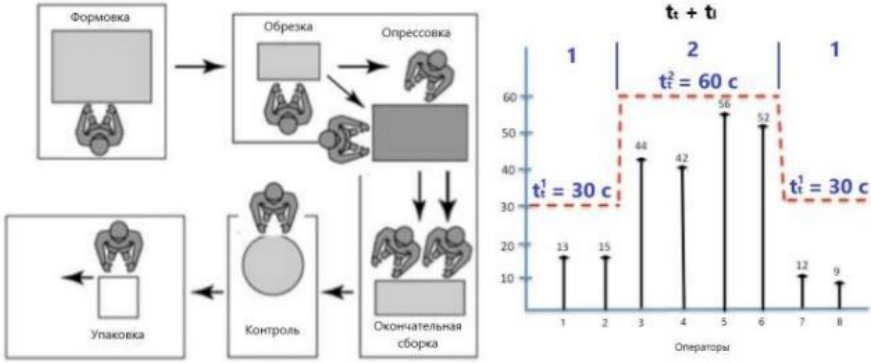
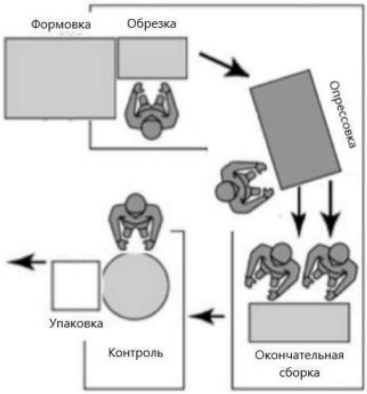


Рисунок Б.3 Оптимизированный вариант производственной линии представлен на рисунке А4. [9]


Формовка
Обрезка
Опрессовка
Упаковка
Контроль
Окончательная сборка

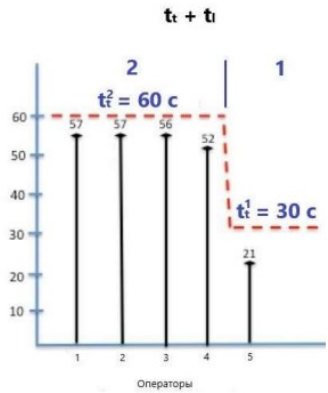
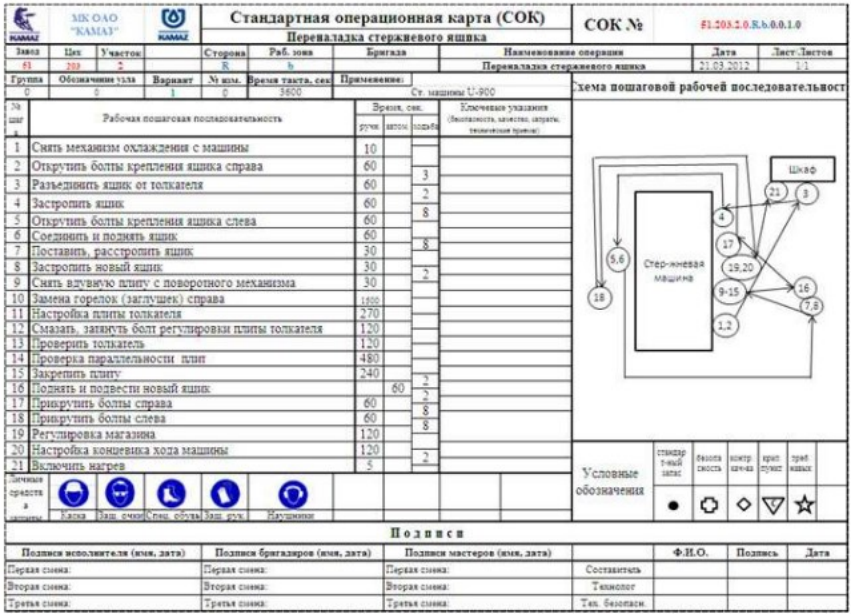

tt + tl
2
1
t2t = 60 c
t1t = 30 c
60
50
40
30
20
10
57
57
56
52
21
1
2
3
4
5
Операторы

Рисунок Б.4

Приложение В
(рекомендуемое)

Примеры стандартных операционных карт (процедур)



МК ОАО "КАМАЗ"

Стандартная операционная карта (СОК)

Переналадка стержневого ящика

СОК № Б1.203.2.0.Б.b.0.0.1.0

Завод	Цех	Участок	Сторона	Раб. зона	Бригада	Наименование операции	Дата	Лист /Листов
63	203	2	R	b		Переналадка стержневого ящика	21.03.2012	1/1

Группа	Обозначение узла	Вариант	№ изм.	Время такта, сек	Применение
0	0	1	0	3600	Ст. машины Ц-900

Схема пошаговой рабочей последовательност

№ шаг	Рабочая пошаговая последовательность	Время, сек: ручн.	автом.	подач.	Ключевые указания (безопасность, качество, затраты, технические принципы)
1	Снять механизм охлаждения с машины	10			
2	Открутить болты крепления ящика справа	60		3	
3	Разъединить ящик от толкателя	60		2	
4	Застропить ящик	60		8	
5	Открутить болты крепления ящика слева	60			
6	Соединить и поднять ящик	60			
7	Поставить, расстропить ящик	30		8	
8	Застропить новый ящик	30			
9	Снять вдувную плиту с поворотного механизма	30		2	
10	Замена горелок (заглушек) справа	1800			
11	Настройка плиты толкателя	270			
12	Смазать, затянуть болт регулировки плиты толкателя	120			
13	Проверить толкатель	120			
14	Проверка параллельности плит	480			
15	Закрепить плиту	240			
16	Поднять и подвести новый ящик		60	3	
17	Прикрутить болты справа	60		2	
18	Прикрутить болты слева	60		8	
19	Регулировка магазина	120		8	
20	Настройка концевика хода машины	120			
21	Включить нагрев	5		2	

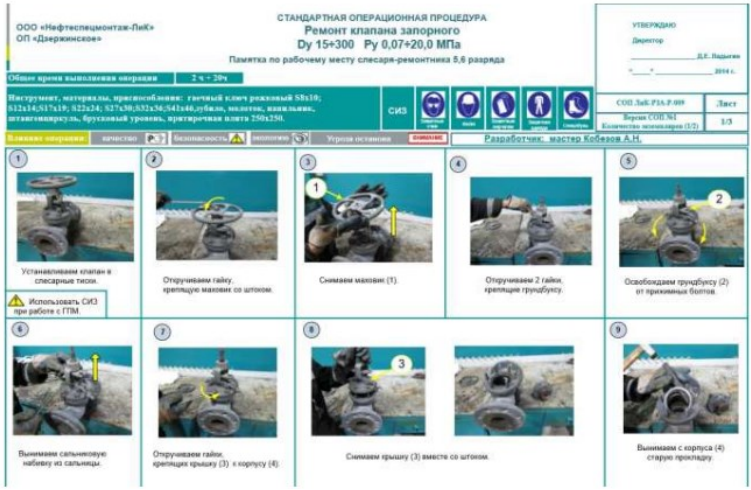
Личные средства защиты: Каска, Защ. очки, Спец. обувь, Защ. рук., Наушники

Условные обозначения: стандартный запас, безопасность, контр. качка, крит. пункт, треб. навык

Подписи

Подписи исполнителя (имя, дата)	Подписи бригадиров (имя, дата)	Подписи мастеров (имя, дата)		Ф.И.О.	Подпись	Дата
Первая смена:	Первая смена:	Первая смена:	Составитель			
Вторая смена:	Вторая смена:	Вторая смена:	Технолог			
Третья смена:	Третья смена:	Третья смена:	Тех. безопасн.			

Рисунок В.1 [23]



ООО «Нефтеспецмонтаж-ЛиК»
ОП «Дзержинское»

СТАНДАРТНАЯ ОПЕРАЦИОННАЯ ПРОЦЕДУРА
Ремонт клапана запорного
Dy 15÷300 Py 0,07÷20,0 МПа
Памятка по рабочему месту слесаря-ремонтника 5,6 разряда

УТВЕРЖДАЮ
Директор
Д.Е. Падыгин
«___» _____ 2014 г.

Общее время выполнения операции: 2 ч ÷ 20 ч

Инструмент, материалы, приспособления: гаечный ключ рожковый SSx10; 612x14;517x19; 822x24; 527x30;532x36;541x46,зубило, молоток, напильник, штангенциркуль, брусковый уровень, притирочная плита 250x250.

СИЗ

СОП ЛиК-Р3А-Р-009 | Лист
Версия СОП №1 | 1/3
Количество исполнителей (1/2)

Влияние операции: качество | безопасность | экология | Угроза остановки | опасные

Разработчик: мастер Кобзев А.Н.

1 Устанавливаем клапан в слесарные тиски.
Использовать СИЗ при работе с ГПМ.

2 Откручиваем гайку, крепящую маховик со штоком.

3 Снимаем маховик (1).

4 Откручиваем 2 гайки, крепящие грундбусу.

5 Освобождаем грундбусу (2) от прижимных болтов.

6 Вынимаем сальниковую набивку из сальника.

7 Откручиваем гайки, крепящих крышку (3) к корпусу (4).

8 Снимаем крышку (3) вместе со штоком.

9 Вынимаем с корпуса (4) старую прокладку.

Рисунок В.2 [24]

Приложение Г
(рекомендуемое)

Примеры применения метода 5S



Рисунок Г.1 – Применение оконтуривания для обеспечения 5S [25]



Рисунок Г.2 – Применение подхода «было-стало» для обеспечения 5S [25]



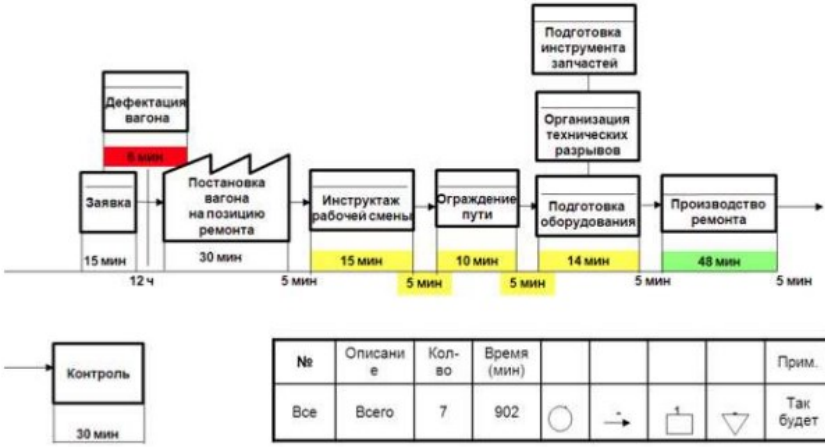
Рисунок Г.3 – Оптимизация расположения деталей и запчастей [26]



Рисунок Г.4 – Оптимизация рабочего места [26]

Приложение Д
(рекомендуемое)

Примеры КПСЦ



Общее время простоя в ремонте с момента заявки на постановку вагонов 15ч. 02 мин.

Среднесуточный выпуск в 2011 году составил 7,1 вагонов (+2,5).

Рисунок Д.1 – Карта потока создания ценности процесса ремонта вагона [25]

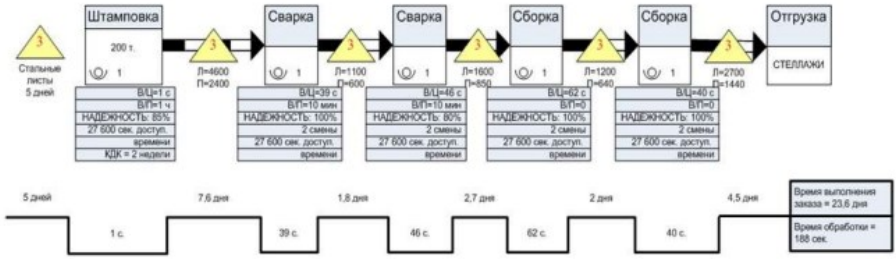


Рисунок Д.2 – Карта потока создания ценности производства металлических стеллажей [27]

Приложение Е
(рекомендуемое)

Примеры применения визуализации



Е.1 – Цветовая маркировка [25]



Рисунок Е.2 – Маркировка краской рабочей зоны [25]



Рисунок Е.3 – «Супермаркет» комплектующих [27] Так же в качестве примеров применения метода визуализации можно рассматривать рисунки Г.1 и Г.2.

Приложение Ж
(рекомендуемое)

Пример основных этапов быстрой переналадки станка

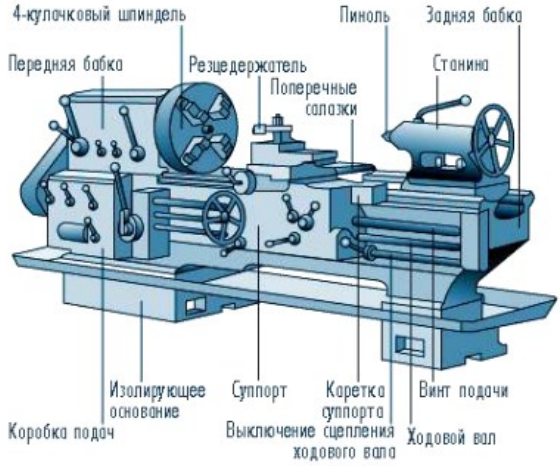


Рисунок Ж.1 – Общий вид токарного станка [28]

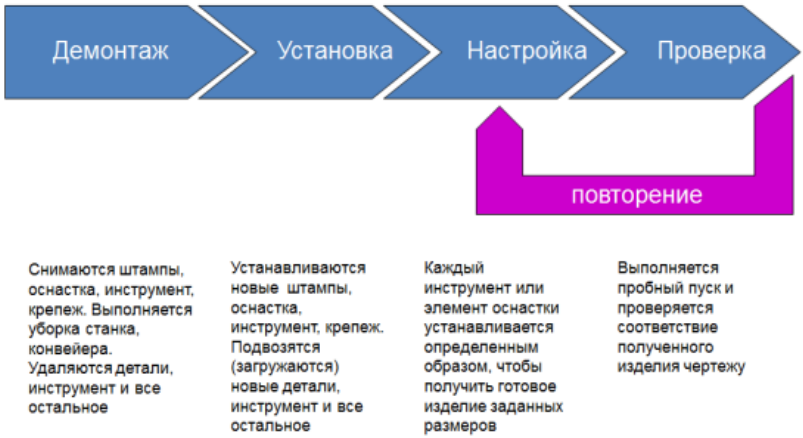
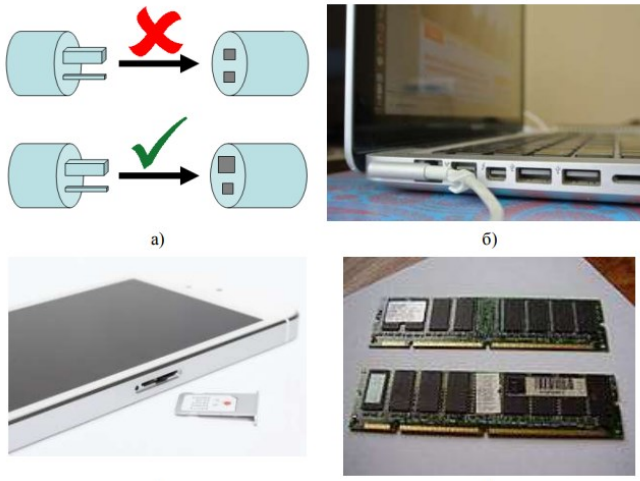


Рисунок Ж.2 – Основные этапы быстрой переналадки станка [9]

Приложение И
(рекомендуемое)

Пример применения метода защиты от непреднамеренных ошибок



а) б) в) г)

а) соответствие формы электрической розетки и вилки;
б) различия геометрических форм портов ноутбука;
в) индивидуальная форма картридера и соответствующего ему порта смартфона;
г) платы ОЗУ ЭВМ с несимметричными разъемами

Рисунок И.1 – Обеспечение защиты от непреднамеренных ошибок за счет геометрической формы [9]

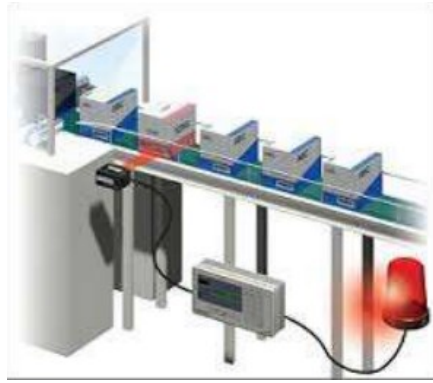
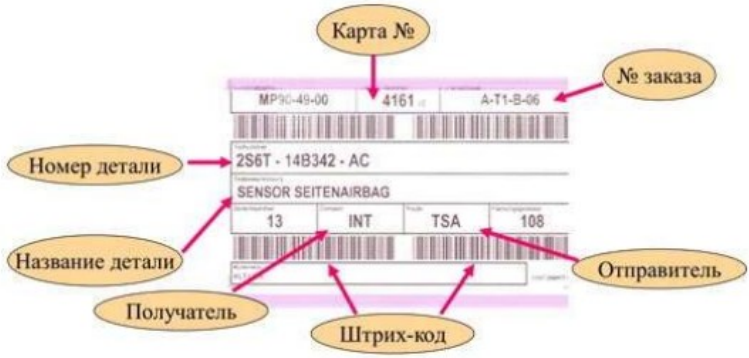


Рисунок И.2 – Обеспечение защиты от непреднамеренных ошибок на поточных производственных линиях [9]

Приложение К
(рекомендуемое)

Пример применения метода канбан



а)

Супермаркет Стеллаж **№21**		Шифр изделия **337-40**	Предшествующий участок
Код детали **337.1111055-20**			**ПЦВК**
Наименование детали **кулачковый вал**			Последующий участок
Вместимость тары	Код тары	Объем партии	**Участок сборки**
4	7456-4132	20	

б)

Рисунок К.1 – Примеры карточек канбан [29]



Рисунок К.2 – Доска канбан [30]

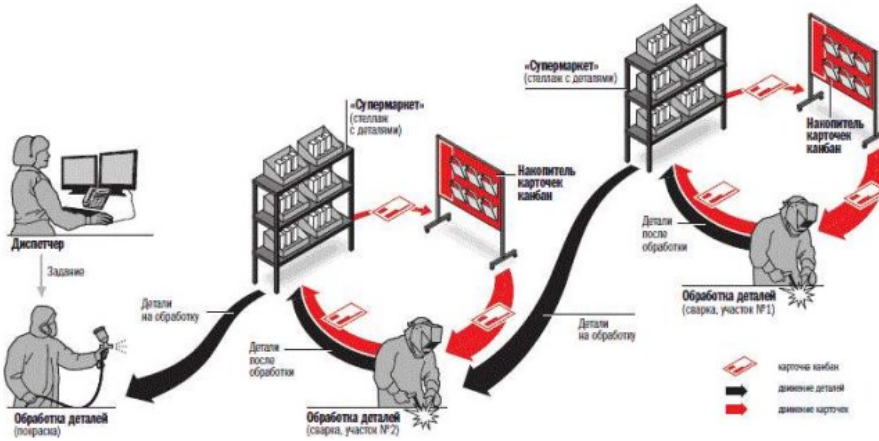
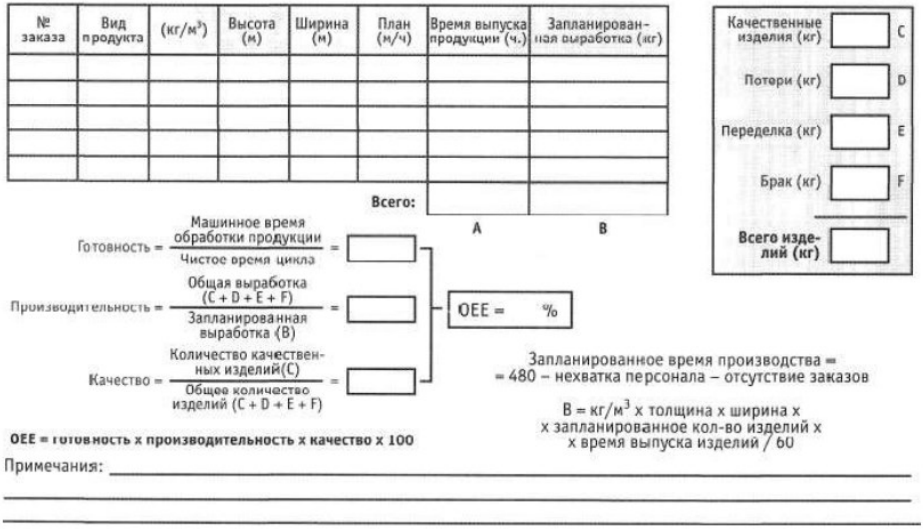


Рисунок К.3 – Доска канбан [31]

Приложение Л
(рекомендуемое)

Л.1 Оценка эффективности функционирования OEE



На рисунке Л.1 приведен пример таблицы сбора данных для расчета OEE.

Рисунок Л.1

Л.2 Рассмотрим пример определения OEE для оценки эффективности использования мультимедийного оборудования в учебном процессе.

Составляющие критериев OEE и их значения приведены на рисунке Л.2. временной интервал оценки – учебный семестр вуза.

В соответствии с рисунком Л.2 по формуле (2.9) определяем:

$$OEE = \frac{45,75}{54} \cdot \frac{54}{148,5} \cdot \frac{36}{63} \cdot 100\% = 17,6\%.$$

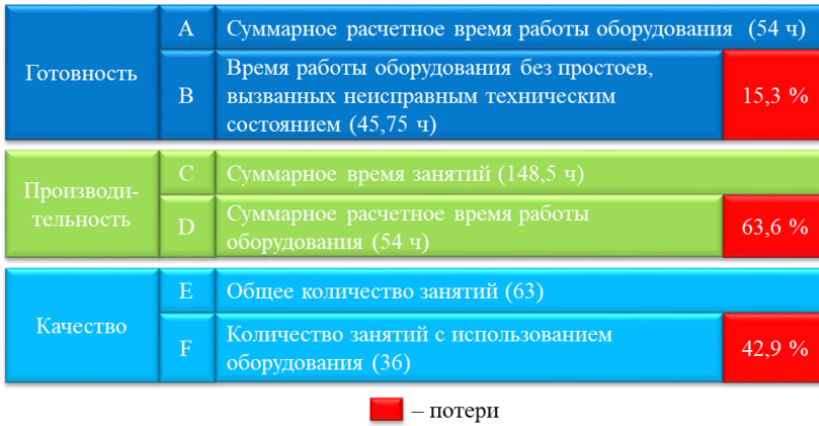


Рисунок Л.2

На основании соотношений п.2.8.1 можно сделать вывод, что мультимедийное оборудование используется крайне неэффективно (OEE << 40 %). Это говорит о необходимости разработки и внедрения корректирующих мероприятий в учебный процесс для исправления сложившейся ситуации.

ЛИТЕРАТУРА

Учебная литература:

1. Староверова К. О. Основы бережливого производства : учебное пособие для среднего профессионального образования / К. О. Староверова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 74 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16473-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/531211 (дата обращения: 12.01.2024).

Дополнительная литература

1 ГОСТ Р 56020-2014. Бережливое производство. Основные положения и словарь. – Введ. 2015-03-01. – М.: Стандартинформ, 2015. – 18 с.

2 ГОСТ Р 56404-2015. Бережливое производство. Требования к системам менеджмента. – Введ. 2015-06-02. – М.: Стандартинформ, 2015. – 20 с.

3 ГОСТ Р 56407-2015. Бережливое производство. Основные методы и инструменты. – Введ. 2015-06-02. – М.: Стандартинформ, 2016. – 16 с.

4 ГОСТ Р 56908-2016. Бережливое производство. Стандартизация работы. – Введ. 2016-10-01. – М.: Стандартинформ, 2017. – 15 с.

5 VDI 2870 Blatt 2/Part 2. Lean production systems. List of methods // Verein Deutscher Ingenieure e.V. – Düsseldorf, 2013. – 111 s.

6 Стандартизированная работа // Пер. с англ. - М.: ИКСИ, 2007. – 152 с.

7 How to Calculate Standard Work in Process (SWIP) Quantity / Miller J. – 2007. – February 8. – Режим доступа: https://blog.gembaacademy.com/2007/02/08/how_to_calculate_standard_work.

8 Такеда, Х. Синхронизированное производство / Пер. с англ. – М.: Институт комплексных стратегических исследований, 2008. – 288 с.

9 Персональный проект о бережливом производстве / Учебно-консалтинговый ресурс. – Режим доступа: http://wkazarin.ru.

10 Практика внедрения бережливого производства / Учебно-консалтинговый ресурс. – Режим доступа: http://leanbase.ru.

11 Официальный сайт консалтинговой компании «Лин Консалт». – Режим доступа: http://www.lean-consult.ru.

12 Гавриченков, А.В. Система организации рабочих мест 5S // World class manufacturing. – М., 2013. – 132 с.

13 ГОСТ Р ИСО 19011-2012. Руководящие указания по аудиту систем менеджмента. – Введ. 2013-02-01. – М.: Стандартинформ, 2018. – 42 с.

14 5S для рабочих: как улучшить свое рабочее место / Группа разработчиков издательства Productivity Press – на основе Хироюки Хирано // Пер. с англ. – М.: ИКСИ, 2007. – 160 с.

15 ГОСТ Р 56906-2016. Бережливое производство. Организация рабочего пространства (5S). – Введ. 2016-10-01. – М.: Стандартинформ, 2017. – 15 с.

16 ГОСТ Р 57524-2017. Бережливое производство. Поток создания ценности. – Введ. 2018-01-01. – М.: Стандартинформ, 2017. – 18 с.

17 Ротер, М., Шук, Дж. Учитесь видеть бизнес-процессы. Практика построения карт потоков создания ценности. // Пер. с англ. Г.Муравьева. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2008. – 132 с.

18 ГОСТ Р 56907-2016. Бережливое производство. Визуализация. – Введ. 2016-10-01. – М.: Стандартинформ, 2017. – 11 с.

19 ГОСТ 12.4.026-2015. Система стандартов безопасности труда. Цвета сигнальные, знаки безопасности и разметка сигнальная. Назначение и правила применения. Общие технические требования и характеристики. Методы испытаний. – Введ. 2017-03-01. – М.: Стандартинформ, 2017. – 81 с.

20 Иллюстрированный глоссарий по бережливому производству. / Под ред. Ч. Марчвински и Дж. Шука. // Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс: CBSD, Центр развития деловых навыков, 2005 – 123 с.

21 Синго, С. Изучение производственной системы Тойоты с точки зрения организации производства. // Пер. с англ. – М.: ИКСИ, 2010. – 312 с.

22 СТО 02069024.101-2015. Работы студенческие. Общие требования и правила оформления. – Введ. 2016-02-08. – Оренбург: ОГУ, 2015. – 89 с. – Режим доступа: http://www.osu.ru/doc/385.

23 Семѐнычев, Ф. Проект «оптимизация процесса переналадки на стержневом участке ЛЦ-3 ПСЛ с применением принципов SMED». – Режим доступа: http://www.up-pro.ru/library/production_management/lean/smed-kamaz.html.

24 Официальный сайт компании ООО «Нефтеспецмонтаж-Лик». – Режим доступа: http://nsmlik.ru/vidy-deyatelnosti/remont-zapornoy-armatury.

25 История внедрения бережливого производства в ОАО «РЖД»: подробное описание опыта / Интернет-журнал интегрированного подхода в управлении и продвижению технологий делового совершенствования. – Режим доступа: http://www.lean6sigma.org.ua/2012/04/lean_implementation_in_russian_railways .

26 Стандартизированная работа. – М.: Институт комплексных стратегических исследований, 2007. – 152 с.

27 Картирование потока создания ценности / Официальный сайт Центра систем менеджмента качества. – Режим доступа: http://center-smk.ru/category/leanmanufacturing.

28 Токарные станки / Адаптированный текст 3-го издания Энциклопедии безопасности и гигиены труда. – Режим доступа: http://base.safework.ru/iloenc.

29 Кузьмин А.М., Высоковская Е.А. Интеллектуальные инструменты инноваций. Система канбан / Официальный сайт ООО «Финансово-промышленная группа «КМБ». – Режим доступа: http://fg-kmb.ru/sistema-kanban.

30 Официальный сайт ОАО «ТВЗ». – Режим доступа: http://www.tvz.ru/safe_production/instrlin/info_detail.php.

31 Попов, А. Канбан, здравый смысл, MRP и метла / Блог о производственном менеджменте «Leaninfo.ru». – Режим доступа: http://www.leaninfo.ru/2011/04/25/kanban-zdravyj-smysl-mrp-i-metla .

Электронные образовательные ресурсы:

Сайты, блоги, электронные библиотеки

1. Автономная некоммерческая организация «Федеральный центр компетенций в сфере производительности труда» (ФЦК). [Электронный ресурс]. URL: https://производительность.рф

2. Персональный проект о бережливом производстве / Учебноконсалтинговый ресурс. – [Электронный ресурс]. URL:http://wkazarin.ru

3. Практика внедрения бережливого производства / Учебно-консалтинговый ресурс. – [Электронный ресурс]. URL:: http://leanbase.ru

4. Официальный сайт консалтинговой компании «Лин Консалт». – [Электронный ресурс]. URL: http://www.lean-consult.ru

5. Словарь маркетолога. [Электронный ресурс]. URL: Бережливое производство: что это такое и как применять Lean-технологии | Unisender

6. ООО «НЕЙРОС». [Электронный ресурс]. URL:
Бережливое производство - что это такое и что какая его цель | инструменты и принципы lean методологии (neiros.ru)

7. Stik. [Электронный ресурс]. URL: Основы и принципы бережливого производства. (stik.pro)

Дополнительная электронная литература/учебные пособия, материалы, статьи

1. Руководство по бережливому производству Рон Перейра. [Электронный ресурс]. URL: LSS Academy (chirpo.ru)

2. Учебник для СПО. Основы бережливого производства, Изд. 3.Академия, под общей редакцией Е.А. Шашинковой. [Электронный ресурс]. URL: Онлайн-ридер (academia-moscow.ru)

Видеоматериалы/ виртуальные музеи/интерактивные презентации

1. Бесплатные видео-уроки. Видео-уроки - Бережливое производство (lean-practik.ru)

Тренажеры/ тесты/ кейсы/ материал для практикума/ бесплатные онлайн курсы

1. Агентство стратегических инициатив. [Электронный ресурс]. URL: Компьютерный тренажер «LEAN ПРОИЗВОДСТВО» (asi.ru)

2.Тест [Электронный ресурс]. URL: Бережливое производство. [Электронный ресурс]. URL:Тест Бережливое производство (prostospb.team)

ОСНОВЫ БЕРЕЖЛИВОГО ПРОИЗВОДСТВА

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
по выполнению заданий на практических занятиях
для специальности 42.02.01 Реклама

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

ОСНОВЫ БЕРЕЖЛИВОГО ПРОИЗВОДСТВА

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
по выполнению самостоятельной работы
для специальности 42.02.01 Реклама

Якутск, 2024

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г.)

Методические указания составлены в соответствии с рабочей программой по дисциплине СГ.06. Основы бережливого производства

Разработчик: АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»

Составитель:
Сидорова А.Ю., зам.директора по УВР

1. Пояснительная записка

Самостоятельная работа студентов является одной из форм работы по дисциплине СГ.06. Основы бережливого производства.

Дисциплина СГ.06. Основы бережливого производства является дисциплиной социально-гуманитарного учебного цикла из часов вариативной части и изучается в течение одного семестра.

В результате освоения дисциплины СГ.06. Основы бережливого производства обучающиеся должны

уметь:

$У_1$ - выделять деятельность, создающую ценность, определять ценности потребителя;

$У_2$ - проводить хронометраж работы;

$У_3$ - строить карту потока создания ценности;

$У_4$ - планировать мероприятия по достижению целей улучшений;

$У_5$ - выявлять потери в процессах, предлагать пути улучшения;

$У_6$ - определять возможности и риски методов бережливого производства;

$У_7$ - применять систему 5С на рабочем месте;

$У_9$ - применять методы и инструменты бережливого производства.

знать:

$З_1$ - основы принципы системы бережливого производства;

$З_2$ - основные методы организации производства на основе концепции БП;

$З_3$ - основные виды потерь, их источники и способы их устранения;

$З_4$ - роль государства в развитии бережливого производства;

$З_5$ - инструменты бережливого производства;

$З_6$ - правила построения потоков создания ценности и способы их оптимизации;

$З_7$ - механизм осуществления бережливого производства.

с целью овладения **общими компетенциями (ОК)**:

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.

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

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

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команд

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.

ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных

ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения.

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

и профессиональными компетенциями (ПК):

ПК 1.1. Определять целевую аудиторию и целевые группы.

ПК 1.2. Проводить анализ объема рынка.

ПК 1.3. Проводить анализ конкурентов.

ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

ПК 2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

ПК 2.2. Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

ПК 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.

ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.

ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.

ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.

ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.

ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.

2. Содержание самостоятельной работы

Задание. Заполни определения основных терминов дисциплины Основы бережливого производства

СЛОВАРЬ ОСНОВНЫХ ТЕРМИНОВ

Автономизация -
Анализ потоков -
Андон –
Аудит –
Буферный запас –
Визуализация –
Визуальное управление –
Визуальный контроль –
Время протекания процесса (ВПП) –
Время создания ценности (ВСЦ) –
Время такта (ВТ) –
Всеобщее производственное обслуживание (Total Productive Maintenance, TPM) –
Время цикла (ВЦ) –
Вытягивание –
Выравнивание производства –
Выталкивание –
Гемба (в переводе с японского – «шахтный забой») – в терминологии Лин –
Границы процесса –
Дзидока –
Диаграмма Исикавы («рыбья кость») –
Диаграмма связей –
Диаграмма «спагетти» –
Дорожная карта – поэтапный план действий по достижению конкретной цели или решения текущей проблемы.
Заказчик –
Заказчик внешний –
Заказчик внутренний –
Заказчик проекта по улучшению –
Запасы –
Запас стандартный –
Карта потока создания ценности (КПСЦ) –
Муда или потери –
Мура «неравномерность» –
Мури «излишек» –
Непрерывный поток –
Операция –
Паспорт проекта по улучшению –
Пирамида проблем –

Потери –
Пока-ёкэ –
Переналадка –
Поток создания ценности (ПСЦ) –
Предложение по улучшению –
Проект по улучшению –
Процесс –
Руководитель (лидер) проекта по улучшению –
Система 5С –
Сеири:
Сейтон:
Сейсо:
Сейкецу:
Сицуке:
СМЕД (SMED – Single Minute Exchange of Dies) –
Стандарт –
Стандартизация –
Стандартная операционная карта (СОК) –
Хейдзунка –
Ценность –
Ячейки –

ПЕРСОНАЛИИ

Гастев Алексей Капитонович (1882-1939) – русский революционер, профсоюзный деятель, поэт и писатель, руководитель Центрального института труда в СССР. Разработал и запустил систему Научной Организации Труда (НОТ), в основе которой лежали идеи во многом схожие с идеями бережливого производства. Вел активную переписку с Г.Фордом с целью обмена идеями организации производства. Гастев А.К. акцентировал особое внимание на человеческом факторе, что он отразил в своей книге «Как надо работать». Указал на отсутствие культуры труда у большинства советских граждан и необходимость ей привития. Считал, что главную роль в работе предприятия играет человек. По его мнению, эффективность организации начинается с личной эффективности каждого человека на рабочем месте, в частности, с эффективного использования времени. Но тогда принципы и идеи бережливого производства значительно опережали время и не были восприняты деловым сообществом.

Деминг Эдвардс (1900-1993) – американский ученый, статистик и консультант по менеджменту – наибольшую известность приобрел благодаря доработанному им циклу Шухарта, который теперь известен как цикл Шухарта-Деминга (PDCA или SDCA). Создал теорию менеджмента, основанную на предложенной им же теории глубинных знаний. Ему присуждена одна из самых престижных наград, учрежденных Американским обществом качества – медаль имени Шухарта в 1995 году.

Имаи Массиаки (род.1930) – основатель концепции непрерывного совершенствования. Благодаря его труду «Кайдзен – ключ к успеху Японии в области достижения конкурентоспособности» подход Kaizen получил более широкое распространение в 80-х годах 20 века. Автор труда «Гэмба Кайдзен: путь к снижению затрат и повышению качества». Провел множество лекций по Кайдзен, бережливому производству и другим смежным системам управления, а также занимался консалтинговой деятельностью по вопросам развития бизнес-систем.

Крафчик Джон (род. 1961) – американский консультант, исслдователь принипов и инрсрументов бережливого производства, автор труда «Триумф бережливого проиводства», в котром в 1988 ввел термин «lean-production», а в последствии «leanmenegment».

Оно Тайити (1912-1990) – японский инженер, изобретатель и предприниматель – основатель концепции бережливого производства в ее современном понимании. Основатель производственную систему для компании Toyota (Toyota Production System, TPS) в 1950-е годы. Автор идей системы управления запасами канбан.

Парето Вильфредо (1848-1923) – итальянский инженер, экономист и социолог – разработал теории, названные впоследствии его именем: статистическое Пареторасределение (правило 80/20) и Парето-оптимум, которые широко используются в экономической теории и иных научных дисциплинах.

Синго Сигео (1909-1990) – японский промышленный инженере, один из основателей производственной системы Toyota. Внес существенный вклад в развитие теории и практики бережливого производства, разработав метод быстрой

переналадки (SMED), предназначенный для устранения потерь. Автор метода защиты от непреднамеренных ошибок poka-yoke. Автор модели Синго.

Тойода Кииширо (1894-1952) – сын Сакиши Тойода, основатель фирмы Toyota Motor Corporation – стремился создать японскую систему производства, которая бы учитывала характерную для Японии ограниченность пространства и ресурсов. Ввёл на своих предприятиях понятие «точно вовремя», который означал, что любая деталь автомобиля должна была создаваться не раньше, чем в ней возникнет необходимость. Таким образом, благодаря ему, японский подход в отличие от американского, не подразумевал огромных складов с запасными деталями, что позволяло экономить время и ресурсы.

Тойода Соиширо (род.1925) – старший сын Кииширо Тойода – стал президентом, а затем председателем совета директоров Toyota Motor Corporation в 1982 году. Под его руководством Toyota стала международной корпорацией. Начал свою работу по усовершенствованию качества в компании с изучения работ американского ученого, статистика и эксперта по качеству Э. Деминга. Он сделал ставку на изменение двух сторон процесса управления качеством: во-первых, сделал его более систематизированным и, во-вторых, внедрил в каждом подразделении. В 1965 году под его управлением Toyota Motor Corporation была удостоена премии Деминга. Последний член скамьи основателей, возглавивший Toyota.

Тойода Сакиши (1867-1930) – японский предприниматель, изобретатель, промышленник – один из основателей компании Toyota, с которой началась история Leancистемы. Считал, что производственному совершенствованию нет предела и независимо от состояния компании на рынке и её конкурентоспособности необходимо постоянное движение вперёд, улучшение всех производственных процессов. Результатом такой философии стала проводимая на предприятиях Toyota стратегия Kaizen – «непрерывные усовершенствования». Автор идей интеллектуальной автоматизации и метода «5 Почему».

Тойода Эйджи (1913-2013) – старший сын Хейкиши Тойода, брата Сакиши – первый сотрудник Toyota, отправившийся на стажировку в Америку, после которой он приступил к активной реорганизации заводов Toyota – сделал их открытыми всему новому: появлению современного оборудования, внедрению методов организации производства.

Форд Генри (1863-1947) – американский промышленник, владелец заводов по производству автомобилей по всему миру, изобретатель, автор 161 патента США. Впервые применил идеи бережливого производства на своих автомобилестроительных заводах в 1920-е годы 20-го века в США. В основе его идей – совершенствовании техники производства.

Шухарт Уолтер (1891-1967) – всемирно известный американский ученый и консультант по теории управления качеством. Автор «цикла улучшения Шухарта» (сейчас известен как цикл Шухарта-Деминга). Благодаря его наработкам была реализована статистическая концепция «Шесть сигм».

ЛИТЕРАТУРА

Учебная литература:

1. Староверова К. О. Основы бережливого производства : учебное пособие для среднего профессионального образования / К. О. Староверова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 74 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16473-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/531211 (дата обращения: 12.01.2024).

Дополнительная литература

1 ГОСТ Р 56020-2014. Бережливое производство. Основные положения и словарь. – Введ. 2015-03-01. – М.: Стандартинформ, 2015. – 18 с.

2 ГОСТ Р 56404-2015. Бережливое производство. Требования к системам менеджмента. – Введ. 2015-06-02. – М.: Стандартинформ, 2015. – 20 с.

3 ГОСТ Р 56407-2015. Бережливое производство. Основные методы и инструменты. – Введ. 2015-06-02. – М.: Стандартинформ, 2016. – 16 с.

4 ГОСТ Р 56908-2016. Бережливое производство. Стандартизация работы. – Введ. 2016-10-01. – М.: Стандартинформ, 2017. – 15 с.

5 VDI 2870 Blatt 2/Part 2. Lean production systems. List of methods // Verein Deutscher Ingenieure e.V. – Düsseldorf, 2013. – 111 s.

6 Стандартизированная работа // Пер. с англ. - М.: ИКСИ, 2007. – 152 с.

7 How to Calculate Standard Work in Process (SWIP) Quantity / Miller J. – 2007. – February 8. – Режим доступа: https://blog.gembaacademy.com/2007/02/08/how_to_calculate_standard_work.

8 Такеда, Х. Синхронизированное производство / Пер. с англ. – М.: Институт комплексных стратегических исследований, 2008. – 288 с.

9 Персональный проект о бережливом производстве / Учебно-консалтинговый ресурс. – Режим доступа: http://wkazarin.ru.

10 Практика внедрения бережливого производства / Учебно-консалтинговый ресурс. – Режим доступа: http://leanbase.ru.

11 Официальный сайт консалтинговой компании «Лин Консалт». – Режим доступа: http://www.lean-consult.ru.

12 Гавриченков, А.В. Система организации рабочих мест 5S // World class manufacturing. – М., 2013. – 132 с.

13 ГОСТ Р ИСО 19011-2012. Руководящие указания по аудиту систем менеджмента. – Введ. 2013-02-01. – М.: Стандартинформ, 2018. – 42 с.

14 5S для рабочих: как улучшить свое рабочее место / Группа разработчиков издательства Productivity Press – на основе Хироюки Хирано // Пер. с англ. – М.: ИКСИ, 2007. – 160 с.

15 ГОСТ Р 56906-2016. Бережливое производство. Организация рабочего пространства (5S). – Введ. 2016-10-01. – М.: Стандартинформ, 2017. – 15 с.

16 ГОСТ Р 57524-2017. Бережливое производство. Поток создания ценности. – Введ. 2018-01-01. – М.: Стандартинформ, 2017. – 18 с.

17 Ротер, М., Шук, Дж. Учитесь видеть бизнес-процессы. Практика построения карт потоков создания ценности. // Пер. с англ. Г.Муравьева. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2008. – 132 с.

18 ГОСТ Р 56907-2016. Бережливое производство. Визуализация. – Введ. 2016-10-01. – М.: Стандартинформ, 2017. – 11 с.

19 ГОСТ 12.4.026-2015. Система стандартов безопасности труда. Цвета сигнальные, знаки безопасности и разметка сигнальная. Назначение и правила применения. Общие технические требования и характеристики. Методы испытаний. – Введ. 2017-03-01. – М.: Стандартинформ, 2017. – 81 с.

20 Иллюстрированный глоссарий по бережливому производству. / Под ред. Ч. Марчвински и Дж. Шука. // Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс: CBSD, Центр развития деловых навыков, 2005 – 123 с.

21 Синго, С. Изучение производственной системы Тойоты с точки зрения организации производства. // Пер. с англ. – М.: ИКСИ, 2010. – 312 с.

22 СТО 02069024.101-2015. Работы студенческие. Общие требования и правила оформления. – Введ. 2016-02-08. – Оренбург: ОГУ, 2015. – 89 с. – Режим доступа: http://www.osu.ru/doc/385.

23 Семѐнычев, Ф. Проект «оптимизация процесса переналадки на стержневом участке ЛЦ-3 ПСЛ с применением принципов SMED». – Режим доступа: http://www.up-pro.ru/library/production_management/lean/smed-kamaz.html.

24 Официальный сайт компании ООО «Нефтеспецмонтаж-Лик». – Режим доступа: http://nsmlik.ru/vidy-deyatelnosti/remont-zapornoy-armatury .

25 История внедрения бережливого производства в ОАО «РЖД»: подробное описание опыта / Интернет-журнал интегрированного подхода в управлении и продвижению технологий делового совершенствования. – Режим доступа: http://www.lean6sigma.org.ua/2012/04/lean_implementation_in_russian_railways .

26 Стандартизированная работа. – М.: Институт комплексных стратегических исследований, 2007. – 152 с.

27 Картирование потока создания ценности / Официальный сайт Центра систем менеджмента качества. – Режим доступа: http://center-smk.ru/category/leanmanufacturing.

28 Токарные станки / Адаптированный текст 3-го издания Энциклопедии безопасности и гигиены труда. – Режим доступа: http://base.safework.ru/iloenc.

29 Кузьмин А.М., Высоковская Е.А. Интеллектуальные инструменты инноваций. Система канбан / Официальный сайт ООО «Финансово-промышленная группа «КМБ». – Режим доступа: http://fg-kmb.ru/sistema-kanban.

30 Официальный сайт ОАО «ТВЗ». – Режим доступа: http://www.tvz.ru/safe_production/instrlin/info_detail.php.

31 Попов, А. Канбан, здравый смысл, MRP и метла / Блог о производственном менеджменте «Leaninfo.ru». – Режим доступа: http://www.leaninfo.ru/2011/04/25/kanban-zdravyj-smysl-mrp-i-metla .

Электронные образовательные ресурсы:

Сайты, блоги, электронные библиотеки

1. Автономная некоммерческая организация «Федеральный центр компетенций в сфере производительности труда» (ФЦК). [Электронный ресурс]. URL: https://производительность.рф

2. Персональный проект о бережливом производстве / Учебноконсалтинговый ресурс. – [Электронный ресурс]. URL:http://wkazarin.ru

3. Практика внедрения бережливого производства / Учебно-консалтинговый ресурс. – [Электронный ресурс]. URL:: http://leanbase.ru

4. Официальный сайт консалтинговой компании «Лин Консалт». – [Электронный ресурс]. URL: http://www.lean-consult.ru

5. Словарь маркетолога. [Электронный ресурс]. URL: Бережливое производство: что это такое и как применять Lean-технологии | Unisender

6. ООО «НЕЙРОС». [Электронный ресурс]. URL:
Бережливое производство - что это такое и что какая его цель | инструменты и принципы lean методологии (neiros.ru)

7. Stik. [Электронный ресурс]. URL: Основы и принципы бережливого производства. (stik.pro)

Дополнительная электронная литература/учебные пособия, материалы, статьи

1. Руководство по бережливому производству Рон Перейра. [Электронный ресурс]. URL: LSS Academy (chirpo.ru)

2. Учебник для СПО. Основы бережливого производства, Изд. 3.Академия, под общей редакцией Е.А. Шашинковой. [Электронный ресурс]. URL: Онлайн-ридер (academia-moscow.ru)

Видеоматериалы/ виртуальные музеи/интерактивные презентации

1. Бесплатные видео-уроки. Видео-уроки - Бережливое производство (lean-practik.ru)

Тренажеры/ тесты/ кейсы/ материал для практикума/ бесплатные онлайн курсы

1. Агентство стратегических инициатив. [Электронный ресурс]. URL: Компьютерный тренажер «LEAN ПРОИЗВОДСТВО» (asi.ru)

2.Тест [Электронный ресурс]. URL: Бережливое производство. [Электронный ресурс]. URL:Тест Бережливое производство (prostospb.team)

ОСНОВЫ БЕРЕЖЛИВОГО ПРОИЗВОДСТВА

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
по выполнению самостоятельной работы
для специальности 42.02.01 Реклама

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г

УТВЕРЖДАЮ
Директор АНО СПО «Цифровой колледж
«Синергия»
_____ С.Н.Семенов
«15» 04 2024 г.

Оценочные материалы
для промежуточной аттестации
по дисциплине
СГ.06. Основы бережливого производства

для специальности 42.02.01 Реклама

Разработчик: Курчатова А.И., преподаватель

Якутск, 2024

Пояснительная записка

Оценочные материалы для промежуточной аттестации по дисциплине СГ.06. Основы бережливого производства предназначены для контроля и оценки освоения запланированных результатов по дисциплине, общих и профессиональных компетенций обучающихся *для специальности 42.02.01 Реклама.*

1.1. Оценка освоения запланированных результатов по дисциплине

В результате освоения запланированных результатов по дисциплине СГ.06. Основы бережливого производства обучающийся должен

уметь:

$У_1$ - выделять деятельность, создающую ценность, определять ценности потребителя;

$У_2$ - проводить хронометраж работы;

$У_3$ - строить карту потока создания ценности;

$У_4$ - планировать мероприятия по достижению целей улучшений;

$У_5$ - выявлять потери в процессах, предлагать пути улучшения;

$У_6$ - определять возможности и риски методов бережливого производства;

$У_7$ - применять систему 5С на рабочем месте;

$У_9$ - применять методы и инструменты бережливого производства.

знать:

$З_1$ - основы принципы системы бережливого производства;

$З_2$ - основные методы организации производства на основе концепции БП;

$З_3$ - основные виды потерь, их источники и способы их устранения;

$З_4$ - роль государства в развитии бережливого производства;

$З_5$ - инструменты бережливого производства;

$З_6$ - правила построения потоков создания ценности и способы их оптимизации;

$З_7$ - механизм осуществления бережливого производства.

с целью овладения **общими компетенциями (ОК)**:

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.

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

ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной

сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команд

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.

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

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

и профессиональными компетенциями (ПК):

ПК 1.1. Определять целевую аудиторию и целевые группы.

ПК 1.2. Проводить анализ объема рынка.

ПК 1.3. Проводить анализ конкурентов.

ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

ПК 2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

ПК 2.2. Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

ПК 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.

ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.

ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.

ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.

ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.

ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.

Форма промежуточной аттестации – ***дифференцированный зачет.***

Вид – тест

Критерии оценки

В процентном соотношении оценки (по пятибалльной системе) выставляется выставлять в следующих диапазонах:

Оценка	**отлично**	**хорошо**	**удовлетворительно**	**неудовлетворительно**
Критерии	90-100%	75-89%	51-74%	50 и менее %
баллы	18-20	17-15	14-11	10 и менее

Автономная некоммерческая организация среднего профессионального образования
«Цифровой колледж «Синергия»

УТВЕРЖДЕНО
Директором Колледжа в составе ОП
по специальности 42.02.01 Реклама

ТЕСТ
для промежуточной аттестации
по дисциплине СГ.06. Основы бережливого производства
для специальности 42.02.01 Реклама

Инструкция
Внимательно прочитайте задания и запишите правильные ответы.
Блок 1 – Выберите один правильный ответ из предложенных
Блок 3 – Установите соответствие
Блок 4 – Установите последовательность действий
Блок 5 – Задания на классификацию
Время выполнения – 40 минут.

Вариант 1

Блок 1. Выберите один правильный вариант ответа

1. Родоначальником концепции бережливого производства считается …
Эдвардс Деминг Б) Уолтер Эндрю Шухарт
В) International Organization for Standardization Г) Тайити Оно

2. Бережливое производство – это ..
А) Производственный метод, направленный на увеличение затрат
Б) Метод управления, фокусирующийся на снижении рисков
В) Подход к управлению, ориентированный на устранение потерь и повышение эффективности
Г) Система контроля качества

3. Процесс систематической проверки и упорядочивания рабочего места называется …
А) Управление проектами Б) Метод критического пути
В) Система КАНБАН Г) Метод 5S

4. Ключевым принципом в бережливом производстве является …
А) Увеличение объемов производства Б) Снижение цен
В) Устранение потерь Г) Сокращение времени работы

5. Какой принцип бережливого производства сосредоточен на создании ценности для клиента?
А) Устранение потерь Б) Метод TQM
В) Кайдзен Г) Ориентация на ценность

6. На каком предприятии впервые системно применили принципы и инструменты Бережливого производства?
А) Motorola Б) Toyota В) Ford Г) General Electrics

7. Какой из принципов бережливого производства направлен на вовлечение всех сотрудников в процесс улучшения?
А) Принцип Партнерства Б) Принцип Управления качеством
В) Принцип Just-In-Time Г) Принцип вовлеченности

8. Диаграмма Исикавы изображает …
А) Причины возникновения проблемы
Б) Возможные пути решения проблемы
В) Ответственных за возникновение проблемы
Г) Затраты на ликвидацию последствий проблемы

Блок 2. Выберите несколько правильных ответов

9. Целями бережливого производства являются:
А) сокращение затрат, в том числе трудовых
Б) сокращение видов новой продукции
В) гарантия поставки продукции заказчику
Г) максимальное качество при определённой стоимости либо минимальная стоимость при определённом качестве

10. Укажите принципы бережливого производства.
А) Безопасность
Б) Взаимоотношение "заказчик-поставщик"
В) По первому требованию заказчика
Г) Качество
Д) Люди - самый ценный актив
Е) Гемба - решение вопросов на производственной площадке
Ж) Кайдзен - непрерывное усовершенствование

11. Внутренними затратам на дефект являются

А) Отходы и переделки, возникшие по вине поставщиков
Б) Обучение вопросам качества
В) Переделки и ремонт
Г) Проверки и испытания

12. Выберите виды потерь:

А) Ремонт оборудования
Б) Перепроизводство
В) Ожидание
Г) Уборка рабочей зоны
Д) Лишняя траектория
Е) Лишние движения
Ж) Избыток запасов
З) Переналадка оборудования
И) Лишние этапы обработки
К) Исправление и брак

Блок 3. Установите соответствие

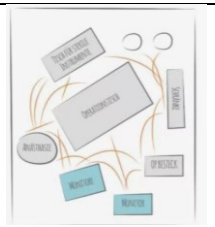
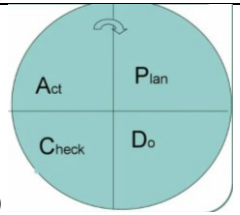
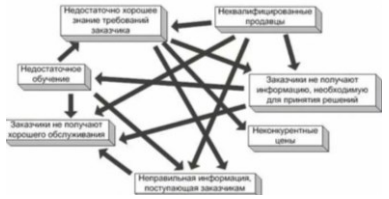
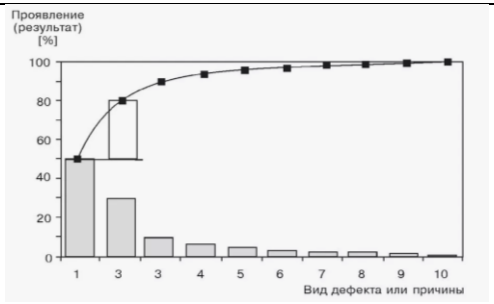
13. Соотнесите термин с его определением.

Термин	Определение
1) Кайдзен	А) фактическое место производства товара или услуги
2) Хейдзунка (Heijunka)	Б) это метод управления, который нацелен на улучшение бизнес-процессов, увеличение эффективности и сокращение времени, необходимого для выполнения операций.
3) Гемба	В) выравнивание производства по видам и объему продукции в течение фиксированного периода времени

14. Соотнесите термин с его определением.

Термин	Определение
1) Ценность продукта	А) Система производства, при которой изготавливается необходимое потребителю количество нужных изделий в определенный им срок
2) Точно вовремя	Б) Новый тип производства, в котором ценность продукции определяется с точки зрения потребителя
3) Бережливое производство	В) Полезность продукта с точки зрения потребителя, создаваемая производителем в результате выполнения ряда последовательных действий

15. Соотнесите название с изображением

Название	Изображение
1) Диаграмма связей	А) 
2) Диаграмма Исикавы	Б) 
3) Диаграмма Парето	В) 
4) Диаграмма «спагетти»	Г) 
5) Цикл Деминга	Д) 

Блок 4. Установите последовательность действий

16. Установите по порядку принципы системы 5S

А) Сортировка
Б) Стандартизация
В) Содержание в чистоте
Г) Соблюдение порядка
Д) Совершенствование

17. Укажите правильную последовательность этапов быстрой переналадки

А) Упростить все элементы операций переналадки
Б) Разделить действия на внутренние и внешние
В) Стандартизация нового процесса.
Г) Преобразовать внутренние действия во внешние.
Д) Оценка текущего общего времени переналадки

18. Запишите стадии производственных процессов, начиная с первого

А) Контроль
Б) Хранение
В) Обработка
Г) Транспортировка
Д) Подготовка

Блок 5. Задание на классификацию

19. Разнесите особенности производства по их типам

Тип производства	Особенности производства
1) Традиционное производство 2) Бережливое производство	А) Перепроизводство продукции, которая не нужна потребителю. Б) Выпускается только такое количество продукции, которое требуется на следующей стадии. В) Оборудование переналаживается медленно. Г) Отсутствует брак. Д) Нет затрат на хранение. Е) Происходит накопление и складирование готовых изделий. Ж) Сокращаются затраты на устранение брака.

Блок 6. Допишите определения

20. Напишите термин, которому соответствует данное определение.

Все операции, на которые затрачиваются ресурсы, но которые не создают новую ценность - это _____.

Автономная некоммерческая организация среднего профессионального образования
«Цифровой колледж «Синергия»

УТВЕРЖДЕНО
Директором Колледжа в составе ОП
по специальности 42.02.01 Реклама

ТЕСТ

для промежуточной аттестации

по дисциплине СГ.06. Основы бережливого производства

для специальности 42.02.01 Реклама

Инструкция

Внимательно прочитайте задания и запишите правильные ответы.
Блок 1 – Выберите один правильный ответ из предложенных
Блок 2 – Выберите несколько правильных ответов из предложенных
Блок 3 – Установите соответствие
Блок 4 – Установите последовательность действий
Блок 5 – Задания на классификацию
Блок 6 – Допишите определения
Время выполнения – 40 минут.

Вариант 2

Блок 1. Выберите один правильный вариант ответа

1. Какой из принципов бережливого производства направлен на вовлечение всех сотрудников в процесс улучшения?

А) Принцип Партнерства Б) Принцип Управления качеством
В) Принцип Just-In-Time Г) Принцип вовлеченности

2. Первая идея бережливого производства, сформулированная Г. Фордом – это …

А) массовое производство на основе конвейера;
Б) производство должно быть построено по принципу «точно в срок»;
В) запасы являются необходимым и не взвинчивают цены

3. Диаграмма Исикавы изображает …

А) Причины возникновения проблемы
Б) Возможные пути решения проблемы
В) Ответственных за возникновение проблемы
Г) Затраты на ликвидацию последствий проблемы

4. Система 5 S обеспечивает

А) повысить безопасность рабочего места Б) организовать рабочее место
В) повысить производительность Г) для всего перечисленного

5. Диаграмма Парето основана на принципе …

А) непрерывного совершенствования Б) минимизации затрат
В) 80/20 Г) увеличения производительности

6. Понятие «ценность» означает:

А) Совокупность свойств продукта, по которым оценивается его стоимость
Б) Цена продукта, указанная в прайс- листе компании
В) Совокупность свойств продукта или услуги, за которые потребитель готов заплатить
Г) Все ответы верны

7. Родоначальником концепции бережливого производства считается …

А) Эдвардс Деминг Б) Уолтер Эндрю Шухарт
В) International Organization for Standardization Г) Тайити Оно

8. На каком предприятии впервые системно применили принципы и инструменты Бережливого производства?

А) Motorola Б) Toyota В) Ford Г) General Electrics

Блок 2. Выберите несколько правильных ответов

9. Выберите виды потерь:

А) Ремонт оборудования Б) Перепроизводство
В) Ожидание Г) Уборка рабочей зоны
Д) Лишняя траектория Е) Лишние движения
Ж) Избыток запасов З) Переналадка оборудования
И) Лишние этапы обработки К) Исправление и брак

10. Целями бережливого производства являются:

А) сокращение затрат, в том числе трудовых
Б) сокращение видов новой продукции
В) гарантия поставки продукции заказчику
Г) максимальное качество при определённой стоимости либо минимальная стоимость при определённом качестве

11. Укажите принципы бережливого производства

А) Безопасность
Б) Взаимоотношение "заказчик-поставщик"
В) По первому требованию заказчика
Г) Качество
Д) Люди - самый ценный актив
Е) Гемба - решение вопросов на производственной площадке
Ж) Кайдзен - непрерывное усовершенствование

12. Внутренними затратами на дефект являются

А) Отходы и переделки, возникшие по вине поставщиков
Б) Обучение вопросам качества
В) Переделки и ремонт
Г) Проверки и испытания

Блок 3. Установите соответствие

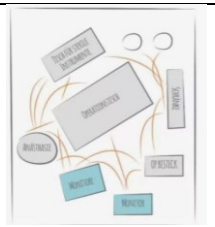
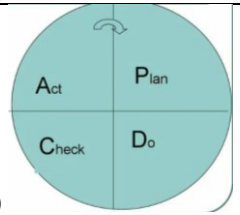
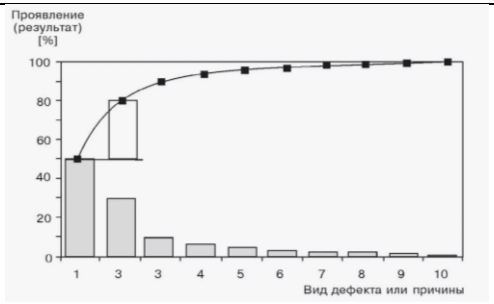
13. Соотнесите термин с его определением

Термин	Определение
1) Ценность продукта	А) Система производства, при которой изготавливается необходимое потребителю количество нужных изделий в определенный им срок
2) Точно вовремя	Б) Новый тип производства, в котором ценность продукции определяется с точки зрения потребителя
3) Бережливое производство	В) Полезность продукта с точки зрения потребителя, создаваемая производителем в результате выполнения ряда последовательных действий

14. Соотнесите термин с его определением

Термин	Определение
1) Кайдзен	А) фактическое место производства товара или услуги
2) Хейдзунка (Heijunka)	Б) это метод управления, который нацелен на улучшение бизнес-процессов, увеличение эффективности и сокращение времени, необходимого для выполнения операций.
3) Гемба	В) выравнивание производства по видам и объему продукции в течение фиксированного периода времени

15. Соотнесите название с изображением

Название	Изображение
1) Диаграмма связей	А) 
2) Диаграмма Исикавы	Б) 
3) Диаграмма Парето	В) 
4) Диаграмма «спагетти»	Г) 
5) Цикл Деминга	Д) 

Блок 4. Установите последовательность действий

16. Запишите стадии производственных процессов, начиная с первого

А) Контроль
Б) Хранение
В) Обработка
Г) Транспортировка
Д) Подготовка

17. Укажите правильную последовательность этапов быстрой переналадки

А) Упростить все элементы операций переналадки
Б) Разделить действия на внутренние и внешние
В) Стандартизация нового процесса.
Г) Преобразовать внутренние действия во внешние.
Д) Оценка текущего общего времени переналадки

18. Установите по порядку принципы системы 5S

А) Сортировка
Б) Стандартизация
В) Содержание в чистоте
Г) Соблюдение порядка
Д) Совершенствование

Блок 5. Задание на классификацию

19. Разнесите особенности производства по их типам

Тип производства	Особенности производства
1) Традиционное производство 2) Бережливое производство	А) Перепроизводство продукции, которая не нужна потребителю. Б) Выпускается только такое количество продукции, которое требуется на следующей стадии. В) Оборудование переналаживается медленно. Г) Отсутствует брак. Д) Нет затрат на хранение. Е) Происходит накопление и складирование готовых изделий. Ж) Сокращаются затраты на устранение брака.

Блок 6. Допишите определения

20. Напишите термин, которому соответствует данное определение.

Все операции, на которые затрачиваются ресурсы, но которые не создают новую ценность - это _____.

1.2. Оценка сформированности компетенций обучающихся

В результате освоения запланированных результатов по дисциплине СГ.06. Основы бережливого производства обучающийся должен показать также и сформированность ***общих компетенций (ОК)***:

Результат (общие компетенции)	*Основные показатели*
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам	- самостоятельно организует свою деятельность по выданным заданиям - умеет оценить свои возможности для выполнения поставленных целей, задач, заданий по дисциплине
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	- осуществляет поиск информации в сети Интернет и различных электронных носителях - извлекает информацию с электронных носителей - использует средства ИТ для обработки и хранения информации - представляет информацию в различных формах с использованием разнообразного программного обеспечения - создает презентации в различных формах
ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, *предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях*[1]	- берет на себя ответственность за принятое решение/совершенный поступок - ответственно выполняет разовые/постоянные поручения в группе - может спрогнозировать результат - умеет оценить свои действия, поступки и проанализировать их - знает основную нормативную документацию по предпринимательской деятельности и может ее найти в поисковых системах; - определяет возможности/невозможности предпринимательства той или иной возникшей ситуации - успешно учится, выполняет повседневные поручения/обязанности, связанные с финансами (оплата проезда, покупка продуктов, обеда) - владеет навыками обращения с банковскими картами - действия обучающегося не выходят за рамки правовой сферы
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	- устанавливает позитивный стиль общения - выбирает стиль общения в соответствии с ситуацией - признает чужое мнение - при необходимости отстаивает собственное мнение - принимает критику - ведет деловую беседу в соответствии с этическими нормами - соблюдает официальный стиль при оформлении документов

[1] *Выделенное курсивом не формируется в рамках данной дисциплины*

	- выполняет письменные и устные рекомендации преподавателя - способен к эмпатии - организует коллективное обсуждение рабочей ситуации
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	- умеет передавать информацию другому человеку - способен правильно формулировать свои мысли в устной и письменной формах - способен письменно оформлять свои мысли
ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения	- не участвует в запрещенных группировках; - не проводит антироссийскую пропаганду; - уважительно относится к сверстникам, окружающим, старшим и младшим; - не хамит, не грубит - применяет в своем поведении стандарты антикоррупционного поведения
ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, *применять знания об изменении климата*, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;	- поддерживает чистоту в кабинете/лаборатории и на своем рабочем месте - адекватно реагирует на внезапное изменение ситуации (звонок, сирена, сигнал тревоги) - владеет информацией по рациональной организации технологического процесса - знает правила безопасного ведения работ

Критерии оценивания

2 балла - компетенция проявляется постоянно в полной мере (сформирована полностью);
1 балл - компетенция проявляется иногда или неполностью (частично сформирована);
0 баллов - компетенция не проявляется (не сформирована)

Сформированность профессиональных компетенций (ПК) проверяется через усвоенные знания и освоенные умения:

Результаты (профессиональные компетенции)	**Знания и умения**
ПК 1.1. Определять целевую аудиторию и целевые группы. ПК 1.2. Проводить анализ объема рынка. ПК 1.3. Проводить анализ конкурентов. ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий. ПК 2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий. ПК 2.2. Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий. ПК 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет. ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет. ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях. ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании. ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании. ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.	**уметь:** $У_1$ - выделять деятельность, создающую ценность, определять ценности потребителя; $У_2$ - проводить хронометраж работы; $У_3$ - строить карту потока создания ценности; $У_4$ - планировать мероприятия по достижению целей улучшений; $У_5$ - выявлять потери в процессах, предлагать пути улучшения; $У_6$ - определять возможности и риски методов бережливого производства; $У_7$ - применять систему 5С на рабочем месте; $У_9$ - применять методы и инструменты бережливого производства. **знать:** $З_1$ - основы принципы системы бережливого производства; $З_2$ - основные методы организации производства на основе концепции БП; $З_3$ - основные виды потерь, их источники и способы их устранения; $З_4$ - роль государства в развитии бережливого производства; $З_5$ - инструменты бережливого производства; $З_6$ - правила построения потоков создания ценности и способы их оптимизации; $З_7$ - механизм осуществления бережливого производства.

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

СГ.07. Экологические основы природопользования

для специальности 42.02.01 Реклама

Якутск, 2024

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г.)

УТВЕРЖДАЮ
Директор АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»
_____ С.Н.Семенов
«15» 04 2024 г.

Рабочая программа дисциплины СГ.07. Экологические основы природопользования разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (далее – ФГОС СПО) по *специальности 42.02.01 Реклама,* утвержденного приказом Минпросвещения России от 21.07.2023 г. № 552 (зарегистрирован в Минюсте РФ 22.08.2023 № 74908)

Организация-разработчик: АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»

Составитель:
Курчатова А.И., преподаватель

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Паспорт рабочей программы дисциплины 4

2. Структура и содержание дисциплины 6

3. Условия реализации рабочей программы дисциплины 10

4. Контроль и оценка результатов освоения дисциплины 12

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ СГ.07. ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПРИРОДОПОЛЬЗОВАНИЯ

1.1. Область применения программы

Рабочая программа дисциплины СГ.07. Экологические основы природопользования является частью основной профессиональной образовательной программы СПО – программы подготовки специалистов среднего звена по специальности *42.02.01 Реклама***,** входящей в состав укрупненной группы специальностей *42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело*.

.

1.2 Место дисциплины в структуре образовательной программы:

Дисциплина СГ.07. **Экологические основы природопользования** является дисциплиной социально-гуманитарного цикла из часов вариативной части и изучается в течение одного семестра.

1.3. Требования к результатам освоения дисциплины:

В результате освоения дисциплины обучающийся **должен**

уметь:

$У_1$ - анализировать и прогнозировать экологические последствия различных видов деятельности;

$У_2$ - использовать в профессиональной деятельности представления о взаимосвязи организмов и среды обитания;

$У_3$ - соблюдать в профессиональной деятельности регламенты экологической безопасности;

знать:

$З_1$ - принципы взаимодействия живых организмов и среды обитания;

$З_2$ - особенности взаимодействия общества и природы, основные источники техногенного воздействия на окружающую среду;

$З_3$ - об условиях устойчивого развития экосистем и возможных причинах возникновения экологического кризиса;

$З_4$ - принципы и методы рационального природопользования;

$З_5$ - методы экологического регулирования;

$З_6$ - основные группы отходов, их источники и масштабы образования;

$З_7$ - понятие и принципы мониторинга окружающей среды;

$З_8$ - правовые и социальные вопросы природопользования и экологической безопасности;

$З_9$ -охраняемые природные территории РФ.

с целью овладения **общими компетенциями (ОК)**:

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

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.

ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, *эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях* [1].

1.4. Количество часов на освоение рабочей программы дисциплины:

Объем дисциплины – 32 часа, в том числе

в форме практической подготовки – 4 часа

включает:

объем работы обучающегося во взаимодействии с преподавателем – 32 часа, в том числе

практические занятия – 12 часов;

самостоятельная работа обучающегося – 00 часов

Обязательная часть рабочей программы составляет – 00 часов, вариативная часть – 32 часа.

[1] Выделенное курсивом не формируется в рамках данной дисциплины

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Объем дисциплины (всего)	**32**
в том числе:	
в форме практической подготовки	4
Объем работы обучающегося во взаимодействии с преподавателем	**32**
в том числе:	
практические занятия	12
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	**0**

2.2. Формы промежуточной аттестации

3 семестр – дифференцированный зачет

2.2. Тематический план и содержание дисциплины СГ.07. Экологические основы природопользования

Наименование разделов и тем дисциплины	Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы, самостоятельная работа обучающихся		Объем часов	В т.ч. практической подготовки	Формируемые компетенции
Раздел 1. Особенности взаимодействия человеческого общества и природы			**14**		
Тема 1.1 Взаимоотношения общества и природы	*Содержание учебного материала*		*4*		
	1	Предмет и задачи экологии. Вопросы терминологии. Структура современной экологии. Строение и функционирование биосферы. Экосистемы. Экологические факторы среды и их взаимодействие. Популяции. **Антропогенное воздействие на природу на разных этапах развития человеческого общества.** Первобытная община. Раннеродовая община. Позднеродовая община. Промышленность. Развитие научно-технической революции. Демографический взрыв. Актуальность охраны природы в современное время.	2		ОК 05, ОК 07
	2	**Экологические кризисы и катастрофы.** История экологических кризисов. Современный этап взаимоотношений общества и природы. Причина экологических катастроф. Перспективы разрешения экологического кризиса.	2		
Тема 1.2. Природные ресурсы и их классификация	*Содержание учебного материала*		*2*		
	1	**Классификация природных ресурсов.** Исчерпаемые природные ресурсы: невозобновимые ресурсы, относительно возобновимые ресурсы, возобновимые ресурсы Неисчерпаемые природные ресурсы: энергия солнца, энергия ветра, энергия воды, энергия недр Земли. **Природные ресурсы. Общая характеристика.** Продовольственные ресурсы. Водные ресурсы. Ископаемые ресурсы. Земельные ресурсы. Энергетические ресурсы. **Антропогенные воздействия на почвы.** Загрязнение почв пестицидами, химическими удобрениями, промышленными и бытовыми отходами.	2		ОК 04, ОК 07
Тема 1.3. Природоресурсный потенциал и охраняемые территории Российской Федерации	*Содержание учебного материала*		*4*		
	1	**Состояние экосистем в России.** Охраняемые территории России. Принцип устойчивости экосистем – экологическое равновесие, последствие его нарушения. Основные проблемы природопользования в России. Программа действий, для обеспечения экологической устойчивости России. Организация рационального природопользования и охрана природы в Российской Федерации.	2		ОК 05, ОК 07

	Практическое занятие		**2**		ОК 04, ОК 05, ОК 07
	2	**Практическое занятие № 1.** Изучение источников загрязнения окружающей среды. Оценка экологического состояния воздуха в рабочем помещении.			
Тема 1.4 Принципы рационального природопользования и основы экологической безопасности	*Содержание учебного материала*		*4*		
	1	**Пути предотвращения истощения ресурсов**: проблема отходов, рециклинг, безотходные технологии и использование альтернативных источников энергии: энергии солнца, ветра, приливов-отливов, геотермальной энергии. Окружающая среда и здоровье человека.	2		ОК 05, ОК 07
	Практическое занятие		**2**	2	ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 07
	2	**Практическое занятие № 2.** Паспортизация отходов I-IV классов опасности.			
Раздел 2. Охрана окружающей среды			**12**		
Тема 2.1. Техногенное воздействие на атмосферный воздух	*Содержание учебного материала*		*4*		
	1	**Экологические проблемы загрязнения атмосферы газовыми выбросами**. Строение и газовый состав атмосферы. Источники техногенного загрязнения атмосферного воздуха. Естественные источники загрязнения атмосферы. Искусственные источники атмосферы. Сущность парникового эффекта. Кислотные дожди. Разрушение озонового слоя. **Последствия загрязнения и нарушения газового баланса атмосферы.** Влияние загрязненного воздуха на человека. Влияние загрязненного воздуха на растения и животных. Парниковый эффект. Разрушение озонового слоя. Кислотные осадки. Экономический ущерб от загрязнения воздуха. **Меры по предотвращению загрязнения и охране атмосферного воздуха.** Методы очистки газовых выбросов от гетерогенных примесей. Очистка газов от гомогенных примесей.	2		ОК 05, ОК 07
	Практическое занятие		**2**		ОК 04, ОК 05, ОК 07
	2	**Практическое занятие № 3.** Парниковый эффект, проблема глобального потепления климата			
Тема 2.2. Антропогенное воздействие на гидросферу	*Содержание учебного материала*		*4*		
	1	**Гидросфера Земли**. Природная вода и ее распространение. Круговорот воды в природе. Роль воды в природе и жизнеобеспечении человека. Источники истощения и загрязнения гидросферы. Проблема недостатка пресной воды. **Контроль качества и охрана водных ресурсов.** Меры охраны водных ресурсов. Охрана поверхностных вод. Охрана подземных вод. Правовые основы охраны водных ресурсов **Сточные воды.** Методы водоподготовки и водоочистки Классификация методов очистки промышленных стоков.	2		ОК 05, ОК 07

	Практические занятия		**2**		ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 07
	2	**Практическое занятие № 4.** Изучение воздействия хозяйственной деятельности человека на водоемы			
Тема 2.3 Рациональное использование и охрана недр	*Содержание учебного материала*		*4*		
	1	**Полезные ископаемые и их распространение.** Распределение и запасы минерального сырья. Использование недр человеком. Негативные тенденции в использовании недр. Правовые основы охраны и рационального использования недр.	2		ОК 05, ОК 07
	Практическое занятие		**2**	2	ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 07
	2	**Практическое занятие № 5.** Соблюдение в профессиональной деятельности регламента экологической безопасности			
Раздел 3 Правовые и социальные вопросы природопользования			**4**		
Тема 3.1 Правовые вопросы природопользования	*Содержание учебного материала*		*4*		
	1	**Государственное регулирование и международные аспекты природопользования и охраны природы.** Международное природоохранное сотрудничество. Организации природоохранной направленности. Форумы. Концепция устойчивого развития планеты. Конвенции и соглашения.	2		ОК 05, ОК 07
	Практическое занятие:		**2**		ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 07
	2	**Практическое занятие № 6**. Объекты охраны окружающей природной среды.			
		Дифференцированный зачет	**2**		
		ВСЕГО:	**32**	**4**	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Материально-техническое обеспечение

Реализация рабочей программы дисциплины проходит в кабинете экологии и безопасности жизнедеятельности.

Оборудование кабинета:

- Рабочее место преподавателя: Персональный компьютер в сборе (Процессор: Ryzen3 3 5300G (4 ядра и 4-8 потоков) Оперативная память: 8gb DDR4 3200 Mhz Накопитель: 256GB ssd.) – 1 шт.
- Короткофокусный проектор Optoma X309ST – 1 шт.
- Стол ученический Классик двухместный регулируемый, №4-6 СУР А.02.46 проект НМ-035.04.02 – 10 шт.
- Стул ученический Стандарт, №4-6 СТУР А 02.46.Ф проект НМ-035.30.02 – 19 шт.
- Учебная маркерная доска белая – 1 шт.
- Многофункциональное устройство HP (МФУ HP), А4, ч/б – 1 шт

3.2. Учебно-методическое обеспечение

По дисциплине СГ.07. Экологические основы природопользования разработана учебно-методическая документация:

- рабочая программа дисциплины;
- оценочные материалы;
- методические указания по выполнению заданий на практических занятиях.

3.3. Информационное обеспечение обучения

Федеральные законы:

1. Федеральный закон от 10.01.2002 № 7-ФЗ «Об охране окружающей среды»;
2. Федеральный закон от 21.07.2014 № 219-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об охране окружающей среды» и отдельные законодательные акты Российской Федерации»;
3. Постановление Правительства РФ от 07.05.2022 № 830 «Об утверждении Правил создания и ведения государственного реестра объектов, оказывающих негативное воздействие на окружающую среду»;
4. Постановление Правительства РФ от 31.12.2020 № 2398 «Об утверждении критериев отнесения объектов, оказывающих негативное воздействие на окружающую среду, к объектам I, II, III и IV категорий»;

5. Постановление Правительства Российской Федерации от 30.06.2021 № 1096 «О федеральном государственном экологическом контроле (надзоре)»;

6. Приказ Минприроды России от 12.08.2022 № 532 «Об утверждении формы заявки о постановке объектов, оказывающих негативное воздействие на окружающую среду, на государственный учет, содержащей сведения для внесения в государственный реестр объектов, оказывающих негативное воздействие на окружающую среду, в том числе в форме электронных документов, подписанных усиленной квалифицированной электронной подписью»;

Литература:

1. Астафьева О. Е. Экологические основы природопользования : учебник для среднего профессионального образования / О. Е. Астафьева, А. А. Авраменко, А. В. Питрюк. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 376 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15994-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/523597 (дата обращения: 12.01.2024).

2. Гурова Т. Ф. Экология и рациональное природопользование : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Т. Ф. Гурова, Л. В. Назаренко. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 188 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-09485-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/513725 (дата обращения: 12.01.2024).

3. Корытный Л. М. Экологические основы природопользования : учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. М. Корытный, Е. В. Потапова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 377 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-14131-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/517675 (дата обращения: 12.01.2024).

4. Хван Т. А. Экологические основы природопользования : учебник для среднего профессионального образования / Т. А. Хван. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 278 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16564-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/531290 (дата обращения: 12.01.2024).

Электронные образовательные ресурсы:

Сайты, блоги, электронные библиотеки

1. Официальный сайт Министерства природных ресурсов и экологии Российской Федерации. [Электронный ресурс]. URL: http://www.mnr.gov.ru/

2. «Природа России» Национальный портал. [Электронный ресурс]. URL: http://priroda.ru

3. ECOportal.ru Всероссийский экологический портал. [Электронный ресурс]. URL: http://ecoportal.ru/

Дополнительная электронная литература/учебные пособия, материалы, статьи

1.Корытный, Л. М. Экологические основы природопользования: учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. М. Корытный, Е. В. Потапова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 377 с. — (Профессиональное образование). — Текст : непосредственный. ISBN 978-5-534-14131-3[Электронный ресурс]. URL: Экологические-основы.pdf (tuvagroprom.ru)

2. Экологические основы природопользования. Курс лекций для студентов СПО дневной и заочной форм обучения [Электронный ресурс]. URL: Экологические основы природопользования скачать (uchitelya.com)

3. Конспект лекций по дисциплине «Экологические основы природопользования» для студентов всех специальностей СПО [Электронный ресурс]. URL: lekcii.doc (lgaki.info)

Видеоматериалы/ виртуальные музеи/интерактивные презентации

1. Российское общество Знание. [Электронный ресурс]. URL: ВИДЕО О ЭКОЛОГИИ (znanierussia.ru)

2. Природопользование и экологические проблемы. [Электронный ресурс]. URL:Природопользование и экологические проблемы - смотреть видео онлайн от «Инфоурок» (rutube.ru)

Тренажеры/ тесты/ кейсы/ материал для практикума/ бесплатные онлайн курсы

1. Экологические основы природопользования. Тесты. [Электронный ресурс]. URL: TestWizard - Экологические основы природопользования

2. Калькулятор экологического следа МТС. [Электронный ресурс]. URL: https://ecoday.mts.ru/

4 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка запланированных результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе текущего контроля знаний, проверки выполнения заданий практических занятий и самостоятельной работы, а также во время дифференцированного зачета.

Оценка качества подготовки обучающихся осуществляется через оценку знаний, умений по дисциплине и сформированность компетенций.

Результаты обучения (знания, умения)	**Формы и методы контроля и оценки результатов обучения**	
	Текущий контроль	**Промежуточная аттестация**
уметь:		
$У_1$ - анализировать и прогнозировать экологические последствия различных видов деятельности;	- оценка выполнения заданий на практических занятиях; - оценка участия обучающегося на учебном занятии; - оценка подготовки сообщений, презентации	- дифференцированный зачет
$У_2$ - использовать в профессиональной деятельности представления о взаимосвязи организмов и среды обитания;		
$У_3$ - соблюдать в профессиональной деятельности регламенты экологической безопасности;		
знать:		
$З_1$ - принципы взаимодействия живых организмов и среды обитания;	- оценка выполнения заданий на практических занятиях; - оценка участия обучающегося на учебном занятии; - устный опрос; - оценка выполнения заданий самостоятельной работы	- дифференцированный зачет
$З_2$ - особенности взаимодействия общества и природы, основные источники техногенного воздействия на окружающую среду;		
$З_3$ - об условиях устойчивого развития экосистем и возможных причинах возникновения экологического кризиса;		
$З_4$ - принципы и методы рационального природопользования;		
$З_5$ - методы экологического регулирования;		
$З_6$ - основные группы отходов, их источники и масштабы образования;		
$З_7$ - понятие и принципы мониторинга окружающей среды;		
$З_8$ - правовые и социальные вопросы природопользования и экологической безопасности;		
$З_9$ -охраняемые природные территории РФ.		

Оценка ***общих компетенций (ОК)***:

Результат (общие компетенции)	*Основные показатели*
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	- осуществляет поиск информации в сети Интернет и различных электронных носителях - извлекает информацию с электронных носителей - использует средства ИТ для обработки и хранения информации - представляет информацию в различных формах с использованием разнообразного программного обеспечения - создает презентации в различных формах
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	- устанавливает позитивный стиль общения - выбирает стиль общения в соответствии с ситуацией - признает чужое мнение - при необходимости отстаивает собственное мнение - принимает критику - ведет деловую беседу в соответствии с этическими нормами - соблюдает официальный стиль при оформлении документов - выполняет письменные и устные рекомендации преподавателя - способен к эмпатии - организует коллективное обсуждение рабочей ситуации
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	- умеет передавать информацию другому человеку - способен правильно формулировать свои мысли в устной и письменной формах - способен письменно оформлять свои мысли
ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях[2]	- поддерживает чистоту в учебном кабинете и на своем рабочем месте - адекватно реагирует на внезапное изменение ситуации (звонок, сирена, сигнал тревоги)

Критерии и методы оценки запланированных результатов дисциплины отражены в оценочных материалах.

[2] Выделенное курсивом не формируется в рамках данной дисциплины

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

Экологические основы природопользования

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

по выполнению заданий на практических занятиях

для специальности 42.02.01 Реклама

Якутск, 2024

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г.)

Методические указания составлены в соответствии с рабочей программой по дисциплине СГ.07. Экологические основы природопользования

Разработчик: АНО СПО «Цифровой колледж Синергия»

Составитель:

Курчатова А.И., преподаватель

Пояснительная записка

Дисциплина СГ.07. Экологические основы природопользования является дисциплиной является дисциплиной социально-гуманитарного учебного цикла из часов вариативной части и изучается в течение одного семестра.

В результате освоения дисциплины СГ.07. Экологические основы природопользования обучающиеся должны

В результате освоения дисциплины обучающийся **должен**

уметь:

$У_1$ - анализировать и прогнозировать экологические последствия различных видов деятельности;

$У_2$ - использовать в профессиональной деятельности представления о взаимосвязи организмов и среды обитания;

$У_3$ - соблюдать в профессиональной деятельности регламенты экологической безопасности;

знать:

$З_1$ - принципы взаимодействия живых организмов и среды обитания;

$З_2$ - особенности взаимодействия общества и природы, основные источники техногенного воздействия на окружающую среду;

$З_3$ - об условиях устойчивого развития экосистем и возможных причинах возникновения экологического кризиса;

$З_4$ - принципы и методы рационального природопользования;

$З_5$ - методы экологического регулирования;

$З_6$ - основные группы отходов, их источники и масштабы образования;

$З_7$ - понятие и принципы мониторинга окружающей среды;

$З_8$ - правовые и социальные вопросы природопользования и экологической безопасности;

$З_9$ -охраняемые природные территории РФ.

В процессе работы у обучающихся формируются общие компетенции (ОК):

ОК 02. Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности.

ОК 04. Работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами.

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке с учетом особенностей социального и культурного контекста.

ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, *эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях*[1].

Количество практических занятий – 12 часов.

[1] Выделенное курсивом не формируется в рамках данной дисциплины

Требования к выполнению заданий

Практические задания выполняются обучающимися в обязательном порядке по указанию преподавателя.

Работы выполняются в рабочей тетради и сдаются для проверки преподавателю. Полученная оценка выставляется в журнал и учитывается при освоении учебной дисциплины в целом.

Критерии оценивания выполненных заданий

Работа оценивается по 5 балльной шкале:

Оценка «**отлично»** ставится, если студент выполнил работу в полном объеме с соблюдением необходимой последовательности действий; в ответе правильно и аккуратно выполняет все записи, таблицы, рисунки, чертежи, графики, вычисления; правильно выполняет анализ ошибок.

Оценка **«хорошо»** ставится, если студент выполнил требования к оценке "5", но допущены 2-3 недочета.

Оценка **«удовлетворительно»** ставится, если студент выполнил работу не полностью, но объем выполненной части таков, что позволяет получить правильные результаты и выводы; в ходе проведения работы были допущены ошибки.

Оценка **«неудовлетворительно»** ставится, если студент выполнил работу не полностью или объем выполненной части работы не позволяет сделать правильных выводов

Раздел 1. Особенности взаимоотношения человеческого общества и природы
Тема 1.3. Природоресурсный потенциал и охраняемые территории Российской Федерации

Практическое занятие № 1
Изучение источников загрязнения окружающей среды. Оценка экологического состояния воздуха в рабочем помещении

Цель:
- формирование умений анализировать и прогнозировать экологические последствия различных видов производственной деятельности,
- оценивать состояние экологии окружающей среды на производственном объекте

Необходимое оборудование: блокнот для записей, карандаш, калькулятор.

Ход работы:
Работа состоит из 2 частей
1 часть Решение экологических задач

Задача 1

В марте 1973 г. при аварии супертанкера "Амоко-Калис" у берегов Франции было выброшено в море 230 тыс. т нефти. Рассчитайте объем воды, в котором погибла рыба, если гибель рыбы происходит при концентрации нефти 15 мг/л.

Решение:

Определите объем воды:

$1т = 1 \times 10^6$ мл

$$V = \frac{M_{нефти}}{C_{нефти}}$$

где $M_{нефти}$— масса нефти;
$C_{нефти}$ — концентрация нефти, при которой гибнет рыба.

Задача 2

В 1976 г. в результате взрыва танкера "Уирколо" у берегов Испании было выброшено в море 100 тыс. т нефти. Какая площадь воды (S) была при этом покрыта нефтяной пленкой, если толщина пленки (L) примерно 3 мм, а плотность нефти (ρ) 800 кг/м3?

Решение:

1. Определить объем нефти:

$$V = \frac{M}{\rho},$$

где M — масса нефти; ρ— плотность нефти.
2. Определить площадь воды, которая была покрыта нефтяной пленкой:

$$S = \frac{V}{L}.$$

3. Ответить на контрольные вопросы:

1. Предложите методы очистки воды от нефти. Охарактеризуйте их особенности.
2. Какой метод очистки воды от нефти является наиболее эффективным?
3. Какие угрозы несет загрязнение мирового океана нефтью для человечества?
4. Изложите свою точку зрения, как можно было избежать аварии?

2 часть Оценка экологического состояния воздуха в рабочем помещении

Краткие сведения

Углекислый газ - (CO_2) - бесцветный, без запаха, не воспламеняется. Это результат процессов горения (в том числе обмена веществ). Избыток углекислого газа в организме может привести к смерти. Молекулярный вес 44,01. Плотность (CO_2=1013г/Па) 1,9768 кг/м^3.

Углекислый газ намного тяжелее воздуха (1,52 раза).

Как правило, концентрация CO_2 в воздухе составляет 0,03% (по объему) и для нормального функционирования организма человека не должна быть больше. Тело человека имеет определенную приспособляемость, и с течением времени может привыкнуть к концентрации 0,15%. В общем, надо сказать, что углекислый газ в высокой концентрации вреден:

– при концентрации выше 5% в течение длительного времени постепенно увеличивает уровень CO_2 в организме, приводит к гипоксии и после 30 минут к затрудненному дыханию депрессии на уровне сознания, судорогам,

– при концентрации 8-10% появляется углубление дыхания, одышка, тахикардия, головная боль, возбуждение, головокружение, слабость, судороги и потеря сознания в конце концов,

– при концентрации около 15% - головная боль, головокружение, стеснение в груди, психомоторное возбуждение, бессознательное состояние. Пульс и дыхание ослаблены, затрудненное дыхание, судороги и смерть,

– при концентрации 30-40% - немедленная смерть из-за паралича центральной нервной системы и остановки дыхания.

Ход работы:

1. Определить объем аудитории.
2. Определить объем воздуха, который выдохнули находящиеся в аудитории за 1,5 часа занятий

Известно, что в покое человек выделяет в среднем 20 л CO_2 в час, а при активной деятельности — 40 л в час. Возьмите среднее значение — 30 л/час.

3. Пересчитать объем образовавшегося CO_2 из литров в м^3.

Известно, что 1 л составляет 0,001 м^3.

4. Концентрацию CO_2 рассчитать так: объем образовавшегося CO_2 поделить на объем аудитории и результат умножить на 100 %.

П*редельно допустимая концентрация для CO_2 составляет 1%, но уже 0,1% при кратковременном вдыхании может вызвать у человека временное нарушение дыхания и кровообращения, повлиять на функциональное состояние коры головного мозга.*

5. Сделайте вывод о санитарно-гигиенических нормах ПДК CO_2 в аудитории во время занятий.
6. Предложите меры по профилактике этого явления.

Тема 1.4. Принципы рационального природопользования и основы экологической безопасности

Практическое занятие № 2
Паспортизация отходов I-IV классов опасности

Цель – анализировать и прогнозировать экологические последствия различных видов деятельности.

Необходимое оборудование: блокнот для записей, карандаш, линейка, калькулятор.

Задание выполняется на основе самостоятельной работы по теме, где необходимо было:

1. Найти в сети Интернет Приказ Министерства природных ресурсов и экологии РФ от 08.12.2020 № 1026 «Об утверждении порядка паспортизации и типовых форм паспортов отходов I-IV классов опасности»
2. Скачать типовые формы для дальнейшего заполнения на практическом занятии.
3. Ознакомиться со всеми ссылками, встречающимися в документе.
4. Заполнить «Сведения о лице, которое образовало отходы» (виртуальную или существующую).

Алгоритм выполнения задания:

1. Выбрать вид отхода.
2. Заполнить таблицу 2.
3. Заполнить паспорт отхода Форма 1.

Таблица 2 - Данные для заполнения паспорта отхода с примером

Код отхода (из таблицы 1)	Вид отхода (из таблицы 1)	Технологический процесс (определяется по названию отхода самостоятельно)	Агрегатное состояние отхода	Класс опасности отхода

Например: 9 41 404 01 20 1	*Отходы солей мышьяка в твердом виде при технических испытаниях и измерениях*	*Технические испытания и измерения*	*Твердое*	*1*

Раздел 2. Охрана окружающей среды

Тема 2.1. Техногенное воздействие на атмосферный воздух

Практическое занятие № 3
Парниковый эффект, проблема глобального потепления климата

Цель – анализировать и прогнозировать экологические последствия различных видов деятельности.

Необходимое оборудование: блокнот для записей, карандаш, линейка, калькулятор.

Ход работы:

1. Прочитайте информацию и выполните задание:

Краткие сведения

В 1990 г. концентрация CO_2 в атмосфере составляла 340 мг/кг. Известно, что концентрация CO_2 в атмосфере ежегодно увеличивается на 1,2%. Постройте зависимость концентрации CO_2 в атмосфере от времени. По ней составьте следующие прогнозы:

— на сколько увеличится концентрация CO_2 в атмосфере к 2040 г.;

— в каком году концентрация CO_2 увеличится в два раза, т. е. можно ожидать потепления климата на 3—5°С.

Решение:

1. Чтобы построить зависимость концентрации CO_2 в атмосфере от времени, сначала составьте таблицу:

Концентрация (С) CO_2	340	C_1	C_2	…	C_n
Годы	1990	1991	1992	…	2040

$$C_1 = 340 + \frac{340 \times 1,2}{100};\ C_2 = C_1 + \frac{C_1 \times 1,2}{100};$$

где C_1 … C_n — концентрация углекислого газа в зависимости от года.

По данным таблицы постройте график.

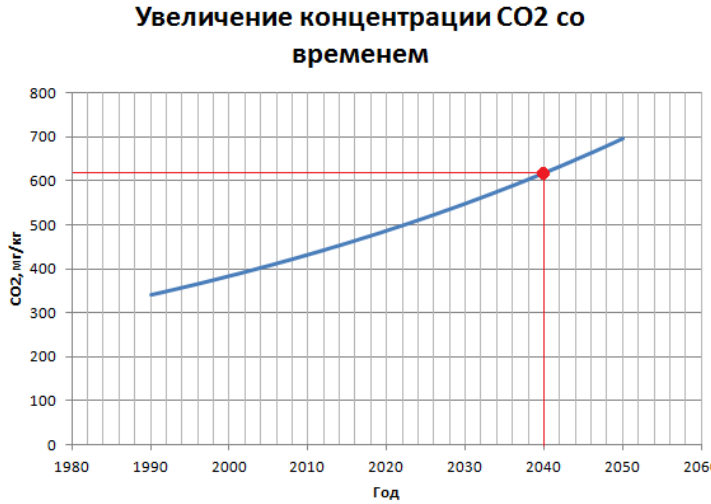


Рисунок 1. График увеличения концентрации CO_2 со временем

Определив по графику разность C_n - 340, можно определить на сколько увеличится концентрация углекислого газа в 2040 г.

2. По этому графику определите год, в котором концентрация CO_2 в атмосфере увеличится в 2 раза.

2. Ответьте письменно на контрольные вопросы:

1. В чем причина парникового эффекта?
2. Перечислимте парниковые газы антропогенного происхождения.
2. Каковы последствия парникового эффекта?
3. Как думаете, как можно решить эту проблему?
4. Охарактеризуйте методы и технологии очистки и утилизации газовых выбросов.

Тема 2.2. Антропогенное воздействие на гидросферу

Практическое занятие № 4
Изучение воздействия хозяйственной деятельности человека на водоемы

Цель – анализировать и прогнозировать экологические последствия различных видов деятельности.

Необходимое оборудование: блокнот, ручка, карандаш, фотоаппарат/видеокамера

Работа состоит из 2 частей

Задание 1: Анализ экологического мониторинга реки (выбрать)

Ход работы:

1. Пройти экскурсионным маршрутом.
2. Собрать и обработать материал экскурсии.
3. В отчете отметить следующие пункты:

– водоемы города (*наименование*), необходимость водоемов в природном комплексе;

– водоем как пример активного воздействия человека на природу;

– структуру водоема, его экологическое состояние, нарушение прибрежного природного сообщества;

– животный и растительный мир водоемов, особенности жизни организмов в водоемах, подвергнутых действию человека;

– физическое загрязнение водоемов, свалки мусора, их влияние на природу, нарушение красоты природы.

4. Сделать выводы о влиянии человека на водоемы города.
5. Дать рекомендации по улучшению экологического состояния водоемов.
6. Обоснуйте необходимость соблюдения экологической безопасности.

Задание 2: Анализ промышленного загрязнения озера

Ход работы:

1. Прочитайте краткие сведения и решите задачу *(вариант определяется по таблице 1)*

Краткие сведения

Защита окружающей среды от загрязнения регламентируется ПДК вредных веществ. ПДК (предельно допустимая концентрация) – это максимальная концентрация (количество вредных веществ в единице объема: мг/мл, мг/кг, мг/м^3), которая при воздействии на протяжении всей жизни человека не оказывает ни на него, ни на окружающую среду в целом вредного воздействия, включая отдаленные последствия.

Это можно выразить формулой:

$$Ci \le ПДКi, \quad (1)$$

где Ci – фактическая концентрация вредного вещества;

ПДКi – предельно допустимая концентрация этого вредного вещества.

При совместном действии нескольких вредных веществ, обладающих однонаправленным (усиление эффекта при одновременном воздействии) действием, их безразмерная суммарная концентрация не должна превышать1:

$$C_1 / ПДК_1 + C_2 / ПДК_2 + ... + Ci / ПДКi \le 1, \quad (2)$$

Задача

На берегу озера площадью S км^2 и средней глубиной H м расположено промышленное предприятие, использующее воду озера для технических нужд и затем сбрасывающее загрязненную воду в озеро. Цикл работы предприятия непрерывный (круглосуточный). Объем сброса сточной воды – L л/с.

Рассчитать, каким будет загрязнение озера через 1 год. Сделать выводы о промышленном загрязнении озера и дать рекомендации по сохранению озера.

ПДК вредных веществ (ВВ) в воде водных объектов:

- мышьяк – 0,05 мг/л;
- ртуть – 0,005 мг/л;
- свинец – 0,1 мг/л.

Общее загрязнение определяется по формуле:

$$C = C_1/ПДК_1 + C_2/ПДК_2 + C_3/ПДК_3 = \Sigma\, Ci/ПДКi, \quad (3)$$

где Ci – концентрация ВВi в озере после годичного сброса сточных вод в озеро;

ПДКi – ПДК этого ВВi.

Решение задачи рекомендуется выполнять в следующем порядке:

1. Определить объем озера и вычислить объем сточной воды, поступающей в озеро за 1 год;
2. Определить количество каждого ВВ, поступившего в озеро со сточной водой за год;
3. Вычислить концентрацию каждого ВВ в озере после годичного сброса сточных вод по формуле:

   Ci = количество ВВi в озере / объем воды в озере; (4)
4. Определить общее загрязнение озера предприятием по формуле (3);
5. Сделать выводы.

Таблица 1- Исходные данные к задаче

Номер варианта	*S*, км^2	*H*, м	*L*, л/с	Концентрация ВВ в сточной воде, мг/л		
				мышьяк	ртуть	свинец
1	3,0	3,0	20	0,25	0,10	0,68
2	3,0	2,5	15	0,16	0,32	0,95
3	2,5	2,0	10	0,31	0,15	1,80
4	5,2	2,5	10	0,20	0,90	0,10
5	5,0	3,5	15	0,60	0,05	3,15
6	4,5	2,0	25	2,60	0,45	1,80

7	4,0	2,5	30	1,60	0,30	2,10
8	4,6	3,0	20	0,50	0,40	1,00
9	2,8	1,5	10	0,30	0,10	0,65
10	3,2	2,0	15	0,75	0,45	0,90
11	2,0	2,0	10	0,15	0,08	0,53
12	2,6	2,0	15	0,41	0,16	0,85
13	3,6	2,5	20	0,26	0,13	1,20
14	5,0	2,5	10	0,17	0,20	1,30
15	5,0	2,0	10	0,20	0,13	1,43
16	2,5	2,0	20	0,22	0,03	0,71
17	3,0	2,0	15	0,27	0,12	0,55
18	4,0	2,0	16	1,06	0,47	0,68
19	1,5	1,0	18	0,60	0,24	0,70
20	2,0	3,0	15	0,20	0,18	1,05
21	1,8	2,3	16	1,00	0,15	0,65
22	2,6	1,8	12	0,08	0,47	0,68
23	2,8	2,3	20	0,34	0,29	1,31
24	2,5	2,0	17	0,42	0,94	1,37
25	3,0	2,8	20	0,96	0,49	1,43

2. Ответьте письменно на контрольные вопросы:

1. Что такое ПДК?
2. Как определяется суммарное загрязнение при наличии нескольких вредных веществ однонаправленного воздействия?
3. Какие мероприятия следует выполнять при повышенном загрязнении водного объекта?

Тема 2.3. Рациональное использование и охрана земельных ресурсов

Практическое занятие № 5
Соблюдение в профессиональной деятельности регламента экологической безопасности

Цель **–** формирование умения анализировать и прогнозировать экологические последствия различных видов производственной деятельности

Задание: Найти и проанализировать программные продукты, применяемые в области экологии.

Результаты занести в таблицу 1

Таблица 1 – Программные продукты в области экологической безопасности

№ п/п	Наименование ПО	Разработчик	Сфера применения	Примечание

Раздел 3. Правовые и социальные вопросы природопользования
Тема 3.1. Правовые и социальные аспекты экологии

Практическое занятие № 6
Объекты охраны окружающей природной среды

Цель - формирование умения оценивать состояние экологии окружающей среды и анализировать причины возникновения экологических аварий и катастроф среды на производственном объекте

Необходимое оборудование/инструменты/литература
- ст.4 № 7-ФЗ «Об охране окружающей среды»

Ход работы:

1. Заполнить таблицу 1:

Таблица 1 – Объекты охраны окружающей среды

Объекты охраны окружающей среды	
международные	Российской Федерации

2. Выбрать один из объектов охраны окружающей среды и подробно описать по следующей схеме:
   – наименование;
   - нормативные документы, регламентирующие охрану;
   - основные положения этих документов.
   Информацию представить в виде схем, таблиц, презентации.

ЛИТЕРАТУРА

1. Астафьева О. Е. Экологические основы природопользования : учебник для среднего профессионального образования / О. Е. Астафьева, А. А. Авраменко, А. В. Питрюк. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 376 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15994-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/523597 (дата обращения: 12.01.2024).

2. Гурова Т. Ф. Экология и рациональное природопользование : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Т. Ф. Гурова, Л. В. Назаренко. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 188 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-09485-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/513725 (дата обращения: 12.01.2024).

3. Корытный Л. М. Экологические основы природопользования : учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. М. Корытный, Е. В. Потапова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 377 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-14131-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/517675 (дата обращения: 12.01.2024).

4. Хван Т. А. Экологические основы природопользования : учебник для среднего профессионального образования / Т. А. Хван. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 278 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16564-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/531290 (дата обращения: 12.01.2024).

Электронные образовательные ресурсы:

Сайты, блоги, электронные библиотеки

1. Официальный сайт Министерства природных ресурсов и экологии Российской Федерации. [Электронный ресурс]. URL: http://www.mnr.gov.ru/

2. «Природа России» Национальный портал. [Электронный ресурс]. URL: http://priroda.ru

3. ECOportal.ru Всероссийский экологический портал. [Электронный ресурс]. URL: http://ecoportal.ru/

Дополнительная электронная литература/учебные пособия, материалы, статьи

1.Корытный, Л. М. Экологические основы природопользования: учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. М. Корытный, Е. В. Потапова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 377 с. — (Профессиональное образование). — Текст : непосредственный. ISBN 978-5-534-14131-3[Электронный ресурс]. URL: Экологические-основы.pdf (tuvagroprom.ru)

2. Экологические основы природопользования. Курс лекций для студентов СПО дневной и заочной форм обучения [Электронный ресурс]. URL: Экологические основы природопользования скачать (uchitelya.com)

3. Конспект лекций по дисциплине «Экологические основы природопользования» для студентов всех специальностей СПО [Электронный ресурс]. URL: lekcii.doc (lgaki.info)

Видеоматериалы/ виртуальные музеи/интерактивные презентации

1. Российское общество Знание. [Электронный ресурс]. URL: ВИДЕО О ЭКОЛОГИИ (znanierussia.ru)

2. Природопользование и экологические проблемы. [Электронный ресурс]. URL:Природопользование и экологические проблемы - смотреть видео онлайн от «Инфоурок» (rutube.ru)

Тренажеры/ тесты/ кейсы/ материал для практикума/ бесплатные онлайн курсы

1. Экологические основы природопользования. Тесты. [Электронный ресурс]. URL: TestWizard - Экологические основы природопользования

2. Калькулятор экологического следа МТС. [Электронный ресурс]. URL: https://ecoday.mts.ru/

Экологические основы природопользования

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
по выполнению заданий на практических занятиях
для специальности 42.02.01 Реклама

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г.)

УТВЕРЖДАЮ
Директор АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»
_____ С.Н.Семенов
«15» 04 2024 г.

Оценочные материалы
для промежуточной аттестации
по дисциплине
СГ.07. Экологические основы природопользования

для специальности 42.02.01 Реклама

Разработчик: Курчатова А.И., преподаватель

Якутск, 2024

1. Пояснительная записка

Оценочные материалы для промежуточной аттестации по дисциплине СГ.07. Экологические основы природопользования предназначены для оценки достижений запланированных результатов по дисциплине и общих компетенций обучающихся по специальности *42.02.01 Реклама.*

1.1. Оценка освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины СГ.07. Экологические основы природопользования обучающийся должен

В результате освоения дисциплины обучающийся **должен**

уметь:

$У_1$ - анализировать и прогнозировать экологические последствия различных видов деятельности;

$У_2$ - использовать в профессиональной деятельности представления о взаимосвязи организмов и среды обитания;

$У_3$ - соблюдать в профессиональной деятельности регламенты экологической безопасности;

знать:

$З_1$ - принципы взаимодействия живых организмов и среды обитания;

$З_2$ - особенности взаимодействия общества и природы, основные источники техногенного воздействия на окружающую среду;

$З_3$ - об условиях устойчивого развития экосистем и возможных причинах возникновения экологического кризиса;

$З_4$ - принципы и методы рационального природопользования;

$З_5$ - методы экологического регулирования;

$З_6$ - основные группы отходов, их источники и масштабы образования;

$З_7$ - понятие и принципы мониторинга окружающей среды;

$З_8$ - правовые и социальные вопросы природопользования и экологической безопасности;

$З_9$ -охраняемые природные территории РФ.

с целью овладения **общими компетенциями (ОК)**:

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

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.

ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, *эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях* [1].

Форма промежуточной аттестации – ***дифференцированный зачет.***

Вид – ответы на вопросы. Обучающийся отвечает на 2 вопроса, выбранные в случайном порядке.

Критерии оценки

Уровень подготовки студентов оценивается в баллах: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Оценка **«отлично»** ставится, если обучающийся понимает и умеет дать верную оценку сложившейся ситуации, аргументирует свою точку зрения, умеет анализировать, обобщать и предлагает верные пути решения ситуации, при ответах на вопросы не допускает ошибок и неточностей.

Оценка **«хорошо»** ставится, если обучающийся понимает суть ситуации, логично строит свой ответ, но допускает незначительные неточности при определении путей решения, в ответах на вопросы могут присутствовать отдельные ошибки.

Оценка **«удовлетворительно»** ставится, если обучающийся ориентируется в сущности складывающейся ситуации, но нуждается в наводящих вопросах, не умеет анализировать и не совсем верно намечает пути решения ситуации, не может правильно ответить на все вопросы к ситуации.

Оценка **«неудовлетворительно»** ставится, если обучающийся не может самостоятельно оценить сложившуюся ситуацию, не умеет анализировать, обобщать и делать выводы, не может предложить путей решения, либо допускает грубые ошибки.

[1] Выделенное курсивом не формируется в рамках данной дисциплины

1.2. Сформированность компетенций обучающихся

В результате освоения дисциплины СГ.07. Экологические основы природопользования обучающийся должен показать также сформированность общих компетенций (ОК):

Результат (общие компетенции)	*Основные показатели*
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	- осуществляет поиск информации в сети Интернет и различных электронных носителях - извлекает информацию с электронных носителей - использует средства ИТ для обработки и хранения информации - представляет информацию в различных формах с использованием разнообразного программного обеспечения - создает презентации в различных формах
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	- устанавливает позитивный стиль общения - выбирает стиль общения в соответствии с ситуацией - признает чужое мнение - при необходимости отстаивает собственное мнение - принимает критику - ведет деловую беседу в соответствии с этическими нормами - соблюдает официальный стиль при оформлении документов - выполняет письменные и устные рекомендации преподавателя - способен к эмпатии - организует коллективное обсуждение рабочей ситуации
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	- умеет передавать информацию другому человеку - способен правильно формулировать свои мысли в устной и письменной формах - способен письменно оформлять свои мысли
ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях[2]	- поддерживает чистоту в учебном кабинете и на своем рабочем месте - адекватно реагирует на внезапное изменение ситуации (звонок, сирена, сигнал тревоги)

[2] Выделенное курсивом не формируется в рамках данной дисциплины

Критерии оценивания

2 балла - компетенция проявляется постоянно в полной мере (сформирована полностью);
1 балл - компетенция проявляется иногда или неполностью (частично сформирована);
0 баллов - компетенция не проявляется (не сформирована).

Автономная некоммерческая организация среднего профессионального образования
«Цифровой колледж «Синергия»

УТВЕРЖДЕНО
Директором Колледжа в составе ОП
по специальности 42.02.01 Реклама

ТЕСТ
для промежуточной аттестации
по дисциплине СГ.07 Экологические основы природопользования
для специальности 42.02.01 Реклама

Инструкция
Внимательно прочитайте задания и запишите правильные ответы.
Блок 1 – Выберите один правильный ответ из предложенных
Блок 2 – Выберите несколько правильных ответов из предложенных
Блок 3 – Установите соответствие
Блок 4 – Установите последовательность действий
Блок 5 – Задания на классификацию
Время выполнения – 40 минут.

Вариант 1

Блок 1. Выберите один правильный вариант ответа

1. Система мероприятий, обеспечивающих поддержание ресурсо- и средовоспроизводящих функций природы и сохранение невозобновляемых ресурсов, называется:
А) природопользованием; Б) охраной природы;
В) природоохранной рекреацией; Г) ландшафтной экологией.

2. Основные принципы охраны окружающей среды изложены:
А) в Лесном кодексе;
Б) в Земельном кодексе;
В) в Законе РФ «Об охране окружающей среды»;
Г) во всех приведенных выше документах.

3. «Зелёная революция» - это:
А) движение за восстановление вырубаемых лесов;
Б) распространение ислама по всему миру;
В) экологическое движение против строительства АЭС;
Г) преобразование сельского хозяйства на основе современной агротехники.

4. В чем опасность «парникового эффекта»?
А) нарушение прозрачности атмосферы, теплового баланса, увеличение средней температуры атмосферы на несколько градусов;
Б) загрязнение гидросферы;
В) повышение уровня радиации;
Г) накопление парниковых газов гидросфере.

5. Учение о биосфере было создано:
А) Эратосфеном; Б) В.И. Вернадским; В) В.В.Докучаевым; Г) В.К.Арсетьевым

6. Нарушением прав государства на недра, воды, леса является …
А) Полив огорода из скважины Б) Ловля рыбы на удочку
В) Самовольная добыча алмазов Г) Сбор черники в лесу

Блок 2. Выберите несколько правильных вариантов ответа

7. Примерами рационального природопользования являются …
А) выращивание мальков ценных видов рыб на рыбзаводах для последующего выпуска их в водоёмы
Б) добыча полезных ископаемых открытым способом
В) осушение болот в верховьях малых рек
Г) высаживание кустарников на склонах оврагов
Д) перевод ТЭС с природного газа на уголь

8. Исчерпаемые возобновимые ресурсы - это
А) нефть Б) лесные ресурсы В) энергия солнца
Г) почвенные ресурсы Д) энергия текущей воды

9. Примерами нерационального природопользования являются …
А) рекультивация земель
Б) проведение снегозадержания на полях
В) использование оборотного водоснабжения в промышленности
Г) перевод ТЭС с газа на каменный уголь
Д) молевой сплав брёвен

10. Неисчерпаемые природные ресурсы - это
А) почвенные Б) нефть В) энергия приливов
Г) торф Д) солнечная энергия

11. Укажите НЕВЕРНОЕ соответствие «негативное изменение в окружающей среде — его причина»

А) кислотные дожди — развитие нефтеперерабатывающей промышленности

Б) опустынивание земель — ведение сельского хозяйства экстенсивным способом

В) засоление почв — создание полезащитных лесополос

Г) парниковый эффект — развитие гидроэнергетики

Д) нарушение структуры почв и снижение их плодородия — перевыпас скота тяжелой сельскохозяйственной техники

Блок 3. Установите соответствие

12. Установите соответствие между термином и определением

Термин	Определение
1) Особо охраняемые природные территории	А) временно охраняемая природная территория, создаваемая для восстановления популяции одного или нескольких видов растений или животных.
2) Заказник	Б) участок земной территории или морской акватории, на котором государством сохраняется в естественном состоянии весь его природный комплекс.
3) Заповедник	В) участки земли, водной поверхности и воздушного пространства над ними, где располагаются природные комплексы и объекты, которые имеют особое природоохранное, научное, культурное, эстетическое, рекреационное и оздоровительное значение.

13. Установите соответствие между термином и определением

Термин	Определения
1) Биосфера	А) в которой взаимодействуют и взаимопроникают друг в друга нижняя часть атмосферы, верхняя часть литосферы (земной коры), вся гидросфера и биосфера
2) Ноосфера	Б) это глобальная экосистема, в которой существует и взаимосвязано абсолютно все живое на планете.
3) Географическая оболочка	В) это сфера разума, сфера взаимодействия природы и социума, зародившаяся и изменяющаяся под воздействием человеческого общества и человеческого разума

14. Установите соответствие между термином и определением

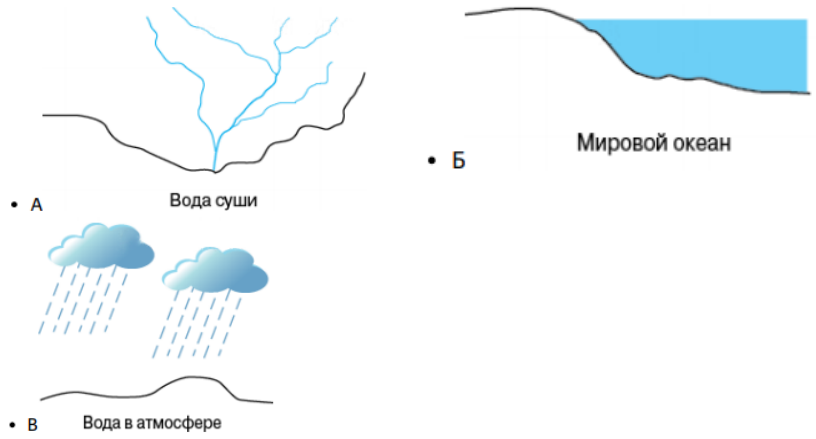
Термин	Определение
1) Урбанизация природы	А) Система наблюдений и контроля, проводимых регулярно, по определенной программе, для оценки состояния окружающей среды, анализа происходящих в ней процессов и своевременного выявления тенденций её изменения под воздействием природных и антропогенных факторов.
2) Мониторинг окружающей среды	Б) Вызванная различными причинами и постепенно нарастающая проблема недостатка продуктов питания, которая приводит к недоеданию и голоду среди наименее обеспеченных групп населения планеты
3) Продовольственная проблема	В) Превращение естественных ландшафтов в искусственный под влиянием городской застройки

15. Соотнесите исторические этапы формирования российского экологического права

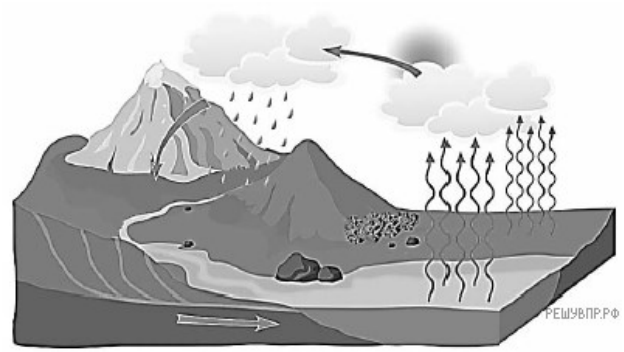
1) Первый этап (конец XIX–начало XX вв.)	А) экологический этап охраны окружающей среды
2) Второй этап (1920–1991 гг.)	Б) этап консервативной охраны окружающей среды
3) Третий этап (1991 г. – наст. вр.)	В) природоресурсовый этап охраны окружающей среды

Блок 4. Установите последовательность действий

16. Расставьте картинки в порядке возрастания процентного содержания воды в частях гидросферы, начиная с наименьшего.



17. Рассмотрите схему природного процесса на рисунке и установите последовательность этапов отображённого на нем процесса.



ЭТАПЫ:

А) Водяной пар, поднимаясь вверх, охлаждается и конденсируется, образуя облака.

Б) Осадки, выпавшие на сушу, обеспечивают поверхностный и подземный сток воды в океан.

В) Сконденсированный в облаках водяной пар выпадает на поверхность суши в виде осадков.

Г) Солнце нагревает воду в океанах и морях, и она испаряется, преобразуюсь в водяной пар.

Д) Часть облаков переносится ветром в сторону суши.

18. Расположите газы в порядке повышения их содержания в составе воздуха атмосферы (от наиболее низкого к наиболее высокому).

А. Кислород. Б. Азот. В. Водород.

Блок 5. Задания на классификацию

19. Распределите источники получения энергии по способам получения энергии

Способов получения энергии	Источники получения энергии и влияние на окружающую среду
1) Альтернативный способ получения энергии 2) Традиционный способ получения энергии	А) практически не загрязняет окружающую среду Б) является основными источниками загрязнения окружающей среды и изменения климата В) экологичны по своей природе и являются долгосрочным экономически выгодным выбором Г) могут вызывать несколько различных типов загрязнения, из наиболее распространенных – загрязнение воздуха, кислотные дожди, парниковые газы и т.д. Д) солнце, вода, ветер, приливы, биомасса Е) уголь, нефть и природный газ

20. Распределите виды природных ресурсов правого столбика на типы

Тип исчерпаемости	Вид природных ресурсов
1) Исчерпаемые, возобновляемые 2) Исчерпаемые невозобновляемые	А) Водные ресурсы Б) Каменная соль В) Растительный мир Г) Газ

Автономная некоммерческая организация среднего профессионального образования
«Цифровой колледж «Синергия»

УТВЕРЖДЕНО
Директором Колледжа в составе ОП
по специальности 42.02.01 Реклама

ТЕСТ
для промежуточной аттестации
по дисциплине СГ.07 Экологические основы природопользования
для специальности 42.02.01 Реклама

Инструкция
Внимательно прочитайте задания и запишите правильные ответы.
Блок 1 – Выберите один правильный ответ из предложенных
Блок 2 – Выберите несколько правильных ответов из предложенных
Блок 3 – Установите соответствие
Блок 4 – Установите последовательность действий
Блок 5 – Задания на классификацию
Время выполнения – 40 минут.

Вариант 2

Блок 1. Выберите один правильный вариант ответа

1. Область знаний и практическая деятельность человека по рациональному использованию природных ресурсов в целях удовлетворения материальных и культурных потребностей общества называется …

А) природопользованием; Б) социологией;
В) экологией Г) естествознанием

2.Характерной особенностью «зеленой революции» является.

А) уничтожение экологически чистых продуктов
Б) применение искусственных ингредиентов
В) внедрение методов генной инженерии
Г) создание низкопродуктивных сортов

3. Общественный экологический контроль проводят с целью информировать _____ о состоянии окружающей среды.

А) экологические объединения Б) предприятия
В) законодательные органы Г) государственные органы

4. Оболочка Земли, населенная живыми организмами, называется...

А) Ноосфера Б) Биосфера В) Тропосфера Г) Литосфера

5. Учение о биосфере было создано:

А) Ж.-Б. Ламарком; Б) Э. Зюссом;
В) В.И. Вернадским; Г) Э. Леруа.

6. Нарушением прав государства на недра, воды, леса является.

А) Полив огорода из скважины Б) Ловля рыбы на удочку
В) Сбор черники в лесу Г) Самовольная добыча алмазов

Блок 2. Выберите несколько правильных вариантов ответа

7. Примерами рационального природопользования являются…

А) внедрение капельного орошения в земледелии
Б) создание полезащитных лесополос в степной зоне
В) захоронение токсичных отходов вблизи крупных городов
Г) осушение болот в верховьях малых рек
Д) ведение подсечно-огневого земледелия

8. Исчерпаемыми возобновимыми природными ресурсами являются …

А) лесные ресурсы Б) каменный уголь
В) агроклиматические ресурсы Г) ядерная энергия
Д) почвенные ресурсы

9. Примерами нерационального природопользования являются …

А) строительство солнечных электростанций
Б) осушение болот в верховьях малых рек
В) переработка в биотопливо отходов производства
Г) продольная распашка склонов
Д) использование металлолома на металлургических предприятиях

10. Неисчерпаемые природные ресурсы - это

А) энергия солнца Б) биологические ресурсы

В) нефть и попутный газ Г) энергия ветра
Д) железная руда

11. Выберите правильные соответствия «хозяйственная деятельность человека — ее последствия».

А) производство бумаги из макулатуры — сохранение лесных ресурсов страны

Б) создание полезащитных лесополос в степной зоне — снижение силы ветра, снегозадержание и сохранение влаги в почве

В) перевод тепловых электростанций с каменного угля на природный газ — увеличение загрязнения атмосферного воздуха продуктами горения

Г) создание терриконов в местах добычи угля — восстановление земель после добычи полезных ископаемых

Д) молевой сплав бревен — сохранение и восстановление лесных ресурсов

Блок 3. Установите соответствие

12. Соотнесите исторические этапы формирования российского экологического права:

1) Первый этап (конец XIX–начало XX вв.)	А) природоресурсовый этап охраны окружающей среды
2) Второй этап (1920–1991 гг.)	Б) экологический этап охраны окружающей среды
3) Третий этап (1991 г. – наст. вр.)	В) этап консервативной охраны окружающей среды

13. Установите соответствие между термином и определением

Термин	Определения
1) Биосфера	А) в которой взаимодействуют и взаимопроникают друг в друга нижняя часть атмосферы, верхняя часть литосферы (земной коры), вся гидросфера и биосфера
2) Географическая оболочка	Б) это сфера разума, сфера взаимодействия природы и социума, зародившаяся и изменяющаяся под воздействием человеческого общества и человеческого разума
3) Ноосфера	В) это глобальная экосистема, в которой существует и взаимосвязано абсолютно все живое на планете

14. Установите соответствие между термином и определением

Термин	Определение
1) Продовольственная проблема	А) система наблюдений и контроля, проводимых регулярно, по определенной программе, для оценки состояния окружающей среды, анализа происходящих в ней процессов и своевременного выявления тенденций её изменения под воздействием природных и антропогенных факторов.
2) Урбанизация природы	Б) вызванная различными причинами и постепенно нарастающая проблема недостатка продуктов питания, которая приводит к недоеданию и голоду среди наименее обеспеченных групп населения планеты
3) Мониторинг окружающей среды	В) Превращение естественных ландшафтов в искусственный под влиянием городской застройки

15. Установите соответствие между термином и определением

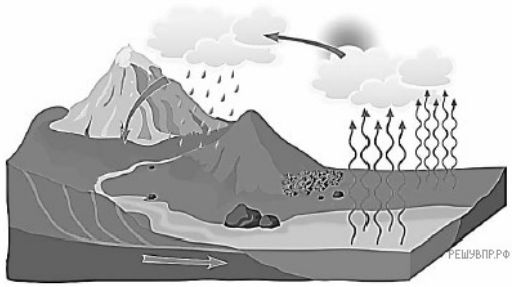
Термин	Определение
1) Особо охраняемые природные территории	А) временно охраняемая природная территория, создаваемая для восстановления популяции одного или нескольких видов растений или животных.
2) Заказник	Б) участок земной территории или морской акватории, на котором государством сохраняется в естественном состоянии весь его природный комплекс.
3) Заповедник	В) участки земли, водной поверхности и воздушного пространства над ними, где располагаются природные комплексы и объекты, которые имеют особое природоохранное, научное, культурное, эстетическое, рекреационное и оздоровительное значение.

Блок 4. Установите последовательность действий

16. Расположите газы в порядке повышения их содержания в составе воздуха атмосферы (от наиболее низкого к наиболее высокому).

А) Кислород. Б) Азот. В) Водород.

17. Рассмотрите схему природного процесса на рисунке и установите последовательность этапов отображённого на нем процесса.



ЭТАПЫ:

А) Водяной пар, поднимаясь вверх, охлаждается и конденсируется, образуя облака.

Б) Осадки, выпавшие на сушу, обеспечивают поверхностный и подземный сток воды в океан.

В) Сконденсированный в облаках водяной пар выпадает на поверхность суши в виде осадков.

Г) Солнце нагревает воду в океанах и морях, и она испаряется, преобразуясь в водяной пар.

Д) Часть облаков переносится ветром в сторону суши.

18. Расставьте картинки в порядке возрастания процентного содержания воды в частях гидросферы, начиная с наименьшего



Блок 5. Задания на классификацию

19. Распределите виды природных ресурсов правого столбика на типы

Тип исчерпаемости	Вид природных ресурсов
1) Исчерпаемые, возобновляемые 2) Исчерпаемые невозобновляемые	А) Водные ресурсы Б) Каменная соль В) Растительный мир Г) Газ

20. Распределите источники получения энергии по способам получения энергии

Способов получения энергии	Источники получения энергии и влияние на окружающую среду
1) Альтернативный способ получения энергии 2) Традиционный способ получения энергии	А) практически не загрязняет окружающую среду Б) является основными источниками загрязнения окружающей среды и изменения климата В) экологичны по своей природе и являются долгосрочным экономически выгодным выбором Г) могут вызывать несколько различных типов загрязнения, из наиболее распространенных - загрязнение воздуха, кислотные дожди, парниковые газы и т.д. Д) солнце, вода, ветер, приливы, биомасса Е) уголь, нефть и природный газ

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.01. Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе

для специальности 42.02.01 Реклама

Якутск, 2024

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г.)

УТВЕРЖДАЮ
Директор АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»
_____ С.Н.Семенов
«15» 04 2024 г.

Рабочая программа дисциплины ОП.01. Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (далее – ФГОС СПО) по специальности *42.02.01 Реклама,* утвержденного приказом Министерства просвещения РФ от 21.07.2023 г. № 552 (зарегистрирован в Минюсте РФ 22.08.2023 № 74908)

Организация-разработчик: АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»

Составитель:
Корнилова А.Б., преподаватель

ОГЛАВЛЕНИЕ

	стр.
1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	6
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ	13
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	16

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
ОП.01. Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе

1.1. Область применения программы

Рабочая программа дисциплины ОП.01. Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе является частью основной профессиональной образовательной программы СПО – программы подготовки специалистов среднего звена по специальности *42.02.01 Реклама*, входящей в состав укрупненной группы специальностей *42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело.*

1.2 Место дисциплины в структуре образовательной программы:

Дисциплина ОП.01. Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе является обязательной дисциплиной общепрофессионального цикла.

1.3. Требования к результатам освоения дисциплины:

В результате освоения дисциплины обучающийся **должен**

уметь:

$У_1$ - использовать художественные средства композиции, цветоведения, светового дизайна в профессиональной практике;

$У_2$ - применять основные композиционные законы и понятия в профессиональной практике;

$У_3$ - выстраивать композиции с учётом перспективы и визуальных особенностей среды;

$У_4$ - выдерживать соотношение размеров в композициях;

$У_5$ - соблюдать закономерности соподчинения элементов в композициях.

знать:

$З_1$ - принципы и законы композиции;

$З_2$ – средства композиционного формообразования: пропорции, масштабность, ритм, контраст и нюанс;

$З_3$ – специальные выразительные средства: план, ракурс, тональность, изобразительные акценты, фактура и текстура материалов и др.;

$З_4$ - принципы создания симметричных и асимметричных композиций;

$З_5$ - основные и дополнительные цвета, принципы их сочетания;

$З_6$ - ряды хроматических и ахроматических тонов и переходные между ними;

$З_7$ - особенности восприятия визуального рекламного продукта аудиторией;

$З_8$ - приемы и законы композиции и колористики в рекламе.

С целью овладения **общими компетенциями** (ОК):

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

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

ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, *использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях*[1];

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

и **профессиональными компетенциями (ПК):**

ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.

ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные планирования рекламной коммуникационной кампании.

1.4. Количество часов на освоение рабочей программы дисциплины:

Объем дисциплины – 122 часа, в том числе

в форме практической подготовки – 80 часов

включает:

Объем работы обучающегося во взаимодействии с преподавателем – 98 часов, в том числе

практические занятия – 80 часов;

самостоятельная работа обучающегося – 18 часов

промежуточная аттестация (экзамен) – 6 часов

Обязательная часть рабочей программы составляет – 98 часов, вариативная часть – 24 часа.

[1] Выделенное курсивом не формируется в рамках данной дисциплины

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Объем дисциплины (всего)	**122**
в том числе:	
в форме практической подготовки	80
Объем работы обучающегося во взаимодействии с преподавателем	**98**
в том числе:	
практические занятия	80
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	**18**
в том числе: завершение заданий практических занятий	18
Промежуточная аттестация (экзамен)	**6**

2.2. Формы промежуточной аттестации

1 семестр – экзамен

2.2. Тематический план и содержание дисциплины
ОП.01. Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся		Объем часов	В т.ч. практическая подготовка	Формируемые компетенции
Раздел 1. Рисунок с основами перспективы			**40**	***10***	
Тема 1.1. Выполнение эскизов с использованием различных графических средств и приемов	*Содержание учебного материала*		*16*		
	1	Основные законы изображения предметов. Проверка первоначального уровня знаний предмета. «Рисунок», уровень владения карандашом.	1		ОК 01- ОК 05, ОК 09, ПК 4.1 - ПК 4.2
	2	Графические изобразительные средства, различные способы работы с ними. Рисунок простых, плоских предметов	1		
	3	Работа с графическим материалом (штрихи и линии). Построение рисунков с учетом законов перспективы предметов, окружающей среды, предметно-пространственных комплексов, фигуры человека, с учетом законов перспективы и светотени	1		
	4	Изображение предметов с учетом законов перспективы. Изображение предметов с помощью светотени. Изображение окружающей среды с помощью светотени.	1		
	Практические занятия		**10**		
	5	**Практическое занятие № 1.** Линейная зарисовка геометрических предметов. Наглядная перспектива.		*10*	ОК 01- ОК 05, ОК 09, ПК 4.1 - ПК 4.2
	6	**Практическое задание № 2.** Зарисовка предметов простой формы с учётом тональной окрашенности.			
	7	**Практическое задание № 3.** Рисунок гипсовых геометрических тел вращения (цилиндр, конус, шестигранная призма).			
	8	**Практическое задание № 4.** Выполнение светотеневых рисунков предметно-пространственных комплексов.			
	9	**Практическое задание № 5.** Построение линейно-конструктивных рисунков геометрических тел, предметов быта, предметно-пространственных комплексов, фигуры человека и др.			

	Самостоятельная работа обучающихся:		**2**		ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 09
	Создание серии быстрых эскизов рекламной листовки для нового продукта с использованием разных графических материалов и техник				
Тема 1.2. Основные методы построения пространства на плоскости	*Содержание учебного материала*		*12*		
	1	Рисунок цилиндра в горизонтальном положении. Построение окружности в пространстве	1		ОК 01- ОК 05, ОК 09, ПК 4.1 - ПК 4.2
	2	Построение изображения на плоскости предметно -пространственных комплексов архитектурным методом	1		
	Практические занятия		**8**		ОК 01- ОК 05, ОК 09, ПК 4.1 - ПК 4.2
	3	**Практическое занятие № 6.** Изображение на плоскости предметов		*8*	
	4	**Практическое занятие № 7.** Изображение на плоскости окружающей среды			
	5	**Практическое занятие № 8.** Построение изображения на плоскости различных объектов архитектурным методом.			
	6	**Практическое задание № 9.** Город – вид сверху			
	Самостоятельная работа обучающихся:		**2**		ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 09
	Создание серии графических работ, демонстрирующих применение различных методов передачи пространства в рекламном макете				
Тема 1.3. Приемы черно-белой графики	*Содержание учебного материала*		*12*		
	Практические занятия		**10**	*10*	ОК 01- ОК 05, ОК 09, ПК 4.1 - ПК 4.2
	1	**Практическое занятие № 10.** Прием черно-белой графики - линия при изображении предметов			
	2	**Практическое задание № 11.** Прием черно-белой графики - линия при изображении фигуры человека			
	3	**Практическое задание № 12.** Прием черно-белой графики – линия с пятном при изображении окружающей среды.			
	4	**Практическое задание № 13.** Рисунки предметно - пространственных комплексов в черно-белой графике приемом линия.			
	5	**Практическое задание № 14.** Рисунки с натуры предметов, окружающей среды, предметно-пространственных комплексов фигуры человека в черно-белой графике приемом линия с пятном			
	Самостоятельная работа обучающихся:		**2**		ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 09
	Создание серии эскизов рекламного плаката с использованием различных приемов черно-белой				

Раздел 2 Живопись с основами цветоведения			**47**	12	
Тема 2.1 Основные положения теории цветоведения.	*Содержание учебного материала*		*17*	12	
	1	Основные признаки цвета. Свойства цвета. Хроматические и ахроматические цвета. Законы оптического смешения цветов. Способы создания желаемого цвета.	1		ОК 01- ОК 05, ОК 09, ПК 4.1 - ПК 4.2
	2	Основные свойства цвета: светлота, насыщенность, цветовой тон Несобственные качества цвета. Теплые и холодные, звонкие– глухие, выступающие–отступающие цвета	1		
	3	Цветовой круг как замкнутый спектр. Первые теории гармонических сочетаний. Теории гармонических сочетаний. Гармония цветов и ее основные принципы. Цветовые отношения	1		
	Практические занятия		**12**	*12*	ОК 01- ОК 05, ОК 09, ПК 4.1 - ПК 4.2
	1	**Практическое задание № 15.** Контрасты. Одновременный цветовой и световой контраст.			
	2	**Практическое задание №16.** Равновесие цветов, цветовое единство, Законы образования и группировки цветов. Диады цветов, Триады цветов.			
	3	**Практическое занятие № 17.** Создание цветовой абстрактной композиции «теплое - холодное»			
	4	**Практическое занятие № 18.** Выполнить композиции из геометрических элементов или форм, используя пограничный контраст.			
	5	**Практическое занятие № 19.** Перспектива цвета. Дистанционное преобразование цвета. Проявление закономерностей воздушной перспективы. Методы передачи перспективных преобразований цвета в натурном этюде и композиции			
		Практическая работа № 20. Композиция из простых геометрических форм с тремя пространственными планами			
	Самостоятельная работа обучающихся:		**2**		ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 09
	Разработка целевых цветовых палитр рекламной кампании (на выбор)				
Тема 2.2 Создание заданной цветовой	*Содержание учебного материала*		*16*	*12*	
	1	Особенности цветообразования в разных живописных техниках. Смешанные техники в живописи. Локальный цвет предмета. Методы передачи перспективных преобразований цвета в натурном этюде и композиции.	1		ОК 01- ОК 05, ОК 09, ПК 4.1 - ПК 4.2

композиции в эскизных этюдах	2	Слагаемые объема: свет, полутень, тень, блик, рефлекс, падающие тени. Геометрические тела. Тела вращения. Работа в технике «Гризайль». Способы создания цветом объема. Прямоугольные предметы	1		
	Практические занятия		**12**		
	3	**Практическое задание № 21.** Создание цветовой абстрактной композиции. «Музыка»		*12*	ОК 01- ОК 05, ОК 09, ПК 4.1 - ПК 4.2
		Практическое задание № 22. Создание цветовой абстрактной композиции. «Состояние природы»			
	4	**Практическое задание № 23.** Создание цветовой абстрактной композиции. «Состояние человека».			
	5	**Практическое задание № 24.** Компоновка предметов в листе. Большие цветовые отношения. Лепка формы цветом. Этюд фруктов.			
	6	**Практическое задание № 25.** Натюрморт из простых бытовых предметов в «теплой» гамме. Компоновка предметов в листе. Определение пропорций. Конструктивное построение предметов. Живописное решение пространства. Прописка теней. Лепка формы тоном. Акварель.			
	7	**Практическое задание № 26.** Живописная композиция в технике «пятно». Выполнение в материале гуашь.			
	Самостоятельная работа обучающихся:		**2**		ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 09
	Создание серии быстрых эскизных этюдов, демонстрирующих практическое применение различных типов цветовых гармоний в рекламной графике				
Тема 2.3 Стилизация в декоративной композиции	*Содержание учебного материала*		*14*		
	1	Понятие стилизации и стиля.	*2*		ОК 01- ОК 05, ОК 09, ПК 4.1 - ПК 4.2
	Практические занятия		**10**	10	ОК 01- ОК 05, ОК 09, ПК 4.1 - ПК 4.2
	2	**Практическое занятие № 27**. Декоративная стилизация в натюрморте Стилизация натюрморта с применением трансформации формы			
	3	**Практическое занятие № 28.** Натурный натюрморт. Акварель.			
	4	**Практическое задание № 29.** Выполнение длительного этюда натюрморта с использованием пятнового стиля, близкого к аппликации. Компоновка в листе. Определение пропорций.			

	5	**Практическое задание № 30.** Выполнение длительного этюда в смешанной техникой с тематической постановкой. Использование фактурного наложения краски на поверхность бумаги. Компоновка в листе. Определение пропорций.			
	6	**Практическое задание № 31.** Фактурная проработка изображения.			
	Самостоятельная работа обучающихся:		**2**		ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 09
	Создание серии стилизованных изображений для рекламной продукции на основе реальных объектов				
Раздел 3 Композиция			**29**	18	
Тема 3.1 Художественные средства построения композиции. Стилизации.	*Содержание учебного материала*		*29*		
	1	Выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы. Виды композиции. Динамика. Статика. Построение графической композиции с выявлением динамики, статики, симметрии, Асимметрии. Построение графической композиции с выявлением контраста, ритма, метра.	2		ОК 01- ОК 05, ОК 09, ПК 4.1 - ПК 4.2
	2	Композиция рекламного текста. Композиционный центр в рекламном плакате. Цвет как художественное средство рекламы. Свойства цвета в рекламе. Цвет и психология. Стилизация природных форм. Стилизация объекта по собственным свойствам и заданным свойствам. Стилизация объекта по собственным свойствам.	2		
	3	Объект «дерево». Иконический знак. Структура иконического знака. Пластика. Текстура. Фактура. Основные виды фактурных поверхностей. Построение рельефной композиции с использованием графических форм. Эскизы вариантов.	1		
	Практические занятия		**18**	*18*	ОК 01- ОК 05, ОК 09, ПК 4.1 - ПК 4.2
	4	**Практическое занятие № 32.** Сохранение и разрушение плоскости графическими средствами. Линия и точка как средство выразительности			
	5	**Практическое занятие № 33**. Пятно как средство выразительности.			
	6	**Практическое занятие № 34.** Графически-тоновая разработка плоскости с передачей текстур. Трансформация плоскости графическими средствами. Прямые линии. Пластичные линии.			
	7	**Практическое занятие № 35.** Выполнить эскиз природной формы (цветок, растение) перо, тушь.			
	8	**Практическое занятие № 36**. Стилизовать природную форму через линию			
	9	**Практическое занятие № 37**. Стилизация как обобщение и упрощение реальных форм. Пятно в стилизации. Анализ природной зооформы.			

	10	**Практическое задание № 38.** Стилизация объекта по заданным свойствам. Объект «дерево».			
	11	**Практическое занятие № 39**. Стилизация объекта по собственным свойствам. Объект «птица».			
	12	**Практическое задание № 40.** Стилизация объекта с доминирующим свойством объекта-прототипа.			
	Самостоятельная работа		**6**		ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 09
	Подготовка к промежуточной аттестации				
		ВСЕГО	**116**		
		Промежуточная аттестация (экзамен)	**6**		
		ИТОГО по ОП.01.	**122**	80	

2.3 Вариативная часть дисциплины

№ п/п	Наименование тем	Количество часов	Примечание
2	Самостоятельная работа	18	Для совершенствования знаний и умений
	Промежуточная аттестация	6	Для проверки запланированных результатов
	ИТОГО:	**24**	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Материально-техническое обеспечение

Реализация рабочей программы дисциплины проходит в кабинете рисунка и живописи.

Оборудование кабинета:

- Персональный компьютер в сборе (Процессор: Ryzen3 3 5300G (4 ядра и 4-8 потоков) Оперативная память: 8gb DDR4 3200 Mhz Накопитель: 256GB ssd.) – 1 шт.
- Короткофокусный проектор Optoma X309ST – 1 шт.
- Стол ученический Классик двухместный регулируемый, №4-6 СУР А.02.46 проект НМ-035.04.02 – 10 шт.
- Стул ученический Стандарт, №4-6 СТУР А 02.46.Ф проект НМ-035.30.02 – 33 шт.
- Учебная маркерная доска белая – 1 шт.
- Стационарный мольберт Жан – 15 шт.
- Ящик художника Pinax SB-5 с ячейками и пеналом для кистей и красок, с палитрой, бук – 15 шт.
- Стеллаж для материалов и проектов – 1 шт.
- Стойка для натюрморта, 1300 х 500 х 500 мм – 1 шт.
- Натюрмортный фонд – 166 предметов.

3.2. Учебно-методическое обеспечение

По дисциплине ОП.01. Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе разработана учебно-методическая документация:

- рабочая программа дисциплины;
- оценочные материалы;
- методические указания по выполнению заданий на практических занятиях;
- методические указания по выполнению самостоятельной работы.

3.3. Информационное обеспечение обучения

Литература:

1. Скакова, А. Г. Рисунок и живопись: учебник для среднего профессионального образования / А. Г. Скакова. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 164 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-

534-11360-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/542206 (дата обращения: 09.03.2024).

2. Барышников, А. П. Основы композиции / А. П. Барышников, И. В. Лямин. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 196 с. — (Антология мысли). — ISBN 978-5-534-10775-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/540224 (дата обращения: 09.03.2024).

Электронные образовательные ресурсы:
Сайты, блоги, электронные библиотеки

1. Начинающему художнику: основы перспективы в рисунке. [Электронный ресурс]. URL: Начинающему художнику: основы перспективы в рисунке | Блог о рисовании и мотивации | Дзен (dzen.ru)

2. Как строить перспективу: одна, две и три точки схода. [Электронный ресурс]. URL: Как строить перспективу: одна, две и три точки схода — Gamedev на DTF

3. Как нарисовать перспективу. [Электронный ресурс]. URL: 5 Easy Ways to Draw Perspective - wikiHow (turbopages.org)

4. Школа Вдохновения [Электронный ресурс]. URL: Основы Перспективы В Рисунке Карандашом (Уроки Рисования) (izocenter.ru)

5. Что такое перспектива и как ее построить. [Электронный ресурс]. URL: Новое сообщение (contented.ru)

6. Живопись: история, виды и жанры. [Электронный ресурс]. URL: Живопись: история, виды и жанры. | Жостово Арт Студия | Живопись | Мастер-классы | Дзен (dzen.ru)

Дополнительная электронная литература/учебные пособия, материалы, статьи

1. Учебное пособие «Учебный рисунок» теоретические основы и практические рекомендации Авторы Долгова Н.В., Траутвейн С.Н. [Электронный ресурс]. URL: Центр дистанционного обучения и повышения квалификации (donstu.ru)

2. Живопись. Особенности решения композиционного пространства при использовании декоративных цветовых решений в работе с живой моделью. [Электронный ресурс]: методические указания / Сост. Полозова А. И., Белая А. В., Гамаюнов П. П. — СПб.: СПбГУПТД, 2019.— 22 с.— Режим доступа: http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2019373

3. Учебное пособие может быть рекомендовано для самостоятельного изучения программного материала студентам при освоении дисциплины

«Живопись с основами цветоведения» [Электронный ресурс]. URL: МЕТОДИЧЕСКОЕ ПОСОБИЕ (a-pet.ru)

4. Изобразительное искусство и дизайн. Цветоведение. Статья. [Электронный ресурс]. URL: Цветоведение (oformitelblok.ru)

5. «Около кино»: Котелок и яблоко в движении. Рене Магритт и авторская анимация. [Электронный ресурс]. URL: Рене Магритт и анимационное кино (concepture.club)

Видеоматериалы/ виртуальные музеи/интерактивные презентации

1. Основы Перспективы. Азбука Рисования [Электронный ресурс]. URL: Основы Перспективы. Азбука Рисования — Видео | ВКонтакте (vk.com)

2. Основы Цветоведения в Живописи - YouTube [Электронный ресурс]. URL: Основы Цветоведения в Живописи - YouTube

Тренажеры/ тесты/ кейсы/ материал для практикума/ бесплатные онлайн курсы

1. Правила построения перспективы. Воздушная перспектива. [Электронный ресурс]. URL: Тест по ИЗО: Правила построения перспективы. Воздушная перспектива - пройти тест онлайн - игра - вопросы с ответами - скачать бесплатно (kupidonia.ru)

2. Фотошоп редактор. [Электронный ресурс]. URL: Photopea на русском языке - фотошоп онлайн фоторедактор

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка запланированных результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе текущего контроля знаний, проверки выполнения заданий практических занятий, а также во время промежуточной аттестации.

Оценка качества подготовки обучающихся осуществляется через оценку знаний, умений по дисциплине и оценку сформированности компетенций.

Результаты обучения (знания, умения)	**Формы и методы контроля и оценки результатов обучения**	
	Текущий контроль	**Промежуточная аттестация**
уметь:		
У1 - использовать художественные средства композиции, цветоведения, светового дизайна в профессиональной практике;	- оценка выполнения заданий на практических занятиях; - оценка участия обучающегося на уроках; - оценка выполнения заданий самостоятельной работы	- экзамен
У2 - применять основные композиционные законы и понятия в профессиональной практике;		
У3 - выстраивать композиции с учётом перспективы и визуальных особенностей среды;		
У4 - выдерживать соотношение размеров в композициях;		
У5 - соблюдать закономерности соподчинения элементов в композициях.		
знать:		
З1 - принципы и законы композиции;	- оценка выполнения заданий на практических занятиях; - устный опрос; - тестирование; - оценка выполнения заданий самостоятельной работы	- экзамен
З2 – средства композиционного формообразования: пропорции, масштабность, ритм, контраст и нюанс;		
З3 – специальные выразительные средства: план, ракурс, тональность, изобразительные акценты, фактура и текстура материалов и др.;		
З4 - принципы создания симметричных и асимметричных композиций;		
З5 - основные и дополнительные цвета, принципы их сочетания;		
З6 - ряды хроматических и ахроматических тонов и переходные между ними;		
З7 - особенности восприятия визуального рекламного продукта аудиторией;		
З8 - приемы и законы композиции и колористики в рекламе.		

Оценка ***общих компетенций (ОК)***:

Результат (общие компетенции)	*Основные показатели*
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам	- самостоятельно организует свою деятельность по выданным заданиям - умеет оценить свои возможности для выполнения поставленных целей, задач, заданий по дисциплине
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	- осуществляет поиск информации в сети Интернет и различных электронных носителях - извлекает информацию с электронных носителей - использует средства ИТ для обработки и хранения информации - представляет информацию в различных формах с использованием разнообразного программного обеспечения - создает презентации в различных формах
ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, *предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере*, использовать знания по *финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях*;	- берет на себя ответственность за принятое решение/совершенный поступок - ответственно выполняет разовые/постоянные поручения в группе - может спрогнозировать результат - умеет оценить свои действия, поступки и проанализировать их
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	- устанавливает позитивный стиль общения - выбирает стиль общения в соответствии с ситуацией - признает чужое мнение - при необходимости отстаивает собственное мнение - принимает критику - ведет деловую беседу в соответствии с этическими нормами - соблюдает официальный стиль при оформлении документов - выполняет письменные и устные рекомендации преподавателя - способен к эмпатии - организует коллективное обсуждение рабочей ситуации
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	- умеет передавать информацию другому человеку - способен правильно формулировать свои мысли в устной и письменной формах - способен письменно оформлять свои мысли
ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на	- осуществлять эффективный поиск необходимой информации в российских и зарубежных источниках: нормативно-правовой документации, стандартов, научных публикации, технической документации;

государственном и *иностранном*[2] языках	- уметь применять лексику и грамматику иностранного языка для перевода текста, содержание которого включает профессиональную лексику; - уметь анализировать, систематизировать и применять в профессиональной деятельности информацию, содержащуюся в документации профессиональной области.

Оценка профессиональных компетенций (ПК) отражены в оценочных материалах по дисциплине.

Критерии и методы оценки запланированных результатов по дисциплине отражены в оценочных материалах.

[2] Выделенное курсивом не формируется в рамках данной дисциплины

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

ОСНОВЫ КОМПОЗИЦИИ, РИСУНКА, ЖИВОПИСИ В РЕКЛАМЕ

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
по выполнению самостоятельной работы

для специальности 42.02.01 Реклама

Якутск, 2024

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г.)

Методические указания составлены в соответствии с рабочей программой по дисциплине ОП.01 Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе

Разработчик: АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»

Составитель:
Корнилова А.Б., преподаватель

1. Пояснительная записка

Самостоятельная работа обучающихся является одной из форм работы по дисциплине ОП.01 Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе.

Дисциплина ОП.01 Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе является обязательной дисциплиной общепрофессионального цикла ППССЗ и изучается в течение одного семестра.

В результате освоения дисциплины ОП.01 Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе обучающиеся должны

уметь:

$У_1$ - использовать художественные средства композиции, цветоведения, светового дизайна в профессиональной практике;

$У_2$ - применять основные композиционные законы и понятия в профессиональной практике;

$У_3$ - выстраивать композиции с учётом перспективы и визуальных особенностей среды;

$У_4$ - выдерживать соотношение размеров в композициях;

$У_5$ - соблюдать закономерности соподчинения элементов в композициях.

знать:

$З_1$ - принципы и законы композиции;

$З_2$ – средства композиционного формообразования: пропорции, масштабность, ритм, контраст и нюанс;

$З_3$ – специальные выразительные средства: план, ракурс, тональность, изобразительные акценты, фактура и текстура материалов и др.;

$З_4$ - принципы создания симметричных и асимметричных композиций;

$З_5$ - основные и дополнительные цвета, принципы их сочетания;

$З_6$ - ряды хроматических и ахроматических тонов и переходные между ними;

$З_7$ - особенности восприятия визуального рекламного продукта аудиторией;

$З_8$ - приемы и законы композиции и колористики в рекламе.

С целью овладения **общими компетенциями** (ОК):

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

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

ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, *использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях*[1];

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;

[1] *Выделенное курсивом не формируется в рамках данной дисциплины*

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

и **профессиональными компетенциями (ПК):**

ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.

ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные планирования рекламной коммуникационной кампании.

Самостоятельная работа
по теме 2.1 Выполнение эскизов с использованием различных графических средств и приемов

Время выполнения – 2 часа

ВИД РАБОТЫ

Задание. Создание серии быстрых эскизов рекламной листовки для нового продукта с использованием разных графических материалов и техник

Вам, как дизайнеру-стажеру, необходимо проработать визуальную концепцию рекламной листовки для запуска нового продукта — **эко-бутылки для воды "AQUA Pure"**.

Ключевые сообщения:

- Экологичность (100% перерабатываемый материал)
- Стильный современный дизайн
- Удобство для активного образа жизни

Вам нужно создать **три разных эскиза** одной и той же листовки, используя разные графические средства и делая акцент на разных приемах.

Алгоритм выполнения задания

Подготовка

1.Придумайте и запишите краткий слоган для продукта (например, "Чистота в каждом глотке и для планеты").

2.Продумайте простую композицию для листовки формата А5 (альбомная ориентация): где будет расположено изображение бутылки, слоган, текст и логотип.

3.Подготовьте рабочие места и материалы для трех разных техник.

Часть 1: Линейный эскиз

Графическое средство: Карандаш (разной твердости) или линер/тонкий фломастер.

Основной прием: Работа с **линией** и **контуром**.

- Возьмите лист бумаги А4/А5.
- Выполните чистый линейный рисунок. Не используйте штриховку или заливку.
- Сфокусируйтесь на:
  - **Качестве линии:** меняйте ее толщину, чтобы выделить передний план (бутылка) и отделить от фона.
  - **Передаче формы:** контур бутылки, детали дизайна.
  - **Композиции:** четко разместите все элементы (изображение, слоган, текст).

- **Шрифтовой композиции:** буквы слогана и названия продукта нарисуйте также в линейной технике, проработав их форму.

Цель: Создать четкий, "инженерный" эскиз, который точно передает форму и композицию.

Часть 2: Тоновый эскиз

Графическое средство: Черная шариковая/гелевая ручка, маркер или мягкий карандаш (6B-8B).

Основной прием: Работа с **пятном**, **тоном** и **текстурой**.

- Возьмите второй лист бумаги.
- Создайте тот же макет листовки, но на этот раз думайте не о линиях, а о массах и тоне (светлое/темное).
- Используйте приемы:
  - **Штриховка:** разной частоты и направления для создания теней и объема бутылки.
  - **Заливка:** используйте черное пятно для акцента на какой-либо части композиции (например, фон или сам продукт).
  - **Растушевка:** (если используете карандаш) для создания плавных градиентов.
  - **Текстура:** попробуйте изобразить фактуру материала (например, матовость пластика или капли воды).

Цель: Передать светотень, объем и настроение, используя только черный, белый и оттенки серого.

Часть 3: Цветовой и композиционный эскиз

Графическое средство: Цветные карандаши, акварель или маркеры (3-4 цвета, включая основной цвет бутылки).

Основной прием: Работа с **цветом** и **акцентами**.

- Возьмите третий лист бумаги.
- Создайте цветной вариант эскиза.
- Сфокусируйтесь на:
  - **Цветовом пятне:** основной цвет бутылки должен быть главным акцентом.
  - **Контрасте:** подберите 1-2 дополнительных цвета для текста и фона, которые будут гармонировать с основным.
  - **Простоте:** не перегружайте эскиз, используйте цвет целенаправленно, чтобы вести взгляд зрителя по композиции (от бутылки к слогану).
  - **Фоне:** предложите простое цветовое или фактурное решение для фона, которое подчеркнет продукт.

Цель: Протестировать цветовую палитру и создать яркий, привлекающий внимание визуал.

Требования к результату

На проверку необходимо предоставить:

1.Три четкие фотографии или скана всех эскизов.

2.Краткое описание к каждому эскизу (1-2 предложения), в котором указано, какое графическое средство и прием использовались, и какая идея была основной.

Критерии оценки

критерии	балл
Владение графическими средствами (качество линии в 1-м, тональная проработка во 2-м, гармония цвета в 3-м эскизе)	0-6 (по 2 за каждый)
Композиционное решение (логичное расположение элементов, наличие доминанты, уравновешенность)	0-3
Передача основной идеи продукта (эко-стилистика, современность, удобство)	0-3
Разнообразие и адекватность приемов (техники принципиально отличаются друг от друга и соответствуют поставленным целям)	0-3
Аккуратность и завершенность работы	0-3
Краткость и ясность описания	0-2
ИТОГО:	**0-20**

Шкала оценки:
18-20 баллов – "Отлично"
15-17 баллов – "Хорошо"
11-14 баллов – "Удовлетворительно"
Менее 11 баллов – "Неудовлетворительно"

Самостоятельная работа
по теме 1.2. Основные методы построения пространства на плоскости

Время выполнения – 2 часа

Краткая теоретическая справка

Умение строить пространство на плоскости — это фундамент для создания профессиональных и эффективных рекламных макетов. Эти навыки позволят вам управлять вниманием потребителя, создавать нужную атмосферу и делать ваши работы не плоскими, а "живыми" и глубокими. Удачи в творческом поиске

Основные методы построения пространства:

1.**Линейная перспектива** (схождение параллельных линий к точкам схода).

2.**Воздушная перспектива** (изменение тона, четкости и насыщенности цвета с удалением).

3.**Перекрытие объектов** (ближние объекты частично закрывают дальние).

4.**Размер объектов** (ближние объекты изображаются крупнее дальних).

5.**Тональное и цветовое решение** (теплые и светлые тона выступают вперед, холодные и темные – отступают).

Задание. Разработать серию из 4-х черно-белых или цветных эскизов рекламного постера для нового городского велосипедного маршрута "Городские Горизонты". В каждом эскизе необходимо сделать акцент на одном из методов построения пространства, чтобы передать ощущение глубины, простора и динамики.

Алгоритм выполнения задания

Подготовка

1.Придумайте ключевой слоган для постера (например, "Открой город с новой стороны!").

2.Определите основные элементы, которые будут в каждом макете: стилизованное изображение велосипеда, слоган, название маршрута "Городские Горизонты".

3.Подготовьте материалы: бумага, карандаши, линеры, маркеры, акварель или графический планшет.

Часть 1: Линейная перспектива

Задача: Создать эскиз, используя метод линейной перспективы.

Решение:

- Изобразите уходящую вдаль велосипедную дорожку, схождение линий которой направляет взгляд зрителя к точке схода на горизонте.
- Разместите велосипед на переднем плане.

- Текст и слоган расположите вдоль линий перспективы или на свободном месте, чтобы не нарушать построение.

Акцент: Динамика, направление взгляда, урбанистическая среда.

Часть 2: Воздушная перспектива

Задача: Создать эскиз, используя метод воздушной перспективы.

Решение:

- Изобразите многоплановую композицию (например, лесную аллею или городской вид).
- Передний план: темные, насыщенные, контрастные тона, четкие детали.
- Средний план: менее контрастные, более светлые тона.
- Задний план: светлый, размытый, низкоконтрастный (можно изобразить легкую дымку).
- Велосипед разместите на переднем плане.

Акцент: Ощущение воздушности, дали, природной или романтической атмосферы.

Часть 3: Перекрытие и размер

Задача: Создать эскиз, используя методы перекрытия и разномасштабности объектов.

Решение:

- Нарисуйте композицию, где крупный велосипед на переднем плане частично перекрывает объекты среднего плана (деревья, фонарные столбы, арки).
- Объекты заднего плана (здания, горы) должны быть значительно мельче и также перекрывать друг друга.
- Используйте этот прием, чтобы создать сложное, многослойное пространство без строгой линейной перспективы.

Акцент: Глубина, сложность композиции, акцент на продукте (велосипеде).

Часть 4: Тональное решение

Задача: Создать эскиз, используя тональный контраст для создания пространства.

Решение:

- Вариант А (светлый объект на темном): Изобразите светлый велосипед на темном, контрастном фоне (например, туннель, арка). Велосипед будет "выступать" вперед.
- Вариант Б (темный объект на светлом): Изобразите темный, силуэтный велосипед на светлом, воздушном фоне (небо). Акцент сместится на ощущение свободы и простора.
- Текст разместите в контрастной зоне для наилучшей читаемости.

Акцент: Создание мощного визуального акцента, драматизм или, наоборот, легкость.

Требования к результату

На проверку необходимо предоставить:

1.Четыре четкие фотографии или скана эскизов.

2.Краткое описание к каждому эскизу (1-2 предложения), где указано:

- Какой метод построения пространства был использован.
- Как этот метод помогает передать идею рекламы.

Критерии оценки

критерии	**балл**
Демонстрация понимания методов (корректное применение заявленного метода в каждом эскизе)	0-8 (по 2 за каждый)
Композиционная грамотность (уравновешенность, целостность, наличие	0-3
Выразительность и креативность (оригинальность решения, эмоциональное воздействие)композиционного центра)	0-3
Качество исполнения (аккуратность, завершенность, работа с тоном/линией)	0-3
Обоснование идей (ясность и соответствие описаний выполненным работам)	0-3
ИТОГО:	**0-20**

Шкала оценки:
18-20 баллов – "Отлично"
15-17 баллов – "Хорошо"
11-14 баллов – "Удовлетворительно"
Менее 11 баллов – "Неудовлетворительно"

Самостоятельная работа
по теме 1.3. Приемы черно-белой графики

Время выполнения – 2 часа

Краткая теоретическая справка

Черно-белая графика — это мощный инструмент в арсенале рекламиста. Она позволяет создавать образы, которые не отвлекают на цвет, а работают на контрасте, форме и эмоции. Умение использовать эти приемы поможет вам создавать сильные, стильные и запоминающиеся рекламные сообщения, которые будут выделяться в современном цветовом шуме. Удачи в освоении аристократичного языка черного и белого!

Основные приемы черно-белой графики:

1. **Силуэт** - изображение объекта в виде сплошного темного пятна на светлом фоне (или наоборот).
2. **Линия** - использование линий разной толщины, характера и ритма для создания формы и динамики.
3. **Пятно (тональная композиция)** - работа с соотношением черного, белого и серых пятен для создания объема и глубины.
4. **Фактура** - передача различной поверхности материалов (шероховатость, гладкость и т.д.).
5. **Контраст** - резкое противопоставление черного и белого для привлечения внимания.

Задание. Разработать серию из 3-х эскизов афиши для благотворительного фотовыставки "Мир в деталях", посвященной красоте повседневности. Каждый эскиз должен быть выполнен в черно-белой гамме с акцентом на разных приемах графики.

Слоган для всех вариантов: "Увидь необычное в обычном".

Алгоритм выполнения задания

Подготовка

1.Продумайте главный визуал для афиши - это должен быть простой, узнаваемый объект (например, чашка кофе, одуванчик, раскрытая книга, бабочка, глаз).

2.Подготовьте материалы: бумага формата А4, черные линеры/тушь, кисти, перо, черный маркер, карандаши разной мягкости.

Часть 1: Силуэт и контраст
Задача: Создать эскиз, используя прием **силуэта** и максимальный **контраст**.
Решение:

- Изобразите выбранный объект как сплошное черное пятно на белом фоне (или белое на черном).
- Продумайте узнаваемость объекта по его характерным очертаниям.
- Разместите текст (название выставки и слоган), вписав его в композицию как органичную часть. Буквы также могут быть силуэтными.

Цель: Создать лаконичный, графичный и броский плакат, который будет хорошо читаться на расстоянии.

Часть 2: Линия и фактура

Задача: Создать эскиз, используя приемы **линии** и **фактуры**.

Решение:

- Изобразите тот же объект, но теперь только с помощью линий.
- Экспериментируйте с линией: она может быть непрерывной и плавной, прерывистой и динамичной, тонкой и изящной, толстой и уверенной.
- С помощью разных видов штриховки (перекрестной, точечной, волнистой) передайте **фактуру** объекта (например, шероховатость керамической чашки, пушистость одуванчика).
- Текст можно выполнить вручную, обыграв его как линейный элемент.

Цель: Передать характер, настроение и тактильные качества объекта, создав более детализированный и "живой" образ.

Часть 3: Тональное пятно и объем

Задача: Создать эскиз, используя приемы **работы с тоном** для передачи объема.

Решение:

- Изобразите объект, используя не линию, а три основных тона: черный (тени), белый (свет) и серый (полутени).
- Добейтесь ощущения трехмерности и глубины, плавно или контрастно сопоставляя тональные пятна.
- Поэкспериментируйте с источником света: боковым, верхним, контровым.
- Текст разместите на самом светлом или самом темном участке фона для наилучшей читаемости.

Цель: Создать драматичный, насыщенный и объемный образ, используя минимальную палитру.

Требования к результату

На проверку необходимо предоставить:

1. Три четкие фотографии или скана эскизов.
2. Краткое описание к каждому эскизу (1-2 предложения), где указано:
   - Какой основной прием был использован.
   - Какое визуальное сообщение или настроение он помогает передать.

Критерии оценки

критерии	балл
Владение графическими приемами (четкое применение и демонстрация заявленного приема в каждом эскизе)	0-6 (по 2 за каждый)
Композиционное решение (равновесие черного, белого и серого, расположение текста, общая гармония)	0-3
Выразительность и концептуальность (оригинальность образа, сила визуального воздействия, соответствие теме)	0-3
Техника исполнения (аккуратность, контроль над материалом, качество линий и пятен)	0-3
Работа со шрифтом (интеграция текста в композицию, читаемость)	0-3
Качество описания и самоанализа	0-2
ИТОГО:	**0-20**

Шкала оценки:
18-20 баллов – "Отлично"
15-17 баллов – "Хорошо"
11-14 баллов – "Удовлетворительно"
Менее 11 баллов – "Неудовлетворительно"

Самостоятельная работа
по теме 2.1. Основные положения теории цветоведения

Время выполнения – 2 часа

Разработка целевых цветовых палитр рекламной кампании
(на выбор)

Краткая теоретическая справка

Цвет — это один из самых мощных инструментов в рекламе. Он способен мгновенно передать сообщение, вызвать эмоцию и повлиять на решение о покупке. Умение осознанно управлять цветом, а не просто интуитивно его подбирать, — это ключевой навык профессионального рекламиста. Данное задание поможет вам заложить фундамент этого навыка. Удачи в творческом и аналитическом процессе

Ключевые понятия:

- **Цветовой круг** (основные, составные, дополнительные цвета)
- **Цветовые гармонии** (комплементарная, аналоговая, триадная и т.д.)
- **Психология цвета** (восприятие и ассоциации)
- **Характеристики цвета:** тон, насыщенность, светлота

Задание. Вам, как стажеру в рекламном агентстве, поручили разработать цветовые палитры для запуска трех новых продуктов. Для каждого продукта необходимо создать гармоничную палитру из 3-4 цветов и обосновать свой выбор, опираясь на законы цветоведения.

Продукты для работы:

1. **Энергетический напиток "Volt Boost"** (целевая аудитория: молодежь 18-25 лет, активный образ жизни).
2. **Сервис доставки здорового питания "GreenBalance"** (целевая аудитория: люди 25-45 лет, следящие за здоровьем).
3. **Ювелирный бренд "Luna Aurea"** (целевая аудитория: премиальная аудитория 30+, роскошь, элегантность).

Алгоритм выполнения задания

Часть 1: Анализ и подбор цветовых гармоний

Для каждого из трех продуктов выполните следующее:

1.**Определите цель цветового решения:**

- *Пример для "Volt Boost":* привлечь внимание, вызвать ассоциации с энергией, движением.

- *Пример для "GreenBalance":* передать ощущение свежести, натуральности, пользы.
- *Пример для "Luna Aurea":* передать ощущение роскоши, эксклюзивности, вечности.

2.**Создайте цветовую палитру,** используя один из типов цветовых гармоний (обязательно укажите, какую именно):

- Комплементарная (дополнительная)
- Аналоговая
- Триадная
- Монохроматическая

3.**Визуализируйте палитру:** Создайте графическое представление вашей палитры (можно в графическом редакторе или от руки, с последующим сканированием). Палитра должна включать 3-4 цвета: основной, дополнительный и акцентный.

Часть 2: Обоснование и описание

Для каждой из трех созданных палитр напишите краткое, но емкое обоснование по следующему плану:

1. **Тип использованной гармонии:** Назовите и объясните, почему вы выбрали именно эту цветовую схему (комплементарная, аналоговая и т.д.) для данного продукта.
2. **Психологическое обоснование:** Объясните, как выбранные цвета влияют на восприятие и соответствуют целям рекламной кампании и целевой аудитории. Опишите ассоциации, которые должны вызвать эти цвета.
3. **Роль цвета в композиции:** Какой цвет является главным, какой – вспомогательным, а какой – акцентным? Как они будут работать вместе в макете?

Пример обоснования для "GreenBalance":

- *"Использована аналоговая гармония на основе зеленых оттенков. Зеленый цвет ассоциируется с природой, здоровьем и свежестью, что идеально соответствует концепции продукта. Основной цвет – насыщенный травяной зеленый, создает ощущение натуральности. Дополнительный – холодный зеленый, добавляет глубины. Акцентный цвет – светло-салатовый, придает легкость и свежесть. Такая палитра визуально успокаивает и вызывает доверие у целевой аудитории, заботящейся о здоровом питании."*

Часть 3: Оформление и сдача (10 минут)

Соберите все три палитры и их обоснования в один документ (презентацию или текстовый файл). Подпишите файл по форме: Фамилия_Имя_Группа_Цветоведение.pdf.

Критерии оценки

критерии	балл
Корректность применения теории (грамотное использование типов цветовых гармоний)	0-3
Соответствие целям и аудитории (обоснованность выбора цветов с точки зрения психологии восприятия и маркетинга)	0-3
Гармоничность палитры (визуальная сочетаемость цветов, баланс)	0-3
Полнота и глубина обоснования (раскрытие всех пунктов: тип гармонии, психология, роль в композиции)	0-3
Аккуратность и визуальное представление (четкость, качество оформления палитр)	0-2
Разнообразие подходов (использование разных типов гармоний для разных продуктов)	0-2
ИТОГО:	**0-16**

Шкала оценки:
15-16 баллов – "Отлично"
12-14 баллов – "Хорошо"
9-11 баллов – "Удовлетворительно"
Менее 9 баллов – "Неудовлетворительно"

Самостоятельная работа
по теме 2.2. Основные положения теории цветоведения

Время выполнения – 2 часа

Рекомендации по выполнению:

- Работайте быстро, не зацикливайтесь на деталях - важна общая цветовая концепция
- Сначала продумайте распределение цветов, потом приступайте к исполнению
- Не бойтесь экспериментировать с насыщенностью и светлотой цветов

Помните: каждый этюд должен считываться с первого взгляда

Краткая теоретическая справка

Основные типы цветовых гармоний:

- **Монохроматическая** (оттенки одного цвета)
- **Аналоговая** (соседние цвета в цветовом круге)
- **Комплементарная** (противоположные цвета)
- **Триадная** (три равноудаленных цвета)

Задание. Создать серию из 4-х эскизных этюдов рекламной открытки для музыкального фестиваля "КОЛОРИТ", каждый из которых должен быть построен на определенном типе цветовой гармонии.

Элементы композиции (общие для всех этюдов):

- Стилизованное изображение музыкальной ноты
- Текст "Фестиваль КОЛОРИТ"
- Дата проведения "15-17 августа"
- Простой геометрический фон

Алгоритм выполнения задания

Подготовка

1. Подготовьте материалы: бумага формата А4, гуашь/акварель/цветные карандаши/маркеры (на выбор)
2. Создайте 4 равных прямоугольника на листах бумаги (примерно 10×15 см каждый)
3. Повторите в уме расположение цветового круга

Часть 1: Монохроматическая гармония
Задание: Создать композицию в синей гамме
Решение:

- Используйте 3-4 оттенка синего цвета (от светлого голубого до темного ультрамарина)
- Распределите оттенки по элементам композиции (например: фон - светлый, нота - средний, текст - темный)
- Добейтесь глубины композиции за счет контраста светлого и темного

Настроение: Спокойствие, глубина, электронная музыка

Часть 2: Аналоговая гармония
Задание: Создать композицию из соседних цветов
Решение:

- Выберите 3 соседних цвета в круге (например: желтый, желто-оранжевый, оранжевый)
- Используйте один цвет как доминирующий (фон), другие - как дополнительные
- Создайте плавные цветовые переходы

Настроение: Теплота, энергия, летнее настроение

Часть 3: Комплементарная гармония
Задание: Создать контрастную композицию
Решение:

- Выберите пару дополнительных цветов (например: фиолетовый и желтый)
- Используйте один цвет как основной, второй - как акцентный
- Поэкспериментируйте с пропорциями (80/20, 60/40)
- Добавьте нейтральный цвет для баланса

Настроение: Динамика, драма, контраст

Часть 4: Триадная гармония
Задание: Создать сложную цветовую композицию
Решение:

- Выберите 3 равноудаленных цвета (например: красный, желтый, синий)
- Определите главный цвет, второстепенный и акцентный
- Используйте разные насыщенности цветов для баланса
- Создайте ритм за счет чередования цветов

Настроение: Праздник, разнообразие, мультижанровость

Требования к результату
На проверку необходимо предоставить:

1. Четыре цветовых этюда с четко читаемой цветовой гармонией
2. Краткое описание к каждому этюду:
    - Какая цветовая гармония использована
    - Какие конкретные цвета выбраны

- Какое настроение удалось передать

Критерии оценки

критерии	балл
Точность следования цветовой гармонии (четкое соответствие заданному типу в каждом этюде)	0-4
Целостность композиции (уравновешенность цветовых пятен, ритм, баланс)	0-3
Передача настроения (способность цвета создавать определенную атмосферу)	0-3
Качество исполнения (аккуратность, чистота цвета, контроль материалов)	0-3
Варьирование подходов (явные различия между четырьмя решениями)	0-3
Обоснованность решений (ясность и соответствие описаний)	0-2
Соблюдение формальных требований (наличие всех элементов композиции)	0-2
ИТОГО:	**0-20**

Шкала оценки:
18-20 баллов – "Отлично"
15-17 баллов – "Хорошо"
11-14 баллов – "Удовлетворительно"
Менее 11 баллов – "Неудовлетворительно"

Самостоятельная работа
по теме 2.3. Стилизация в декоративной композиции

Время выполнения – 2 часа

Краткая теоретическая справка

Стилизация - это декоративное обобщение и упрощение форм предметов с помощью ряда приемов:

- Условность и лаконизм
- Геометризация форм
- Акцентирование характерных деталей
- Преувеличение или упрощение
- Работа с силуэтом

Рекомендации по выполнению

1. **Начните с набросков** - сделайте несколько быстрых эскизов карандашом
2. **Упрощайте постепенно** - от сложной формы переходите к простой
3. **Экспериментируйте с пропорциями** - что будет, если увеличить глаза или лапы?
4. **Ищите характерную позу** - она должна быть узнаваемой даже в сильном упрощении
5. **Помните о балансе** - между декоративностью и узнаваемостью

Важно! Стилизация - это не простое упрощение, а создание нового художественного образа, сохраняющего суть изображаемого объекта.

Примеры применения в рекламе:

- Разработка фирменного стиля
- Создание персонажей для рекламных кампаний
- Дизайн упаковки
- Разработка иллюстраций для рекламных материалов
- Создание паттернов и текстур

Задание. Создать серию из 3-х стилизованных изображений кошки для новой коллекции зоомагазина "Пушистик". Каждое изображение должно быть выполнено в определенном стиле и демонстрировать различные приемы стилизации.

Алгоритм выполнения задания

Подготовка

1. Найдите 2-3 фотографии кошек для reference (образца)
2. Подготовьте материалы: бумага А4, карандаш, ластик, линер/фломастер, цветные карандаши/маркеры
3. Создайте 3 рабочих поля примерно 10×10 см каждое

Часть 1: Геометрическая стилизация

Задание: Создать изображение кошки using простые геометрические формы

Решение:

- Разберите форму кошки на основные геометрические фигуры (круги, овалы, треугольники, прямоугольники)
- Составьте из них лаконичную композицию
- Используйте четкие контуры и минимальное количество деталей
- Цветовая гамма: 2-3 контрастных цвета

Применение: Логотип, иконка для мобильного приложения

Часть 2: Силуэтная стилизация (35 минут)

Задание: Создать выразительный силуэт кошки с акцентом на характерные позы

Решение:

- Выберите динамичную позу (прыжок, потягивание, игра)
- Проработайте узнаваемый контур, сохраняя характерные изгибы
- Внутри силуэта можно добавить минимальные детали (усы, глаза, узор)
- Используйте технику черного силуэта на цветном фоне или наоборот

Применение: Постер, принт для одежды, рекламный баннер

Часть 3: Орнаментальная стилизация (40 минут)

Задание: Создать декоративное изображение кошки с элементами орнамента

Решение:

- Сохраните общие очертания животного
- Наполните форму декоративными элементами (полоски, горох, цветы, абстрактные узоры)
- Используйте принцип ритма и повторения элементов
- Поработайте с фактурами и текстурой
- Цветовая гамма: 3-4 гармоничных цвета

Применение: Упаковка, текстиль, сувенирная продукция

Требования к результату

На проверку необходимо предоставить:

1. Три стилизованных изображения кошки в разных техниках
2. Краткое описание к каждой работе:
   - Основной прием стилизации
   - Использованные графические средства

- Возможная область применения в рекламе

Критерии оценки

критерии	балл
Владение приемами стилизации (явное отличие трех подходов, соответствие заданным техникам)	0-6
Декоративная выразительность (лаконизм, образная насыщенность, художественная ценность)	0-4
Композиционное решение (равновесие, ритм, целостность изображения)	0-3
Узнаваемость объекта (сохранение характерных черт кошки после стилизации)	0-3
Качество исполнения (аккуратность, чистота линий, работа с цветом)	0-2
Обоснованность решений (ясность описания и соответствие работ заявленным приемам)	0-2
ИТОГО:	**0-20**

Шкала оценки:
18-20 баллов – "Отлично"
15-17 баллов – "Хорошо"
11-14 баллов – "Удовлетворительно"
Менее 11 баллов – "Неудовлетворительно"

Подготовка к промежуточной аттестации
по дисциплине ОП.01 Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе

Время выполнения – 6 часов

Подготовка выполненных работ для творческого просмотра

Форма промежуточной аттестации **– *экзамен***
Вид - защита выполненных творческих работ и тест.

Критерии оценивания

№ п/п	Критерии	Количество баллов
1	**Наличие всех требуемых работ**	
1.1	Выполнены все работы	3
1.2	Отсутствие 1-3	2
1.3	Отсутствие 4-5	1
2	**Качество выполненной работы**	
2.1	все работы отвечают представленным требованиям	2
2.2	есть работы, выполненные не по требованиям	1
2.3	работы не соответствуют требованиям	0
3	**Оформление работы**	
3.1	Все работы должны быть оформлены в паспарту из белого ватмана с шириной полос 4х4х4х6см склеенных аккуратно клеем	2
3.2	Есть отклонения в оформлении работ	1
	ИТОГО:	**0-7**

Критерии оценки

отлично	хорошо	удовлетворительно	неудовлетворительно
7 баллов	6-5 баллов	4-2 балла	1 и менее баллов

Самопроверка

1. Что такое эскиз в графике?
   а) Окончательная работа; б) Предварительный набросок;
   в) Цветовая палитра; г) Технический чертеж.

2. Какой тип перспективы используется для построения пространства на плоскости с одной точкой схода?
   а) линейная перспектива; б) аэроперспектива;
   в) обратная перспектива; г) изометрическая перспектива

3. Что такое контур в черно-белой графике?
   а) линия, отделяющая объект от фона; б) пятно, заполняющее форму;
   в) градиентные переходы; г) тональные растяжки.

4. Какую роль выполняет светотень в черно-белой графике?
   а) передает цветовые отношения; б) формирует объем и глубину;
   в) создает абстрактные формы; г) упрощает изображение.

5. Что такое штриховка в черно-белой графике?
   а) метод создания тона через линии; б) способ заливки цветом;
   в) гладкая текстура поверхности; г) метод сглаживания краев изображения.

6. Как называются точки на линии горизонта, к которым сходятся линии в линейной перспективе?
   а) фокусные точки; б) точки схода;
   в) центры композиции; г) вертексы.

7. Что такое композиционная ось в эскизе?
   а) линия симметрии объекта; б) линия, вдоль которой строится композиция;
   в) линия пересечения светотени; г) основание для построения перспективы.

8. Какой из следующих приемов помогает создать иллюзию пространства на плоскости?
   а) наложение объектов; б) использование чистого цвета;
   в) использование одинаковых размеров объектов;
   г) удаление теней.

9 Что является основой линейной перспективы?
   а) использование различных оттенков одного цвета;
   б) схождение параллельных линий в точке схода;
   в) четкое очерчивание контуров;
   г) равномерная штриховка.

10. Какую функцию выполняет фон в черно-белой графике?
а) передает основные цвета объекта; б) создает контраст с объектом;
в) определяет форму объекта; г) упрощает построение перспективы.

11. Что такое цветовой круг?
а) способ построения линейной перспективы;
б) система упорядочивания цветов по спектру;
в) способ создания объемных фигур;
г) модель для построения декоративных элементов.

12. Как называются цвета, расположенные напротив друг друга в цветовом круге?
а) аналогичные; б) контрастные;
в) дополнительные; г) комплиментарные.

13. Какие цвета относятся к основным в цветоведении?
а) красный, зеленый, фиолетовый; б) красный, желтый, синий;
в) зеленый, оранжевый, фиолетовый; г) черный, белый, серый.

14. Что такое теплые цвета?
а) цвета, основанные на светлых оттенках;
б) цвета, создающие ощущение тепла (красный, желтый, оранжевый);
в) цвета, расположенные в холодной части спектра;
г) цвета, основанные на ахроматической палитре.

15. Что такое холодные цвета?
а) цвета, вызывающие чувство холода (синий, зеленый, фиолетовый);
б) цвета с минимальным количеством света;
в) все цвета, содержащие белый;
г) цвета с добавлением черного.

16. Какое сочетание цветов называется монохромным?
а) использование нескольких контрастных цветов;
б) сочетание оттенков одного цвета;
в) сочетание дополнительных цветов;
г) смешение основных и дополнительных цветов.

17. Что такое аналогичные цвета?
а) цвета, противоположные друг другу на цветовом круге;
б) цвета, расположенные рядом друг с другом на цветовом круге;
в) цвета, основанные на ахроматической шкале;
г) цвета, образующие нейтральные оттенки.

18. Какое влияние оказывает комплиментарная цветовая схема?

а) создает гармонию с минимальным контрастом;
б) усиливает контраст и привлекает внимание;
в) делает изображение монотонным;
г) упрощает восприятие объекта.

19. Что такое цветовой контраст?

а) соотношение светлоты и темноты в изображении;
б) сильное различие между двумя цветами;
в) гармоничное сочетание близких цветов;
г) изменение оттенка одного цвета.

20 Какое сочетание называют триадой?

а) сочетание трех цветов, равноудаленных на цветовом круге;
б) использование только двух цветов;
в) сочетание оттенков одного цвета;
г) смешение основных цветов с ахроматическими.

21. Что такое перспектива с двумя точками схода?

а) способ построения объектов, при котором линии сходятся в двух точках;
б) техника, применяемая только для построения архитектуры;
в) техника, создающая иллюзию глубины без теней;
г) метод построения объекта без использования горизонтальной линии.

22. Какой прием можно использовать для передачи фактуры в черно-белом рисунке?

а) пятно; б) контур;
в) штриховка; г) наложение цвета.

23. Какой прием позволяет передать пространственное расположение объектов на плоскости?

а) масштабирование; б) текстурирование;
в) объединение линий; г) удаление контуров.

24. Что определяет использование светлых и темных участков в черно-белой графике?

а) текстуру поверхности; б) тональный контраст;
в) цветовую гамму; г) глубину перспектив.

25. Что такое «воздушная перспектива»?

а) способ построения пространства через изменение тональности и четкости;
б) метод, основанный на использовании параллельных линий;
в) прием создания пространства с помощью одинаковых оттенков;
г) техника, основанная на использовании ярких цветов.

26. Какую роль играет свет в черно-белом рисунке?

а) создает цветовые акценты; б) помогает выделить объем объекта;
в) упрощает построение контуров; г) определяет композиционные центры.

27. Какой прием используется для передачи глубины пространства в черно-белой графике?

а) упрощение форм; б) использование различных уровней штриховки;
в) увеличение контуров; г) применение текстур.

28. Что такое набросок?

а) окончательная работа; б) быстрое предварительное изображение;
в) чертеж без теней; г) цветной эскиз.

29. Какой эффект достигается при использовании контраста света и тени в черно-белой графике?

а) иллюзия цвета; б) объем и глубина;
в) яркость и насыщенность; г) сглаживание форм.

30. Что такое обратная перспектива?

а) линии сходятся за зрителем, а не впереди;
б) линии уходят в точку схода на линии горизонта;
в) все линии остаются параллельными;
г) построение пространства без использования света.

31. Что такое цветовой круг?

а) способ построения линейной перспективы;
б) система упорядочивания цветов по спектру;
в) способ создания объемных фигур;
г) модель для построения декоративных элементов.

32. Как называются цвета, расположенные напротив друг друга в цветовом круге?

а) аналогичные; б) контрастные;
в) дополнительные; г) комплиментарные.

33. Какие цвета относятся к основным в цветоведении?

а) красный, зеленый, фиолетовый; б) красный, желтый, синий;
в) зеленый, оранжевый, фиолетовый; г) черный, белый, серый.

34. Что такое теплые цвета?

а) цвета, основанные на светлых оттенках;
б) цвета, создающие ощущение тепла (красный, желтый, оранжевый);
в) цвета, расположенные в холодной части спектра;
г) цвета, основанные на ахроматической палитре.

35. Что такое холодные цвета?
    а) цвета, вызывающие чувство холода (синий, зеленый, фиолетовый);
    б) цвета с минимальным количеством света;
    в) все цвета, содержащие белый;
    г) цвета с добавлением черного.

36. Какое сочетание цветов называется монохромным?
    а) использование нескольких контрастных цветов;
    б) сочетание оттенков одного цвета;
    в) сочетание дополнительных цветов;
    г) смешение основных и дополнительных цветов.

37. Что такое аналогичные цвета?
    а) цвета, противоположные друг другу на цветовом круге;
    б) цвета, расположенные рядом друг с другом на цветовом круге;
    в) цвета, основанные на ахроматической шкале;
    г) цвета, образующие нейтральные оттенки.

38. Какое влияние оказывает комплиментарная цветовая схема?
    а) создает гармонию с минимальным контрастом;
    б) усиливает контраст и привлекает внимание;
    в) делает изображение монотонным;
    г) упрощает восприятие объекта.

39. Что такое цветовой контраст?
    а) соотношение светлоты и темноты в изображении;
    б) сильное различие между двумя цветами;
    в) гармоничное сочетание близких цветов;
    г) изменение оттенка одного цвета.

40. Какое сочетание называют триадой?
    а) сочетание трех цветов, равноудаленных на цветовом круге;
    б) использование только двух цветов;
    в) сочетание оттенков одного цвета;
    г) смешение основных цветов с ахроматическими.

ЛИТЕРАТУРА

Учебная литература:

1. Скакова, А. Г. Рисунок и живопись: учебник для среднего профессионального образования / А. Г. Скакова. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 164 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11360-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/542206 (дата обращения: 09.03.2024).
2. Барышников, А. П. Основы композиции / А. П. Барышников, И. В. Лямин. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 196 с. — (Антология мысли). — ISBN 978-5-534-10775-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/540224 (дата обращения: 09.03.2024).

Электронные образовательные ресурсы:

Сайты, блоги, электронные библиотеки

1. Начинающему художнику: основы перспективы в рисунке. [Электронный ресурс]. URL: Начинающему художнику: основы перспективы в рисунке | Блог о рисовании и мотивации | Дзен (dzen.ru)
2. Как строить перспективу: одна, две и три точки схода. [Электронный ресурс]. URL: Как строить перспективу: одна, две и три точки схода — Gamedev на DTF
3. Как нарисовать перспективу. [Электронный ресурс]. URL: 5 Easy Ways to Draw Perspective - wikiHow (turbopages.org)
4. Школа Вдохновения [Электронный ресурс]. URL: Основы Перспективы В Рисунке Карандашом (Уроки Рисования) (izocenter.ru)
5. Что такое перспектива и как ее построить. [Электронный ресурс]. URL: Новое сообщение (contented.ru)
6. Живопись: история, виды и жанры. [Электронный ресурс]. URL: Живопись: история, виды и жанры. | Жостово Арт Студия | Живопись | Мастер-классы | Дзен (dzen.ru)

Дополнительная электронная литература/учебные пособия, материалы, статьи

1. Учебное пособие «Учебный рисунок» теоретические основы и практические рекомендации Авторы Долгова Н.В., Траутвейн С.Н. [Электронный ресурс]. URL: Центр дистанционного обучения и повышения квалификации (donstu.ru)
2. Живопись. Особенности решения композиционного пространства при использовании декоративных цветовых решений в работе с живой моделью. [Электронный ресурс]: методические указания / Сост. Полозова А. И., Белая А. В., Гамаюнов П. П. — СПб.: СПбГУПТД, 2019.— 22 с.— Режим доступа: http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2019373

3. Учебное пособие может быть рекомендовано для самостоятельного изучения программного материала студентам при освоении дисциплины «Живопись с основами цветоведения» [Электронный ресурс]. URL: МЕТОДИЧЕСКОЕ ПОСОБИЕ (a-pet.ru)

4. Изобразительное искусство и дизайн. Цветоведение. Статья. [Электронный ресурс]. URL: Цветоведение (oformitelblok.ru)

5. «Около кино»: Котелок и яблоко в движении. Рене Магритт и авторская анимация. [Электронный ресурс]. URL: Рене Магритт и анимационное кино (concepture.club)

Видеоматериалы/ виртуальные музеи/интерактивные презентации

1. Основы Перспективы. Азбука Рисования [Электронный ресурс]. URL: Основы Перспективы. Азбука Рисования — Видео | ВКонтакте (vk.com)

2. Основы Цветоведения в Живописи - YouTube [Электронный ресурс]. URL: Основы Цветоведения в Живописи - YouTube

Тренажеры/ тесты/ кейсы/ материал для практикума/ бесплатные онлайн курсы

1. Правила построения перспективы. Воздушная перспектива. [Электронный ресурс]. URL: Тест по ИЗО: Правила построения перспективы. Воздушная перспектива - пройти тест онлайн - игра - вопросы с ответами - скачать бесплатно (kupidonia.ru)

2. Фотошоп редактор. [Электронный ресурс]. URL: Photopea на русском языке - фотошоп онлайн фоторедактор

ОСНОВЫ КОМПОЗИЦИИ, РИСУНКА, ЖИВОПИСИ В РЕКЛАМЕ

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
по выполнению самостоятельной работы

для специальности 42.02.01 Реклама

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г.)

УТВЕРЖДАЮ
Директор АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»
_____ С.Н.Семенов
«15» 04 2024 г.

Оценочные материалы
для промежуточной аттестации
по дисциплине
ОП.01 Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе

для специальности 42.02.01 Реклама

Разработчик: Корнилова А.Б., преподаватель

Якутск, 2024

Пояснительная записка

Оценочные материалы для промежуточной аттестации по дисциплине ОП.01 Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе предназначены для оценки запланированных результатов освоения дисциплины, общих и профессиональных компетенций обучающихся по специальности *42.02.01 Реклама.*

1.1. Оценка освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины ОП.01 Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе обучающийся должен

В результате освоения дисциплины обучающийся **должен**

уметь:

$У_1$ - использовать художественные средства композиции, цветоведения, светового дизайна в профессиональной практике;

$У_2$ - применять основные композиционные законы и понятия в профессиональной практике;

$У_3$ - выстраивать композиции с учётом перспективы и визуальных особенностей среды;

$У_4$ - выдерживать соотношение размеров в композициях;

$У_5$ - соблюдать закономерности соподчинения элементов в композициях.

знать:

$З_1$ - принципы и законы композиции;

$З_2$ – средства композиционного формообразования: пропорции, масштабность, ритм, контраст и нюанс;

$З_3$ – специальные выразительные средства: план, ракурс, тональность, изобразительные акценты, фактура и текстура материалов и др.;

$З_4$ - принципы создания симметричных и асимметричных композиций;

$З_5$ - основные и дополнительные цвета, принципы их сочетания;

$З_6$ - ряды хроматических и ахроматических тонов и переходные между ними;

$З_7$ - особенности восприятия визуального рекламного продукта аудиторией;

$З_8$ - приемы и законы композиции и колористики в рекламе.

С целью овладения **общими компетенциями** (ОК):

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

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

ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, *использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях*[1];

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

и **профессиональными компетенциями (ПК):**

ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.

ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные планирования рекламной коммуникационной кампании.

Форма промежуточной аттестации **– *экзамен***

Вид - защита выполненных творческих работ и тест.

Просмотр работ во время промежуточной аттестации — это форма контроля, где студенты выставляют свои работы (в количестве 14 штук) по всем темам семестра с обязательным обсуждением результатов.

Каждая работа оценивается по 6 критериям. Максимум баллов за работу - 100 баллов, которая переносится в оценку. Общая оценка за экзамен – среднее арифметическое за 14 выполненных заданий.

[1] Выделенное курсивом не формируется в рамках данной дисциплины

Критерии оценивания учебно-творческих работ:

№	Критерии оценки	Количество баллов
1.	**Грамотность композиционного размещения изображения в формате листа:**	**0-20**
	Выбор точки и уровня зрения	0-5
	Выразительность и ясность композиции	0-5
	Правильность размещения изображаемых предметов на листе	0-5
	Отсутствие смещения относительно геометрического центра листа (вверх-вниз, вправо-влево).	0-5
2.	**Передача характера формы и объема изображения:**	**0-20**
	Необходимость достижения композиционного равновесия изображения.	0-5
	Верность построения объёма, перспективных сокращений,	0-5
	Точность определения пропорций, конструктивных особенностей форм особенностей	0-5
	Расположение форм в пространстве	0-5
3.	**Конструктивный анализ формы, перспективное построение изображения на плоскости**	**0-20**
	Правильность построения формы предметов. В основе построения должны быть использована линейная перспектива.	0-10
	Соблюдение пропорций изображаемых предметов. В основе лежит передача соотношений высоты, ширины и глубины изображаемых предметов.	0-10
4.	**Световое решение**	**0-10**
	Точность свето-тоновой характеристики	0-4
	Различие тоновых отношений между предметами и фоном.	0-3
	Передача объема предметов с помощью измерения тона в соответствии с освещением, используя плавные переходы тона от света к тени.	0-3
5.	**Цельность изображения, согласованность деталей и целого**	**0-20**
	Правильность построения формы предметов. В основе построения должны быть использована линейная перспектива	0-10
	Соблюдение пропорций изображаемых предметов. В основе лежит передача соотношений высоты, ширины и глубины изображаемых предметов.	0-10
6.	**Завершенность изображения**	**0-10**
	Уровень детализации и качество графической проработки изображения.	0-5
	Эстетическая выразительность работы	0-5

Перевод баллов в оценку:

отлично	хорошо	удовлетворительно	неудовлетворительно
81-100	61-80	60-40	39 и менее

Перечень учебно-творческих работ для просмотра на промежуточной аттестации

1. Рисунок натюрморта из геометрических тел;
2. Линейно-конструктивный рисунок геометрических фигур;
3. Рисование объемных предметов простой формы (натюрморт);
4. Рисунок натюрморта в графической технике;
5. Натюрморт в технике линия пятно;
6. Цветовой круг;
7. Живописный натюрморт в технике гризайль;
8. Живописный натюрморт контрастных по цвету;
9. Композиция на свободную тему в технике пуантилизм;
10. Пейзаж в воздушной перспективе;
11. Композиция с применением ритма и метра, симметрии и асимметрии, динамики и статики;
12. Стилизация природных форм;
13. Композиция «Буквица»;
14. Композиция «Слово-образ»

Критерии оценивания теста

Каждый правильный ответ оценивается в 1 балл
Всего – 20 баллов

Перевод баллов в оценку

отлично	**хорошо**	**удовлетворительно**	**неудовлетворительно**
18-20	16-17	13-15	12 и менее

Общая оценка - сумма баллов за все выполненные задания

Перевод баллов в оценку

отлично	**хорошо**	**удовлетворительно**	**неудовлетворительно**
120-100	99-77	76-50	49 и менее

Автономная некоммерческая организация среднего профессионального образования
«Цифровой колледж «Синергия»

УТВЕРЖДЕНО
Директором АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия» в составе
образовательной программы по специальности *42.02.01 Реклама*

Тест
для промежуточной аттестации
по дисциплине ОП 01. Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе
для специальности 42.02.01 Реклама

Инструкция
Внимательно прочитайте задания и правильные ответы занесите в бланк ответов.
Блок 1 – Выберите один правильный ответ из предложенных
Блок 2 – Выберите несколько правильных ответов из предложенных
Блок 3 – Установите соответствие
Блок 4 – Установите последовательность действий
Блок 5 – Задание на классификацию
Время выполнения – 40 минут.

Вариант 1

Блок 1. Выберите один правильный ответ из предложенных

1. Композиция в контексте рекламы — это...
А. Простое расположение элементов на плоскости.
Б. Гармоничное и целенаправленное объединение элементов для достижения определенной цели.
В. Случайный набор изображений и текста.
Г. Использование только одного цвета.

2. Основным средством рисунка НЕ является следующий из перечисленных элементов:
А. Линия Б. Тон Б. Цвет Г. Пятно

3. Классическим считается цветовой круг …
А. Круг Иттена. В. Круг Менделеева.
Б. Круг Ньютона. Г. Круг Ломоносова.

4. «Гризайль» — это...
А. Специальный вид кисти для работы с акварелью.
Б. Техника живописи, выполняемая исключительно оттенками серого цвета.
В. Название французской художественной академии.
Г. Процесс удаления старого лака с картины.

Блок 2. Выберите несколько правильных ответов из предложенных

5. Для привлечения внимание зрителя важны для хорошей композиции в рекламе:
А. Контраст между цветами и формами.
Б. Четкий фокус на главном объекте рекламы.
В. Повторение элементов для создания ритма и узнаваемости.
Г. Случайное расположение элементов, создающее ощущение спонтанности.
Д. Необходимо использовать как можно больше различных шрифтов, чтобы показать креативность дизайнера.

6. Иллюзию объема помогают создать следующие техники рисунка:
А. Штриховка Б. Растушевка
В. Использование одного тона Г. Линейная перспектива.
Д. Нанесение случайных пятен.

7. Выберите характеристики цвета, важные для живописи:
А. Тон. Б. Насыщенность В. Яркость
Г. Размер Д. Форма

8. Выберите типы перспективы:
А. Линейная Б. Воздушная В. Цветовая
Г. Обратная Д. Угловая

Блок 3. Установите соответствие

9. Установите соответствие между терминами и их определениями:

Термин	Определение
1. Ритм	А) Чередование элементов с определенной закономерностью
2. Контраст	Б) Резкое различие между элементами
3. Доминанта	В) Главный элемент композиции, привлекающий наибольшее внимание
4. Симметрия	Г) Зеркальное отражение элементов относительно оси

10. Установите соответствие между техниками рисунка и их характеристиками:

Техника рисунка	Характеристика
1. Штриховка	А) Создание однородного тона на участке рисунка.
2. Растушевка	Б) Нанесение параллельных линий для создания тона.
3. Тон	В) Рисунок, выполненный точками.
4. Пуантилизм	Г) Плавный переход между тонами.

11. Установите соответствие между цветами и их эмоциональным воздействием:

Цвет	Эмоциональное воздействие
1. Красный	А) Спокойствие, умиротворение.
2. Синий	Б) Энергия, страсть.
3. Желтый	В) Природа, гармония.
4. Зеленый	Г) Радость, оптимизм.

12. Установите соответствие между стилями живописи и их характеристиками:

Стиль живописи	Характеристика
1. Реализм	А) 
2. Пейзаж	Б) 
3. Натюрморт	В) 
4. Сюрреализм	Г) 

Блок 4. Установите последовательность действий

13. Установите последовательность этапов работы над перспективой:

А. Определение масштаба и детализация объектов в соответствии с перспективой.

Б. Определение линии горизонта и точек схода.

В. Определение положения наблюдателя и выбор типа перспективы (линейная, воздушная и т.д.).

Г. Построение основных линий и форм объектов, уходящих в перспективу.

Д. Финализация изображения с учетом светотени и текстуры.

14. Установите последовательность действий при работе с цветовым кругом:

А. Определение желаемой цветовой гаммы.

Б. Определение комплементарных или дополнительных цветов.

В. Смешивание цветов для получения нужных оттенков.

Г. Выбор основных цветов.

Д. Гармонизация цветовой палитры и ее тестирование на соответствие задачам.

15. Установите последовательность этапов работы над натюрмортом:

А. Детализация и завершение работы.

Б. Нанесение контуров предметов.

В. Определение композиции и освещения.

Г. Проработка тона и объема.

Д. Анализ общей формы и пропорций предметов.

16. Установите последовательность шагов при создании логотипа:

А. Создание эскизов и вариантов логотипа.

Б. Выбор лучшего варианта и его доработка.

В. Исследование целевой аудитории и рынка.

Г. Разработка концепции и идеи логотипа.

Д. Презентация и утверждение финального варианта логотипа.

Блок 5. Задание на классификацию

17. Распределите цвета по классификациям:

Классификация	Цвет
А) Теплые цвета Б) Холодные цвета	1) Красный 2) Синий 3) Желтый 4) Зеленый 5) Оранжевый

18. Распределите понятия по классификациям:

Классификация	Понятие
А) Жанры живописи Б) Виды графики	1) Портрет 2) Пейзаж 3) Плакат 4) Натюрморт 5) Иллюстрация

19. Распределите материалы по классификациям:

Классификация	Материал
А) Материалы для живописи Б) Материалы для рисунка	1) Акварель 2) Масло 3) Гуашь 4) Уголь 5) Карандаш

20. Распределите понятия композиции по классификациям:

Классификация	Понятие
А) Виды композиции Б) Средства композиции	1) Симметрия 2) Фронтальная 3) Объемная 4) Контраст 5) Глубинно-пространственная

Автономная некоммерческая организация среднего профессионального образования
«Цифровой колледж «Синергия»

УТВЕРЖДЕНО
Директором АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия» в составе образовательной программы по специальности *42.02.01 Реклама*

Тест
для промежуточной аттестации
по дисциплине ОП 01. Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе
для специальности 42.02.01 Реклама

Инструкция

Внимательно прочитайте задания и правильные ответы занесите в бланк ответов.
Блок 1 – Выберите один правильный ответ из предложенных
Блок 2 – Выберите несколько правильных ответов из предложенных
Блок 3 – Установите соответствие
Блок 4 – Установите последовательность действий
Блок 5 – Задание на классификацию
Время выполнения – 40 минут.

Вариант 2

Блок 1. Выберите один правильный ответ из предложенных

1. За выражение движения, направления и создание границ в наибольшей степени отвечает:
А. Цвет Б. Линия Б. Текстура Г. Размер

2. Тон в живописи – это...
А. Яркость цвета
Б. Насыщенность цвета
В. Оттенок цвета
Г. Температура цвета

3. Выберите правильное определение линейной перспективы:
А. Техника использования ярких, контрастных цветов для привлечения внимания к объекту
Б. Способ изображения объектов с учетом изменения их цвета и четкости в зависимости от расстояния от зрителя.
В. Метод изображения объемных объектов на плоскости, создающий эффект глубины и пространства
Г. Метод изображения предметов с использованием кривых линий, создающих ощущение движения и динамики

4. Рефлекс – это...
А. Область, где свет наиболее сильно отражается от поверхности объекта
Б. Область между светом и тенью
В. Самая темная часть тени
Г. Самая светлая часть тени

Блок 2. Выберите несколько правильных ответов из предложенных

5. Выберите элементы, создающие визуальный акцент в рекламной композиции:
А. Контраст Б. Симметрия
В. Необычная форма Г. Монотонность

6. Укажите факторы, влияющие на восприятие цвета:
А. Освещение Б. Размер объекта
В. Контекст Г. Материал объекта

7. Для создания объемного рисунка используются следующие приемы:
А. Правила светотени Б. Линейная перспектива
В. Наложение объектов
Г. Использование только одного толстого контура, чтобы выделить объект

8. Выберите качества, характеризующие удачную рекламную иллюстрацию:
А. Оригинальность
Б. Четкость сообщения
В. Сложность исполнения
Г. Соответствие целевой аудитории

Блок 3. Установите соответствие

9. Соотнесите понятие с его определением:

Понятие	Определение
А) Композиция	1) Изображение, выполненное графическими средствами
Б) Рисунок	2) Способ изображения трехмерного пространства на плоскости
В) Живопись	3) Организация элементов в единое целое
Г) Перспектива	4) Изображение, выполненное красками

10. Установите соответствие между понятием и его изображением:

Понятие	Изображение
А) Батальный	1) 
Б) Марина	2) 
В) Портрет	3) 
Г) Анималистика	4) 

11. Установите соответствие между техниками живописи и их характеристиками:

Техника живописи	Характеристика
1. Штриховка	А) Создание однородного тона на участке рисунка.
2. Растушевка	Б) Нанесение параллельных линий для создания тона.
3. Тон	В) Рисунок, выполненный точками.
4. Пуантилизм	Г) Плавный переход между тонами.

12. Установите соответствие между цветом и его психологическим воздействием:

Цвет	Психологическое воздействие
1. Красный	А) Спокойствие, умиротворение.
2. Синий	Б) Энергия, страсть.
3. Желтый	В) Природа, гармония.
4. Зеленый	Г) Радость, оптимизм.

Блок 4. Установите последовательность действий

13. Установите последовательность этапов работы над рекламной иллюстрацией:

А. Выбор техники исполнения
Б. Детализация и доработка
В. Анализ брифа
Г. Создание эскизов
Д. Утверждение концепции и композиции.

14. Установите последовательность этапов создания цветовой схемы для рекламного макета:

А. Тестирование цветовой схемы
Б. Подбор дополнительных цветов
В. Определение цели и задачи
Г. Выбор основного цвета
Д. Анализ целевой аудитории и конкурентов

15. Установите последовательность этапов создания рисунка:

А. Проработка деталей
Б. Определение композиции
В. Наложение светотени
Г. Нанесение основных контуров
Д. Создание подмалевка (общего тона).

16. Установите последовательность действий при создании эскиза рекламного плаката:

А. Определение целевой аудитории
Б. Выбор лучшего эскиза
В. Создание эскизов
Г. Разработка концепции
Д. Анализ рынка и конкурентов

Блок 5. Задание на классификацию

17. Распределите цвета по классификациям:

Классификация	Цвет
А) Теплые цвета Б) Холодные цвета	1) Красный 2) Синий 3) Желтый 4) Зеленый 5) Оранжевый

18. Распределите понятия композиции по классификациям:

Классификация	Понятие
А) Виды композиции Б) Средства композиции	1) Симметрия 2) Фронтальная 3) Объемная 4) Контраст 5) Глубинно-пространственная

19. Распределите понятия по классификациям:

Классификация	Понятие
А) Жанры живописи Б) Графические техники	1) Портрет 2) Пейзаж 3) Натюрморт 4) Гравюра 5) Линогравюра

20. Распределите материалы по классификациям:

Классификация	Материал
А) Материалы для живописи Б) Материалы для рисунка	1) Акварель 2) Масло 3) Гуашь 4) Уголь 5) Карандаш

1.2. Сформированность компетенций обучающихся

В результате освоения дисциплины ОП.01 Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе обучающийся должен показать также и сформированность общих компетенций (ОК):

Результат (общие компетенции)	**Основные показатели**
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам	- самостоятельно организует свою деятельность по выданным заданиям - умеет оценить свои возможности для выполнения поставленных целей, задач, заданий по дисциплине
02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	- осуществляет поиск информации в сети Интернет и различных электронных носителях - извлекает информацию с электронных носителей - использует средства ИТ для обработки и хранения информации - представляет информацию в различных формах с использованием разнообразного программного обеспечения - создает презентации в различных формах
ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, *использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях*;	- берет на себя ответственность за принятое решение/совершенный поступок - ответственно выполняет разовые/постоянные поручения в группе - может спрогнозировать результат - умеет оценить свои действия, поступки и проанализировать их
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;	- устанавливает позитивный стиль общения - выбирает стиль общения в соответствии с ситуацией - признает чужое мнение - при необходимости отстаивает собственное мнение - принимает критику - ведет деловую беседу в соответствии с этическими нормами - соблюдает официальный стиль при оформлении документов - составляет отчеты, задания в соответствии с запросом и предъявляемыми требованиями - оформляет документы в соответствии с нормативными актами - выполняет письменные и устные рекомендации преподавателя - способен к эмпатии - организует коллективное обсуждение рабочей ситуации

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	- умеет передавать информацию другому человеку - способен правильно формулировать свои мысли в устной и письменной формах - способен оценить уровень своих знаний по дисциплине
ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и *иностранном* языках	- осуществлять эффективный поиск необходимой информации в российских и зарубежных источниках: нормативно-правовой документации, стандартов, научных публикации, технической документации; - уметь анализировать, систематизировать и применять в профессиональной деятельности информацию, содержащуюся в документации профессиональной области.

Критерии сформированности

2 балла - компетенция проявляется постоянно в полной мере (сформирована полностью);
1 балл - компетенция проявляется иногда или неполностью (частично сформирована);
0 баллов - компетенция не проявляется (не сформирована).

Оценка ***профессиональных компетенций (ПК)*** происходит через освоенные знания и умения:

Результат (профессиональные компетенции)	**Основные показатели**
ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании. ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные планирования рекламной коммуникационной кампании.	**уметь:** $У_1$ - использовать художественные средства композиции, цветоведения, светового дизайна в профессиональной практике; $У_2$ - применять основные композиционные законы и понятия в профессиональной практике; $У_3$ - выстраивать композиции с учётом перспективы и визуальных особенностей среды; $У_4$ - выдерживать соотношение размеров в композициях; $У_5$ - соблюдать закономерности соподчинения элементов в композициях. **знать:** $З_1$ - принципы и законы композиции; $З_2$ – средства композиционного формообразования: пропорции, масштабность, ритм, контраст и нюанс; $З_3$ – специальные выразительные средства: план, ракурс, тональность, изобразительные акценты, фактура и текстура материалов и др.; $З_4$ - принципы создания симметричных и асимметричных композиций; $З_5$ - основные и дополнительные цвета, принципы их

	сочетания; $З_6$ - ряды хроматических и ахроматических тонов и переходные между ними; $З_7$ - особенности восприятия визуального рекламного продукта аудиторией; $З_8$ - приемы и законы композиции и колористики в рекламе.

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.02. Информационные технологии в профессиональной деятельности

для специальности 42.02.01 Реклама

Якутск, 2024

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г.)

УТВЕРЖДАЮ
Директор АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»
_____ С.Н.Семенов
«15» 04 2024 г.

Рабочая программа дисциплины ОП.02. Информационные технологии в профессиональной деятельности разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (далее – ФГОС СПО) по специальности *42.02.01 Реклама,* утвержденного приказом Министерства просвещения РФ от 21.07.2023 г. № 552 (зарегистрирован в Минюсте РФ 22.08.2023 № 74908)

Организация-разработчик: АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»

Составитель:
Михайлов И.И., преподаватель

ОГЛАВЛЕНИЕ

		стр.
1.	ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2.	СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	6
3.	УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ	11
4.	КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	13

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
ОП.02. Информационные технологии в профессиональной деятельности

1.1. Область применения программы

Рабочая программа дисциплины ОП.02. Информационные технологии в профессиональной деятельности является частью основной профессиональной образовательной программы СПО – программы подготовки специалистов среднего звена по специальности *42.02.01 Реклама* базовой подготовки, входящей в состав укрупненной группы специальностей *42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело.*

1.2 Место дисциплины в структуре образовательной программы:

Дисциплина ОП.02. Информационные технологии в профессиональной деятельности является обязательной дисциплиной общепрофессионального цикла.

1.3. Требования к результатам освоения дисциплины:

В результате освоения дисциплины обучающийся **должен**

уметь:

У1 - использовать изученные прикладные программные средства;

У2 - использовать средства операционных систем и сред для обеспечения работы вычислительной техники.

знать:

З1 - применение программных методов планирования и анализа проведённых работ;

З2 - виды автоматизированных информационных технологий;

З3 - основные понятия автоматизированной обработки информации и структуру персональных электронно-вычислительных машин (далее - ЭВМ) и вычислительных систем;

З4 - основные этапы решения задач с помощью ЭВМ, методы и средства сбора, обработки, хранения, передачи и накопления информации.

С целью овладения **общими компетенциями** (ОК):

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

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

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

и **профессиональными компетенциями (ПК):**

ПК 1.2. Проводить анализ объема рынка.

ПК 1.3. Проводить анализ конкурентов.

ПК 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.

ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.

ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.

ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.

1.4. Количество часов на освоение рабочей программы дисциплины:

Объем дисциплины – 76 часа, в том числе

в форме практической подготовки – 58 часов

включает:

Объем работы обучающегося во взаимодействии с преподавателем – 64 часов, в том числе

практические занятия – 58 часа;

самостоятельная работа обучающегося – 6 часов

промежуточная аттестация (экзамен) – 6 часов

Обязательная часть рабочей программы составляет – 64 часов, вариативная часть – 12 часов.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Объем дисциплины (всего)	**76**
в том числе:	
в форме практической подготовки	58
Объем работы обучающегося во взаимодействии с преподавателем	**64**
в том числе:	
практические занятия	58
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	**6**
в том числе: завершение заданий практических занятий	6
Промежуточная аттестация (экзамен)	**6**

2.2. Формы промежуточной аттестации

1 семестр – экзамен

2.2. Тематический план и содержание дисциплины
ОП.02. Информационные технологии в профессиональной деятельности

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	В т.ч. практическая подготовка	Формируемые компетенции
Раздел 1. Роль информационной деятельности в современном обществе		**4**		
Тема 1.1. Основы современных компьютерных технологий	*Содержание учебного материала*	*2*		
	1 Введение в дисциплину. Этапы развития технических средств и информационных ресурсов. Единицы измерения объема информации. Системы счисления. Структуры данных. Таблицы, графы, иерархические системы. Конфигурация компьютера. Классификация программного обеспечения.	2		ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 09, ПК 1.2, ПК 1.3, ПК 3.1-ПК3.3, ПК 4.3
Тема 1.2. Программно-технические системы реализации информационных процессов	*Содержание учебного материала*	*2*	*2*	
	Практические занятия	**2**		ОК 02, ОК 05, ОК 09, ПК 1.2, ПК 1.3, ПК 3.1-ПК3.3, ПК 4.3
	1 **Практическое занятие № 1** Системы счисления. Измерение объема информации			
Раздел 2. Обработка текстовой информации		**19**		
Тема 2.1. Основы работы в текстовом процессоре Microsoft Word	*Содержание учебного материала*	*19*		
	Электронный документооборот. Правила оформления документов Характеристики шрифтов. Форматирование текста. Атрибуты. Работа в Редакторе формул Оформление таблиц, простейших блок-схем	1		ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 09
	Практические занятия	**16**	*16*	ОК 02, ОК 05, ОК.06, ОК.07, ОК 09, ПК 1.2, ПК 1.3, ПК 3.1-ПК3.3, ПК 4.3
	1 **Практическое занятие № 2**. Работа в Word – текст, индексы, вставка символов.	2		
	2 **Практическое занятие № 3.** Технологии создания и форматирования таблиц.	2		
	3 **Практическое занятие № 4.** Технология создания и форматирования списков	2		
	4 **Практическое занятие № 5.** Работа в редакторе формул и создание	2		
	5 **Практическое занятие № 6.** Технология использования и создание шаблонов	2		
	Практическая работа № 7. Системы распознавания текста	2		
	Практическая работа № 8. Системы машинного перевода	2		

		Практическая работа № 9. Резервное копирование информации. Импорт и экспорт	2		
	Самостоятельная работа обучающихся:		**2**		ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 09, ПК 1.2, ПК 1.3, ПК 3.1-ПК3.3, ПК 4.3
	Создание профессионального рекламного предложения (коммерческого предложения) для потенциального клиента				
Раздел 3. Статистическая обработка данных			**2**		
Тема 3.1 Статистическая обработка результатов в программе Калькулятор	*Содержание учебного материала*		*2*		
	Практические занятия		**2**	2	ОК 02, ОК 05, ОК.06, ОК.07, ОК 09, ПК 1.2, ПК 1.3, ПК 3.1-ПК3.3, ПК 4.3
	1	**Практическое занятие № 10**. Разбор задач на вычисление ошибки измерений. Статистическая обработка результатов измерений	2		
Раздел 4. Электронные таблицы			**11**		
Тема 4.1 Создание, оформление, организация вычислений в электронных таблицах	*Содержание учебного материала*		*11*		
	Ключевые понятия электронных таблиц MS Excel. Типы данных, форматы, адресация ячеек. Относительные и абсолютные ссылки. Вычисления в ячейках таблиц – ввод и использование формул. Встроенные математические, статистические, логические функции. Принципы работы в Мастере Диаграмм, типы диаграмм и графиков, терминология – понятия шкала, цена деления, сетка, метки значений, легенда. Построение и оформление графиков и диаграмм по данным.		1		ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 09, ПК 1.2, ПК 1.3, ПК 3.1-ПК3.3, ПК 4.3
	Практические занятия		**10**	*10*	ОК 02, ОК 05, ОК.06, ОК.07, ОК 09, ПК 1.2, ПК 1.3, ПК 3.1-ПК3.3, ПК 4.3
	1	**Практическое занятие № 11.** Создание и оформление электронных таблиц. Построение графиков и диаграмм.	2		
	2	**Практическое занятие № 12**. Вычисления с использованием относительных и абсолютных ссылок.	2		
	3	**Практическое занятие № 13.** Решение задач с использованием встроенных	2		
	4	**Практическое занятие № 14.** Сортировка и фильтрация данных в электронных таблицах. Условное форматирование.	2		
	5	**Практическое занятие № 15**. Решение задач с использованием внешних и смешанных ссылок.	2		
Раздел 5. Графические редакторы			**34**		

Тема 5.1 Технология создания и обработки графической информации	*Содержание учебного материала*		*17*		
	Методы представления графических изображений. Растровая графика. Достоинства и недостатки. Форматы растровых графических файлов. Растровые графические редакторы.		*1*		ПК 1.2, ПК 1.3, ПК 3.1-ПК3.3, ПК 4.3
	Практические занятия		**14**	*14*	ОК 02, ОК 05, ОК.06, ОК.07, ОК 09, ПК 1.2, ПК 1.3, ПК 3.1-ПК3.3, ПК 4.3
	1	**Практическое занятие № 16.** Основы работы со слоями. Рисование и раскрашивание. Работа с настройками кисти: прозрачность, нажатие, твердость. Тоновая коррекция. Цветовая коррекция	2		
	3	**Практическое занятие № 17.** Основы коррекции цвета и тона. Работа с пересвеченными и затемненными фотографиями	2		
	4	**Практическое занятие № 18.** Ретуширование фотографий.	2		
	5	**Практическое занятие № 19.** Восстановление и реставрация старой фотографии.	2		
		Практическое занятие № 20. Рабочий экран OpenOffice.org Draw. Основы работы с объектами. Закраска рисунков.	2		
		Практическое занятие № 21. Создание рисунков из кривых. Различные графические эффекты.	2		
		Практическое занятие № 22. Работа с текстом	2		
	Самостоятельная работа обучающихся:		**2**		ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 09, ПК 1.2, ПК 1.3, ПК 3.1-ПК3.3, ПК 4.3
	Создание коллажа из фотографий				
Тема 5.2 Технология создания и обработки мультимедийной информации	*Содержание учебного материала*		*17*		
	Программа MS Power Point. Создание презентаций с использованием слайдов разных типов. Использование шаблонов и цветовых схем. Использование Автофигур, их параметры		*1*		ОК 01, ОК 02, ПК 1.2, ПК 1.3, ПК 3.1-ПК3.3, ПК 4.3
	Практические занятия		**14**	*14*	ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК.06, ОК.07, ОК 09, ПК 1.2, ПК 1.3, ПК 3.1-ПК3.3, ПК 4.3
	1	**Практическое занятие № 23.** Интерфейс программы MS Power Point. Создание презентаций	2		
	2	**Практическое занятие № 24.** Текст и другие объекты на слайдах презентации	2		
	3	**Практическое занятие № 25**. Темы презентаций и макеты слайдов	2		
	4	**Практическое занятие № 26**. Анимация и эффекты смены слайдов	2		
	5	**Практическое занятие № 27**. Навигация по слайдам презентации. Гиперссылки	2		
		Практическое занятие № 28. Создание движущихся объектов	2		
		Практическое занятие № 29. Разработка анимационного действия	2		

	Самостоятельная работа обучающихся:	**2**		ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 09, ПК 1.2, ПК 1.3, ПК 3.1-ПК3.3, ПК 4.3
	Создание мультфильма в MS PowerPoint			
	Всего	**70**		
	Экзамен	**6**		
	ИТОГО по ОП.02.	**76**	58	

2.3 Вариативная часть дисциплины

№ п/п	Наименование тем	Количество часов	Примечание
2	Самостоятельная работа	6	Для совершенствования знаний и умений
3	Промежуточная аттестация	6	Для проверки знаний и умений по ОП.02
	ИТОГО:	**12**	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Материально-техническое обеспечение

Реализация рабочей программы дисциплины проходит в лаборатории информатики информационных технологий, компьютерного дизайна и компьютерной графики.

Оборудование лаборатории:

- Рабочие места: Персональный компьютер в сборе (Процессор: Intel Core I7-10700 Оперативная память: 32gb DDR4 3200 Mhz Накопитель: 1024GB ssd NVME PCI-E 4.0 Видеокарта: RTX3060 12GB) – 21 шт.
- Графические планшеты – 21 шт.
- Короткофокусный проектор Optoma X309ST - 1 шт.
- Стол ученический Классик двухместный регулируемый, №4-6 СУР А.02.46 проект НМ-035.04.02 – 12 шт.
- Стул ученический Стандарт, №4-6 СТУР А 02.46.Ф проект НМ-035.30.02 – 12 шт.
- Учебная маркерная доска белая – 1 шт.

3.2. Учебно-методическое обеспечение

По дисциплине ОП.02. Информационные технологии в профессиональной деятельности разработана учебно-методическая документация:

- рабочая программа дисциплины;
- оценочные материалы;
- методические указания по выполнению заданий на практических занятиях;
- методические указания по выполнению самостоятельной работы.

3.3. Информационное обеспечение обучения

Литература:

1. Гаврилов М. В. Информатика и информационные технологии : учебник для среднего профессионального образования / М. В. Гаврилов, В. А. Климов. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 355 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15930-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/510331 (дата обращения: 29.03.2024).

Дополнительная литература:

1. Грекул В.И. Проектирование информационных систем: учебник и практикум для среднего профессионального образования / В.И. Грекул, Н.Л. Коровкина Г.А. Левочкина – Москва: Издательство Юрайт, 2019 – 385 с.

2. Зимин В.П. Информатика. Лабораторный практикум. В 2 ч. Часть 1: учебное пособие для средних профессиональных заведений / В.П. Зимин – 2-е изд. Испр. И доп. - Москва: Издательство Юрайт, 2019 – 126 с.

3. Зимин В.П. Информатика. Лабораторный практикум. В 2 ч. Часть 2: учебное пособие для средних профессиональных заведений / В.П. Зимин – 2-е изд. Испр. И доп. - Москва: Издательство Юрайт, 2019 – 153 с.

Электронные образовательные ресурсы:

Сайты, блоги, электронные библиотеки

1. Обзор IEEE: база Xplore, конференции, сообщества, стандарты. Блог. [Электронный ресурс].URL: https://научныепереводы.рф/obzor-ieee-xplore-konferenczii/

Дополнительная электронная литература/учебные пособия, материалы, статьи

1.Справочная система. [Электронный ресурс].URL: Построение распределенных систем обработки информации (spravochnaya.com)

Видеоматериалы/ виртуальные музеи/интерактивные презентации

1. Российское общество Знание. [Электронный ресурс]. URL: https://znanierussia.ru/cinema/collections/informacionnye-tehnologii

видео занятия https://sites.google.com/view/praktikum-informatica/адаптивные-информационные-и-коммуникационные-технологии/занятие-1

2. Центр дополнительного образования РГПУ им. А. И. Герцена. [Электронный ресурс]. URL: Информационные технологии / Адаптивные информационные и коммуникационные технологии Курс: Инфокоммуникационные технологии (herzen.edu.ru)

Тренажеры/ тесты/ кейсы/ материал для практикума/ бесплатные онлайн курсы

1. Онлайн-тесты. [Электронный ресурс].URL: https://oltest.ru/tests/informacionnye_tehnologii/?ysclid=lztw7j3efb457359446

2. Информационные технологии тесты с ответами вопросы 1 – 59. [Электронный ресурс].URL: https://testua.ru/informatsionnye-tekhnologii/348-testy-po-informatsionnym-tekhnologiyam.html

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе текущего контроля знаний, проверки выполнения заданий практических занятий, а также во время промежуточной аттестации.

Оценка качества подготовки обучающихся осуществляется через оценку знаний, умений по дисциплине и оценку сформированности компетенций.

Результаты обучения (знания, умения)	**Формы и методы контроля и оценки результатов обучения**	
	Текущий контроль	**Промежуточная аттестация**
уметь:		
$У_1$ - пользоваться базовыми системными программными продуктами и пакетами прикладных программ;	- оценка выполнения заданий на практических занятиях; - оценка участия обучающегося на уроках; - оценка выполнения заданий самостоятельной работы	- дифференцированный зачет
знать:		
$З_1$ - основные понятия автоматизированной обработки информации;	- оценка выполнения заданий на практических занятиях; - устный опрос; - тестирование; - оценка выполнения заданий самостоятельной работы	- дифференцированный зачет
$З_2$ - общий состав и структуру персональных компьютеров и вычислительных систем;		
$З_3$ - основные этапы решения задач с помощью персональных компьютеров;		
$З_4$ - методы и средства сбора, обработки, хранения, передачи и накопления информации.		

Оценка ***общих компетенций (ОК)***:

Результат (общие компетенции)	*Основные показатели*
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам	- самостоятельно организует свою деятельность по выданным заданиям - умеет оценить свои возможности для выполнения поставленных целей, задач, заданий по дисциплине
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	- осуществляет поиск информации в сети Интернет и различных электронных носителях - извлекает информацию с электронных носителей - использует средства ИТ для обработки и хранения информации - представляет информацию в различных формах с

	использованием разнообразного программного обеспечения - создает презентации в различных формах
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	- устанавливает позитивный стиль общения - выбирает стиль общения в соответствии с ситуацией - признает чужое мнение - при необходимости отстаивает собственное мнение - принимает критику - ведет деловую беседу в соответствии с этическими нормами - соблюдает официальный стиль при оформлении документов - выполняет письменные и устные рекомендации преподавателя - способен к эмпатии - организует коллективное обсуждение рабочей ситуации
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	- умеет передавать информацию другому человеку - способен правильно формулировать свои мысли в устной и письменной формах - способен письменно оформлять свои мысли
ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	- осуществлять эффективный поиск необходимой информации в российских и зарубежных источниках: нормативно-правовой документации, стандартов, научных публикации, технической документации; - уметь применять лексику и грамматику иностранного языка для перевода текста, содержание которого включает профессиональную лексику; - уметь анализировать, систематизировать и применять в профессиональной деятельности информацию, содержащуюся в документации профессиональной области.

Критерии и методы оценки освоения запланированных результатов дисциплины отражены в оценочных материалах.

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
по выполнению самостоятельной работы

для специальности 42.02.01 Реклама

Якутск, 2024

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г.)

Методические указания составлены в соответствии с рабочей программой по дисциплине ОП.02 Информационные технологии в профессиональной деятельности

Разработчик: АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»

Составитель:
Михайлов И.И., преподаватель

1. Пояснительная записка

Самостоятельная работа обучающихся является одной из форм работы по дисциплине ОП.02 Информационные технологии в профессиональной деятельности.

Дисциплина ОП.02 Информационные технологии в профессиональной деятельности является обязательной дисциплиной общепрофессионального цикла ППССЗ и изучается в течение одного семестра.

В результате освоения дисциплины ОП.02 Информационные технологии в профессиональной деятельности обучающиеся должны

У1 - использовать изученные прикладные программные средства;

У2 - использовать средства операционных систем и сред для обеспечения работы вычислительной техники.

знать:

З1 - применение программных методов планирования и анализа проведённых работ;

З2 - виды автоматизированных информационных технологий;

З3 - основные понятия автоматизированной обработки информации и структуру персональных электронно-вычислительных машин (далее - ЭВМ) и вычислительных систем;

З4 - основные этапы решения задач с помощью ЭВМ, методы и средства сбора, обработки, хранения, передачи и накопления информации.

С целью овладения **общими компетенциями** (ОК):

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

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

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

и **профессиональными компетенциями (ПК):**

ПК 1.2. Проводить анализ объема рынка.

ПК 1.3. Проводить анализ конкурентов.

ПК 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.

ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.

ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.

ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.

Самостоятельная работа

по теме 2.1. Основы работы в текстовом процессоре Microsoft Word

Время выполнения – 2 часа

ВИД РАБОТЫ

Задание. Создание профессионального рекламного предложения (коммерческого предложения) для потенциального клиента

Вам, как стажеру в рекламном агентстве "МедиаВзлет", поручили подготовить коммерческое предложение для кофейни "Бодрое Утро". Владельцы кофейни хотят привлечь больше посетителей в утренние часы (с 8:00 до 11:00). Вам необходимо оформить предложение так, чтобы оно выглядело профессионально, привлекало внимание и легко читалось.

Исходные данные (используйте этот текст для работы):

Заголовок: Специальное утреннее предложение для кофейни "Бодрое Утро"

Клиент: Кофейня "Бодрое Утро"

Целевая аудитория: Студенты и офисные работники в районе кофейни.

Суть предложения: В утренние часы с 8:00 до 11:00 посетителям предлагается "Комплексный завтрак":

- Любая чашка кофе (эспрессо, американо, капучино, латте)
- Свежая выпечка на выбор (круассан, маффин, сэндвич)
- Небольшой подарок-сюрприз (например, стикер или открытка)

Цена комплекса: 250 рублей.

Наша идея: Разработать яркую рекламную листовку для размещения в самой кофейне и в соседних университетах/офисных центрах. Мы также предлагаем ведение социальных сетей кофейни с акцентом на утреннюю акцию.

Контакты агентства:
Рекламное агентство "МедиаВзлет"
Тел.: +7 (495) 123-45-67
Email: mediavzlet@example.com
Сайт: www.mediavzlet.ru

Алгоритм выполнения

Часть 1: Базовая настройка и структура документа

1.Создайте новый документ Microsoft Word.

2.Установите **параметры страницы**:

- **Поля:** Верхнее и нижнее – 2 см, левое и правое – 1,5 см.
- **Ориентация:** Книжная.

3.Сохраните файл под названием: Фамилия_Имя_Группа_Рекламное_предложение.docx (например, Иванов_Петр_РК-21_Рекламное_предложение.docx).

4.Вставьте **колонтитулы**:

- В **верхнем колонтитуле** напишите: "Коммерческое предложение. Конфиденциально."
- В **нижнем колонтитуле** добавьте нумерацию страниц по центру.

Часть 2: Работа с текстом и форматированием

1.Введите заголовок: **"Специальное утреннее предложение для кофейни 'Бодрое Утро'"**.

- Примените к нему **Стиль Заголовка 1**.
- Выровняйте по центру. Измените цвет шрифта на темно-синий.

2.Добавьте подзаголовок: **"От рекламного агентства 'МедиаВзлет'"**.

- Примените **Стиль Заголовка 2**. Выровняйте по центру.

3.Скопируйте и вставьте основной текст из раздела "Исходные данные".

4.Произведите **форматирование абзацев**:

- Выделите весь основной текст (кроме заголовков) и установите **выравнивание по ширине**.
- Установите **междустрочный интервал** – 1.5.
- Установите **отступ первой строки** (красную строку) – 1.25 см.

5.Разметьте текст с помощью **маркированных списков**:

- Оформите блок "Суть предложения" как маркированный список.
- Оформите блок "Контакты агентства" как маркированный список.

Часть 3: Вставка и работа с графическими объектами

1.Найдите в интернете и вставьте в документ **подходящее изображение** (например, чашка кофе с круассаном или стилизованная векторная графика на кофейную тему).

- Разместите изображение после подзаголовка.
- Настройте **обтекание текстом** – "Вокруг рамки".
- Измените размер изображения, чтобы оно гармонично смотрелось в документе.

2.Вставьте **Фигуру** (например, прямоугольник со скругленными углами или выноску) рядом с ценой комплекса. Внутри фигуры крупно напишите: **"Всего 250 рублей!"**.

- Залейте фигуру контрастным, но не кричащим цветом (например, нежно-оранжевым).
- Измените цвет текста внутри фигуры на белый.

3.В конце документа, после контактов, создайте блок с помощью **Таблицы**:

- Создайте таблицу размером 2 столбца на 3 строки.
- В первой строке напишите: "Этапы работы" и "Сроки".
- Заполните таблицу:

- Разработка макета листовки – 3 рабочих дня.
- Размещение рекламы – в течение 2 дней после утверждения.
- Подготовка контента для соцсетей (1 неделя).
  - Примените к таблице любой **готовый стиль таблицы**.

Часть 4: Проверка и финальные штрихи

1.Проверьте документ на наличие орфографических и грамматических ошибок с помощью встроенной функции **"Правописание"** (вкладка "Рецензирование").

2.Просмотрите документ в режиме **"Разметка страницы"** и убедитесь, что все элементы расположены аккуратно, нет "висячих" строк или некрасивых разрывов.

3.Еще раз сохраните документ.

Критерии оценки

критерии	балл
Соблюдение технических требований (поля, ориентация, имя файла)	0-2
Использование стилей (Заголовки 1 и 2)	0-2
Форматирование абзацев (выравнивание, интервал, отступ)	0-2
Работа со списками (корректное создание маркированных списков)	0-2
Работа с графикой (вставка, обтекание, уместность и размер изображения)	0-3
Работа с фигурами (создание, заполнение, форматирование)	0-3
Работа с таблицами (создание, заполнение, применение стиля)	0-3
Эргономика и дизайн (общая аккуратность, читаемость, визуальная привлекательность	0-3
ИТОГО:	**0-20**

Шкала оценки:
18-20 баллов – "Отлично"
15-17 баллов – "Хорошо"
11-14 баллов – "Удовлетворительно"
Менее 11 баллов – "Неудовлетворительно"

по теме 5.1. Технология создания и обработки графической информации

Время выполнения – 2 часа

ВИД РАБОТЫ

Задание. Создайте коллаж из фотографий

Алгоритм создания коллажа из цифровых фотографий

1. Подготовка

1. Выберите фотографии:
    - Отберите цифровые фотографии, которые хотите использовать в коллаже.
    - Убедитесь, что они хорошего качества и соответствуют теме коллажа.
2. Определите концепцию:
    - Решите, как будет выглядеть коллаж (например, сетка, свободная композиция, тематический дизайн).
    - Выберите фон (однотонный, градиент, текстура или изображение).
3. Выберите инструмент:
    - Определите программу или приложение для создания коллажа (например, Photoshop, Canva, PowerPoint, Fotor, PicCollage).

2. Создание основы коллажа

1. Создайте новый проект:
    - Откройте программу и создайте новый файл.
    - Установите размер холста (например, A4, 1920x1080 пикселей или другой формат).
2. Добавьте фон:
    - Выберите цвет, градиент или изображение для фона.
    - Если используете изображение, убедитесь, что оно не перегружает коллаж.

3. Добавление фотографий

1. Вставьте фотографии:
    - Загрузите фотографии в программу.
    - Разместите их на холсте в соответствии с задуманной композицией.
2. Измените размер и форму:
    - Обрежьте фотографии, чтобы они лучше вписывались в коллаж.
    - Используйте инструменты для изменения размера, поворота или наклона.
3. Расположите фотографии:
    - Создайте сетку (если это структурированный коллаж) или разместите фотографии в свободной форме.
    - Перекрывайте фотографии для более динамичного эффекта.

4. Добавление декоративных элементов

1. Добавьте рамки:
    - Используйте рамки вокруг фотографий для выделения.
    - Выберите цвет и толщину рамок.
2. Вставьте текст:
    - Добавьте заголовки, подписи или цитаты.
    - Выберите шрифт, размер и цвет, которые соответствуют стилю коллажа.
3. Используйте графические элементы:
    - Добавьте иконки, стикеры, узоры или другие декоративные элементы.
    - Убедитесь, что они не перегружают композицию**.**

5. Корректировка и улучшение

1. Настройте цвета:
    - Используйте фильтры или корректировки (яркость, контраст, насыщенность), чтобы фотографии выглядели гармонично.
2. Добавьте эффекты:
    - Примените тени, свечение или размытие для выделения объектов.
3. Проверьте композицию:
    - Убедитесь, что все элементы расположены гармонично.
    - Удалите лишние детали, если они мешают восприятию.

6. Сохранение и экспорт

1. Сохраните проект:
    - Сохраните файл в формате программы (например, .psd для Photoshop), чтобы можно было внести изменения позже.
2. Экспортируйте коллаж:
    - Сохраните коллаж в нужном формате (JPEG, PNG и т.д.).
    - Выберите качество изображения (высокое для печати, среднее для соцсетей).

Самостоятельная работа
по теме 5.2. Технология создания и обработки мультимедийной информации

Время выполнения – 2 часа

ВИД РАБОТЫ

Задание. Создайте мультфильм в MS PowerPoint

1. Подготовка

1. **Определите сюжет:**
   - Продумайте сценарий мультфильма: персонажи, действия, диалоги.
   - Разделите сюжет на сцены (слайды).
2. Создайте раскадровку:
   - Нарисуйте или запишите, что будет происходить на каждом слайде.
3. Подготовьте материалы:
   - Соберите изображения, фоны, персонажей (можно нарисовать в PowerPoint или использовать готовые картинки).
   - Подготовьте текстовые элементы (реплики, титры).

2. Создание слайдов

1. Создайте новый слайд:
   - Выберите макет слайда (например, пустой слайд для полной свободы).
2. Добавьте фон:
   - Вставьте изображение фона или используйте цветовую заливку.
3. Добавьте персонажей и объекты:
   - Вставьте изображения персонажей или нарисуйте их с помощью инструментов PowerPoint (Фигуры, Рисование).
   - Разместите их на слайде.

3. Добавление анимации

1. Анимируйте объекты:
   - Выделите объект (персонаж, текст и т.д.).
   - Перейдите на вкладку Анимация.
   - Выберите тип анимации (например, "Появление", "Перемещение", "Исчезновение").
   - Настройте параметры анимации (начало, длительность, задержка).
2. Используйте пути перемещения:
   - Для создания движения персонажа выберите "Пути перемещения" в разделе анимации.
   - Нарисуйте траекторию движения.
3. Настройте порядок анимации:
   - В панели "Область анимации" установите последовательность действий.

4. Добавление переходов между слайдами

1. Выберите переход:
    - Перейдите на вкладку Переходы.
    - Выберите эффект перехода (например, "Появление", "Сдвиг", "Затемнение").
2. Настройте длительность перехода:
    - Установите время перехода и звуковые эффекты, если необходимо.

5. Добавление звуков и музыки

1. Вставьте звук:
    - Перейдите на вкладку Вставка → Звук.
    - Выберите аудиофайл (например, музыка или звуковые эффекты).
2. Настройте звук:
    - Установите параметры воспроизведения (начало, длительность, повторение).

6. Просмотр и тестирование

1. Просмотрите мультфильм:
    - Нажмите F5 для запуска презентации.
    - Проверьте, все ли анимации и переходы работают корректно.
2. Внесите правки:
    - Исправьте ошибки, измените время анимаций или переходов.

7. Сохранение и экспорт

1. Сохраните презентацию:
    - Нажмите Ctrl + S или выберите "Сохранить как".
2. Экспортируйте в видео:
    - Перейдите в Файл → Экспорт → Создать видео.
    - Выберите качество и нажмите "Создать видео".

ЛИТЕРАТУРА

1. Гаврилов М. В. Информатика и информационные технологии : учебник для среднего профессионального образования / М. В. Гаврилов, В. А. Климов. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 355 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15930-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/510331 (дата обращения: 29.03.2024).

Дополнительная литература:

1. Грекул В.И. Проектирование информационных систем: учебник и практикум для среднего профессионального образования / В.И. Грекул, Н.Л. Коровкина Г.А. Левочкина – Москва: Издательство Юрайт, 2019 – 385 с.

2. Зимин В.П. Информатика. Лабораторный практикум. В 2 ч. Часть 1: учебное пособие для средних профессиональных заведений / В.П. Зимин – 2-е изд. Испр. И доп. - Москва: Издательство Юрайт, 2019 – 126 с.

3. Зимин В.П. Информатика. Лабораторный практикум. В 2 ч. Часть 2: учебное пособие для средних профессиональных заведений / В.П. Зимин – 2-е изд. Испр. И доп. - Москва: Издательство Юрайт, 2019 – 153 с.

Электронные образовательные ресурсы:

Сайты, блоги, электронные библиотеки

1. Обзор IEEE: база Xplore, конференции, сообщества, стандарты. Блог. [Электронный ресурс].URL: https://научныепереводы.рф/obzor-ieee-xplore-konferenczii/

Дополнительная электронная литература/учебные пособия, материалы, статьи

1.Справочная система. [Электронный ресурс].URL: Построение распределенных систем обработки информации (spravochnaya.com)

Видеоматериалы/ виртуальные музеи/интерактивные презентации

1. Российское общество Знание. [Электронный ресурс]. URL: https://znanierussia.ru/cinema/collections/informacionnye-tehnologii

видео занятия https://sites.google.com/view/praktikum-informatica/адаптивные-информационные-и-коммуникационные-технологии/занятие-1

2. Центр дополнительного образования РГПУ им. А. И. Герцена. [Электронный ресурс]. URL: Информационные технологии / Адаптивные информационные и коммуникационные технологии Курс: Инфокоммуникационные технологии (herzen.edu.ru)

Тренажеры/ тесты/ кейсы/ материал для практикума/ бесплатные онлайн курсы

1. Онлайн-тесты. [Электронный ресурс].URL: https://oltest.ru/tests/informacionnye_tehnologii/?ysclid=lztw7j3efb457359446

2. Информационные технологии тесты с ответами вопросы 1 – 59. [Электронный ресурс].URL: https://testua.ru/informatsionnye-tekhnologii/348-testy-po-informatsionnym-tekhnologiyam.html

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ
В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
по выполнению самостоятельной работы

для специальности 42.02.01 Реклама

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ «ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г.)

УТВЕРЖДАЮ
Директор АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»
_____ С.Н.Семенов
«15» 04 2024 г.

Оценочные материалы

для промежуточной аттестации

по дисциплине

ОП.02. Информационные технологии в профессиональной деятельности

для специальности 42.02.01 Реклама

Якутск, 2024

Пояснительная записка

Оценочные материалы для промежуточной аттестации по дисциплине ОП.02. Информационные технологии в профессиональной деятельности предназначены для оценки достижений запланированных результатов по дисциплине, общих и профессиональных компетенций обучающихся по *специальности 42.02.01 Реклама.*

1.1. Оценка освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины ОП.02. Информационные технологии в профессиональной деятельности обучающийся должен

уметь:

У1 - использовать изученные прикладные программные средства;

У2 - использовать средства операционных систем и сред для обеспечения работы вычислительной техники.

знать:

З1 - применение программных методов планирования и анализа проведённых работ;

З2 - виды автоматизированных информационных технологий;

З3 - основные понятия автоматизированной обработки информации и структуру персональных электронно-вычислительных машин (далее - ЭВМ) и вычислительных систем;

З4 - основные этапы решения задач с помощью ЭВМ, методы и средства сбора, обработки, хранения, передачи и накопления информации.

С целью овладения **общими компетенциями** (ОК):

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

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

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

и **профессиональными компетенциями (ПК):**

ПК 1.2. Проводить анализ объема рынка.

ПК 1.3. Проводить анализ конкурентов.

ПК 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.

ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.

ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.

ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.

Форма промежуточной аттестации – ***экзамен.***

Вид – по билетам.

Каждый экзаменационный билет состоит из 3 вопросов:

1 и 2 вопросы - устный ответ.

3 вопрос – практическое задание: практические навыки работы обучающихся с программным обеспечением: графическими редакторами, системами САПР.

Время выполнения задания – 60 мин.

Критерии оценивания:

Общая оценка за экзамен – среднее арифметическое за 3 выполненных задания в экзаменационном билете.

Для повышения оценки, полученной во время промежуточной аттестации, обучающийся выполняет тест.

Каждый тест состоит из 20 вопросов и имеет 2 варианта.

Время выполнения задания – 40 мин.

Вариант теста состоит из блоков:

Блок 1 – Выберите один правильный ответ

Блок 2 – Выберите несколько правильных ответов из предложенных

Блок 3 – Установите соответствие

Блок 4 – Установите последовательность действий

Блок 5 – Задание на классификацию

Критерии оценивания теста

Каждый правильный ответ оценивается в 1 балл.

Максимальное количество баллов – 20.

Оценка	Критерии оценивания
«Отлично»	правильное выполнено 20-18 заданий
«Хорошо»	правильное выполнено 17-15 заданий
«Удовлетворительно»	правильное выполнено 14-11 заданий
«Неудовлетворительно»	правильное выполнено 10 и менее заданий.

Критерии оценивания устного опроса:

Оценка	Критерии оценивания
«Отлично»	обучающийся полно и аргументированно отвечает по содержанию задания; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только по учебнику, но и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно и правильно.
«Хорошо»	обучающийся демонстрирует прочные теоретические знания, владеет терминологией, делает аргументированные выводы и обобщения, приводит примеры, показывает свободное владение монологической речью, но при этом делает несущественные ошибки, которые быстро исправляет самостоятельно или при незначительной коррекции преподавателем
«Удовлетворительно»	ставится, если обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений данного задания, но: 1) излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; 2) не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; 3) излагает материал непоследовательно и допускает ошибки
«Неудовлетворительно»	обучающийся демонстрирует незнание теоретических основ обучающийся, не умеет делать аргументированные выводы и приводить примеры, показывает слабое владение монологической речью, не владеет терминологией, проявляет отсутствие логичности и последовательностью изложения, делает ошибки, которые не может исправить даже при коррекции преподавателем, отказывается отвечать на занятии

Критерии оценивания практического задания:

Оценка	Критерии оценивания
«Отлично»	Оценка «отлично» выставляется обучающемуся полностью и без ошибок выполнил практическое задание/задание выполнено полностью, без ошибок
«Хорошо»	Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если задание выполнено, но присутствуют незначительные ошибки в оформлении (если это не являлось основной целью задания)
«Удовлетворительно»	Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если задание выполнено неполностью или выполнено с нарушением требований к выполнению.
«Неудовлетворительно»	Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если задание не выполнено или выполнено не по заданию.

Перечень экзаменационных вопросов

для промежуточной аттестации

по дисциплине **ОП.02. Информационные технологии в профессиональной деятельности**

для специальности 42.02.01 Реклама

1. Защита информации. Виды и содержание мероприятий.
2. Технические средства ИТ. Типы современных компьютеров.
3. Персональный компьютер: назначение, архитектура. Основные устройства ПК, назначения, функции, характеристики.
4. Единицы измерения информации. Устройства хранения информации.
5. Виды и классификация программных средств.
6. Операционные системы: назначение, функции. Роль и место ОС в программном обеспечении компьютера.
7. Характеристика и особенности операционной системы Windows.
8. Организация хранения информации. Структура файловой системы. Понятие диска, файла, папки. Типы файлов.
9. Основные операции с файлами и папками. Средства работы с папками и файлами: ярлык, системная папка «Корзина», буфер обмена.
10. Обслуживание внешних устройств памяти средствами служебных программ ОС .
11. Настройка интерфейса пользователя. Настройка Главного меню, Рабочего стола.
12. Текстовые редакторы как средство подготовки правовых документов: основные и дополнительные возможности и функции (MSWord).
13. Структура текстового документа, основные элементы, их назначение. Понятие абзаца, виды, правила оформления.
14. Основные этапы подготовки текстового документа.
15. Правила ввода текста. Средства автоматизации ввода текста (MSWord).
16. Орфографический и стилистический контроль, исправление ошибок (MSWord).
17. Параметры страницы и способы их задания (MSWord).
18. Нумерация страниц. Параметры колонцифры (MSWord).
19. Использование настраиваемой табуляции для оформления структурированных абзацев (MSWord).
20. Подготовка документов на основе образцов. Заполнение бланочной части документа (MSWord).
21. Подготовка и оформление таблиц (MSWord).
22. Сноски: средства создания и оформления (MSWord).

23. Понятия шаблона документа и стиля оформления: их использование (MSWord).

24. Понятие колонтитула: средства создания и оформления (MSWord).

25. Автоматизированное создание оглавления структурированного документа (MSWord).

26. Средства создания многоколонного текста (MSWord).

27. Электронные таблицы: назначение, основные функции (MS Excel).

28. Понятие книги, листа ячейки электронной таблицы. Абсолютная и относительная ссылка на ячейку (MS Excel).

29. Ввод и редактирование данных в электронных таблицах (MS Excel).

30. Форматы строки, столбца, ячеек электронной таблицы и их установка. Основные форматы данных (MS Excel).

31. Организация вычислений в электронной таблице: ввод и копирование формулы.

32. Организация вычислений в электронной таблице: основные функции. Мастер функций (MS Excel).

33. Создание и редактирование диаграмм и графиков в электронной таблице: этапы построения (MS Excel).

34. Список в электронной таблице, назначение, структура, средства обработки.

35. Выполнение аналитической обработки данных в списке: сортировка, отбор данных по критерию, подведение итогов (MS Excel).

36. Защита данных в электронной таблице (MS Excel).

Перечень практических экзаменационных заданий

для промежуточной аттестации

по дисциплине **ОП.02. Информационные технологии в профессиональной деятельности**

для специальности 42.02.01 Реклама

Практическое задание №1

Перевести числа из приведенных систем счисления в десятичную систему счисления

а. 110111001_2; б. $6ABF_{16}$; в. $7DAF_{16}$

г. $DECA_{16}$ е. BAD_{32} ж. BED_{32}

з. FED_{32} и. $FADE_{16}$ к. $FACE_{16}$

л. 1010010100_2

Практическое задание № 2

Перевести число из десятичной системы счисления в двоичную систему счисления:

150, 125, 100500, 2023, 911, 236, 4563, 245 8974, 6854, 3841, 421625, 98460

Практическое задание № 3

Вычислить:

$1011101_2 + 1110111_2$;

$165_8 + 37_8$;

$1011101_2 + 101011_2$;

$2327_8 + 3561_8$

Практическое задание № 4

Создать компьютерную презентацию из 3-5 слайдов на тему «Система счисления», содержащую текст, графику и элементы анимации, с использованием предоставленных материалов.

1. Рисунок в виде таблицы.

1. Текст: **тема:** Система счисления.

Система счисления — это способ записи (представления) чисел.

Что под этим подразумевается? Например, вы видите перед собой несколько деревьев. Ваша задача — их посчитать. Для этого можно — загибать пальцы, делать зарубки на камне (одно дерево — один палец\зарубка) или сопоставить 10 деревьям какой-нибудь предмет, например, камень, а

единичному экземпляру — палочку и выкладывать их на землю по мере подсчета. В первом случае число представляется, как строка из загнутых пальцев или зарубок, во втором — композиция камней и палочек, где слева — камни, а справа — палочки.



Системы счисления			Системы счисления		
Десятичная	Двоичная	Шестнадцатеричная	Десятичная	Двоичная	Шестнадцатеричная
0	0000	0	8	1000	8
1	0001	1	9	1001	9
2	0010	2	10	1010	A
3	0011	3	11	1011	B
4	0100	4	12	1100	C
5	0101	5	13	1101	D
6	0110	6	14	1110	E
7	0111	7	15	1111	F

Системы счисления подразделяются на позиционные и непозиционные, а позиционные, в свою очередь, — на однородные и смешанные.

Непозиционная — самая древняя, в ней каждая цифра числа имеет величину, не зависящую от её позиции (разряда). То есть, если у вас 5 черточек — то число тоже равно 5, поскольку каждой черточке, независимо от её места в строке, соответствует всего 1 один предмет.

Позиционная система — значение каждой цифры зависит от её позиции (разряда) в числе. Например, привычная для нас 10-я система счисления — позиционная. Рассмотрим число 453. Цифра 4 обозначает количество сотен и соответствует числу 400, 5 — кол-во десяток и аналогично значению 50, а 3 — единиц и значению 3. Как видим — чем больше разряд — тем значение выше. Итоговое число можно представить, как сумму 400+50+3=453.

Практическое задание № 5

В табличном процессоре MS Excel вычислить значения функции $y=x^2 – 2*x - 3$ на отрезке [-3,5; 3,5] с шагом 0,5.

Практическое задание № 6

Создать презентацию с анимацией объектов, использовать фигуры (через вкладку вставка -> фигуры). Критерии анимации:

1. Вылет синего прямоугольника (на весь лист).
2. Возникновение белого круга (по центру).
3. Панорама зеленого прямоугольника внизу листа
4. Масштабирование красного прямоугольника над зеленым прямоугольником.
5. Случайные полосы белого прямоугольника над красным прямоугольником.

6. Через 3 секунды все объекты вылетают за край в право-верх.

Практическое задание № 7

Отформатировать текст в соответствии с заданными требованиями: Размер полей использовать широкие поля, межстрочный интервал 1,5 (полуторный), размер абзацных отступов 1 см., шрифт основного текста Times New Romans, 14 шрифт, выравнивание основного текста по ширине.

Текст.

Система счисления — это способ записи (представления) чисел.

Что под этим подразумевается? Например, вы видите перед собой несколько деревьев. Ваша задача — их посчитать. Для этого можно — загибать пальцы, делать зарубки на камне (одно дерево — один палец\зарубка) или сопоставить 10 деревьям какой-нибудь предмет, например, камень, а единичному экземпляру — палочку и выкладывать их на землю по мере подсчета. В первом случае число представляется, как строка из загнутых пальцев или зарубок, во втором — композиция камней и палочек, где слева — камни, а справа — палочки

Системы счисления подразделяются на позиционные и непозиционные, а позиционные, в свою очередь, — на однородные и смешанные.

Непозиционная — самая древняя, в ней каждая цифра числа имеет величину, не зависящую от её позиции (разряда). То есть, если у вас 5 черточек — то число тоже равно 5, поскольку каждой черточке, независимо от её места в строке, соответствует всего 1 один предмет.

Позиционная система — значение каждой цифры зависит от её позиции (разряда) в числе. Например, привычная для нас 10-я система счисления — позиционная. Рассмотрим число 453. Цифра 4 обозначает количество сотен и соответствует числу 400, 5 — кол-во десяток и аналогично значению 50, а 3 — единиц и значению 3. Как видим — чем больше разряд — тем значение выше. Итоговое число можно представить, как сумму 400+50+3=453.

Практическое задание № 8

Создать формулы в таблице MS Excel.

цена 1 литра бензина	АИ-95	68,5
	АИ-92	66,5

литры	стоимость АИ-95	стоимость АИ-92
5		
10		
15		
20		

25		
30		
35		
40		
45		

Практическое задание № 9

Создать таблицу согласно заданным критериям и создать диаграмму объемную гистограмму в MS Excel, диаграмму перенести в MS Word.

цена 1 литра бензина	АИ-95	68,5
	АИ-92	66,5

литры	стоимость АИ-95	стоимость АИ-92
5	342,5	22776,25
10	685	45552,5
15	1027,5	68328,75
20	1370	91105
25	1712,5	113881,25
30	2055	136657,5
35	2397,5	159433,75
40	2740	182210
45	3082,5	204986,25

Практическое задание № 10

С помощью встроенных фигур в MS Word сделать фигуру в виде эмблемы колледжа.

Практическое задание № 11

Создать таблицу согласно заданным критериям и создать диаграмму объемную гистограмму в MS Excel

цена 1 литра бензина на 2023 год	АИ-95	68,5
	АИ-92	66,5

цена 1 литра бензина на 2022 год	АИ-95	57,8
	АИ-92	52,5

литры	стоимость АИ-95	стоимость АИ-92	стоимость АИ-95	стоимость АИ-92
5	342,5	332,5	289	262,5
10	685	665	578	525
15	1027,5	997,5	867	787,5
20	1370	1330	1156	1050
25	1712,5	1662,5	1445	1312,5

30	2055	1995	1734	1575
35	2397,5	2327,5	2023	1837,5
40	2740	2660	2312	2100
45	3082,5	2992,5	2601	2362,5

Практическое задание № 12

Создать 2 таблицы в MS Excel на разных листах и привязать абсолютными ссылками Наименования.

Практическое задание № 13

Создать и отредактировать шрифт, надписей, текста согласно требованиям:

Times New Roman – 12

Шрифт полуторный, первое слово заглавное полужирное, курсивное.

Отступы в тексте на 1 см., формат документа А5.

Выравнивание по левому краю основного текста.

Стихотворение А.С. Пушкина «Зимнее утро».

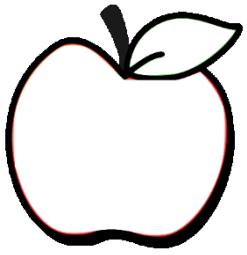
Мороз и солнце; день чудесный! Еще ты дремлешь, друг прелестный - Пора, красавица, проснись: Открой сомкнуты негой взоры Навстречу северной Авроры, Звездою севера явись! Вечор, ты помнишь, вьюга злилась, На мутном небе мгла носилась; Луна, как бледное пятно, Сквозь тучи мрачные желтела, И ты печальная сидела - А нынче... погляди в окно: Под голубыми небесами Великолепными коврами, Блестя на солнце, снег лежит; Прозрачный лес один чернеет, И ель сквозь иней зеленеет, И речка подо льдом блестит.

Практическое задание № 14

Нарисовать объект Яблоко в Adobe Photoshop. Используя слои:

1. Фон.
2. Сам объект.
3. Тени.

Тени использовать фильтр размытие.



Практическое задание № 15

По выданному изображению черно-белого провести раскрашивание.

Использовать тени объекта.



Практическое задание № 16

По выданному изображению. Произвести следующие действия:

1. Изменить фон с голубого на красный.
2. Нарисовать логотип Синергии.
3. Пол изменить на синий.



Практическое задание № 17

Сделать открытку в MS Power Point, с использованием анимации.

Практическое задание № 18

Сделать диаграмму в MS Excel прописать легенду и вывести данную диаграмму на презентации.

Автономная некоммерческая организация среднего профессионального образования «Цифровой колледж «Синергия»

УТВЕРЖДЕНО
Директором колледжа в составе ОП по специальности 42.02.01 Реклама

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1

для промежуточной аттестации
по дисциплине ОП.02. Информационные технологии
в профессиональной деятельности
для специальности 42.02.01 Реклама

1. Защита информации. Виды и содержание мероприятий.
2. Использование настраиваемой табуляции для оформления структурированных абзацев (MSWord).
3. Перевести числа из приведенных систем счисления в десятичную систему счисления
   а. 110111001_2;
   б. $6ABF_{16}$;
   в. $7DAF_{16}$
   г. $DECA_{16}$
   е. BAD_{32}
   ж. BED_{32}
   з. FED_{32}
   и. $FADE_{16}$
   к. $FACE_{16}$
   л. 1010010100_2

Преподаватель _____ И.И.Михайлов

Автономная некоммерческая организация среднего профессионального образования «Цифровой колледж «Синергия»

УТВЕРЖДЕНО
Директором колледжа в составе ОП по специальности 42.02.01 Реклама

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 2

для промежуточной аттестации
по дисциплине ОП.02. Информационные технологии
в профессиональной деятельности
для специальности 42.02.01 Реклама

1. Технические средства ИТ. Типы современных компьютеров.
2. Подготовка документов на основе образцов. Заполнение бланочной части документа (MSWord).
3. Перевести число из десятичной системы счисления в двоичную систему счисления:
   150, 125, 100500, 2023, 911, 236, 4563, 245 8974, 6854, 3841, 421625, 98460

Преподаватель _____ И.И.Михайлов

Автономная некоммерческая организация среднего профессионального образования «Цифровой колледж «Синергия»

УТВЕРЖДЕНО
Директором колледжа в составе ОП по специальности 42.02.01 Реклама

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 4

для промежуточной аттестации
по дисциплине ОП.02. Информационные технологии в профессиональной деятельности
для специальности 42.02.01 Реклама

1. Единицы измерения информации. Устройства хранения информации.
2. Сноски: средства создания и оформления (MSWord).
3. Создать компьютерную презентацию из 3-5 слайдов на тематику Система счисления, содержащую текст, графику и элементы анимации, с использованием предоставленных материалов.



Системы счисления			Системы счисления		
Десяти-чная	Двои-чная	Шестнадца-теричная	Десяти-чная	Двои-чная	Шестнадца-теричная
0	0000	0	8	1000	8
1	0001	1	9	1001	9
2	0010	2	10	1010	A
3	0011	3	11	1011	B
4	0100	4	12	1100	C
5	0101	5	13	1101	D
6	0110	6	14	1110	E
7	0111	7	15	1111	F

Рисунок в виде таблицы.
Текст: **тема:** Система счисления.

Система счисления — это способ записи (представления) чисел.

Что под этим подразумевается? Например, вы видите перед собой несколько деревьев. Ваша задача — их посчитать. Для этого можно — загибать пальцы, делать зарубки на камне (одно дерево — один палец\зарубка) или сопоставить 10 деревьям какой-нибудь предмет, например, камень, а единичному экземпляру — палочку и выкладывать их на землю по мере подсчета. В первом случае число представляется, как строка из загнутых пальцев или зарубок, во втором — композиция камней и палочек, где слева — камни, а справа — палочки

Системы счисления подразделяются на позиционные и непозиционные, а позиционные, в свою очередь, — на однородные и смешанные.

Непозиционная — самая древняя, в ней каждая цифра числа имеет величину, не зависящую от её позиции (разряда). То есть, если у вас 5 черточек — то число тоже равно 5, поскольку каждой черточке, независимо от её места в строке, соответствует всего 1 один предмет.

Позиционная система — значение каждой цифры зависит от её позиции (разряда) в числе. Например, привычная для нас 10-я система счисления — позиционная. Рассмотрим число 453. Цифра 4 обозначает количество сотен и соответствует числу 400, 5 — кол-во десяток и аналогично значению 50, а 3 — единиц и значению 3. Как видим — чем больше разряд — тем значение выше. Итоговое число можно представить, как сумму 400+50+3=453.

Преподаватель _____ И.И. Михайлов

Автономная некоммерческая организация среднего профессионального образования «Цифровой колледж «Синергия»

УТВЕРЖДЕНО
Директором колледжа в составе ОП по специальности 42.02.01 Реклама

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 5

для промежуточной аттестации
по дисциплине ОП.02. Информационные технологии в профессиональной деятельности
для специальности 42.02.01 Реклама

1. Виды и классификация программных средств.
2. Понятия шаблона документа и стиля оформления: их использование (MSWord).
3. В табличном процессоре MS Excel вычислить значения функции $y=x^2 – 2*x - 3$ на отрезке [-3,5; 3,5] с шагом 0,5.

Преподаватель _____ И.И. Михайлов

Автономная некоммерческая организация среднего профессионального образования «Цифровой колледж «Синергия»

УТВЕРЖДЕНО
Директором колледжа в составе ОП по специальности 42.02.01 Реклама

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 6

для промежуточной аттестации
по дисциплине ОП.02. Информационные технологии в профессиональной деятельности
для специальности 42.02.01 Реклама

1. Операционные системы: назначение, функции. Роль и место ОС в программном обеспечении компьютера.
2. Понятие колонтитула: средства создания и оформления (MSWord).
3. Создать презентацию с анимацией объектов, использовать фигуры (через вкладку вставка -> фигуры). Критерии анимации:
    1. Вылет синего прямоугольника (на весь лист).
    2. Возникновение белого круга (по центру).
    3. Панорама зеленого прямоугольника внизу листа
    4. Масштабирование красного прямоугольника над зеленым прямоугольником.
    5. Случайные полосы белого прямоугольника над красным прямоугольником.
    6. Через 3 секунды все объекты вылетают за край в право-верх.

Преподаватель _____ И.И. Михайлов

Автономная некоммерческая организация среднего профессионального образования «Цифровой колледж «Синергия»

УТВЕРЖДЕНО
Директором колледжа в составе ОП по специальности 42.02.01 Реклама

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 7

для промежуточной аттестации
по дисциплине ОП.02. Информационные технологии в профессиональной деятельности
для специальности 42.02.01 Реклама

1. Характеристика и особенности операционной системы Windows.
2. Автоматизированное создание оглавления структурированного документа (MSWord).
3. Отформатировать текст в соответствии с заданными требованиями: Размер полей использовать широкие поля, межстрочный интервал 1,5 (полуторный), размер абзацных отступов 1 см., шрифт основного текста Times New Romans, 14 шрифт, выравнивание основного текста по ширине.

Текст.

Система счисления — это способ записи (представления) чисел.

Что под этим подразумевается? Например, вы видите перед собой несколько деревьев. Ваша задача — их посчитать. Для этого можно — загибать пальцы, делать зарубки на камне (одно дерево — один палец\зарубка) или сопоставить 10 деревьям какой-нибудь предмет, например, камень, а единичному экземпляру — палочку и выкладывать их на землю по мере подсчета. В первом случае число представляется, как строка из загнутых пальцев или зарубок, во втором — композиция камней и палочек, где слева — камни, а справа — палочки

Системы счисления подразделяются на позиционные и непозиционные, а позиционные, в свою очередь, — на однородные и смешанные.

Непозиционная — самая древняя, в ней каждая цифра числа имеет величину, не зависящую от её позиции (разряда). То есть, если у вас 5 черточек — то число тоже равно 5, поскольку каждой черточке, независимо от её места в строке, соответствует всего 1 один предмет.

Позиционная система — значение каждой цифры зависит от её позиции (разряда) в числе. Например, привычная для нас 10-я система счисления — позиционная. Рассмотрим число 453. Цифра 4 обозначает количество сотен и соответствует числу 400, 5 — кол-во десяток и аналогично значению 50, а 3 — единиц и значению 3. Как видим — чем больше разряд — тем значение выше. Итоговое число можно представить, как сумму 400+50+3=453.

Преподаватель _____ И.И. Михайлов

Автономная некоммерческая организация среднего профессионального образования «Цифровой колледж «Синергия»

УТВЕРЖДЕНО
Директором колледжа в составе ОП по специальности 42.02.01 Реклама

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 8

для промежуточной аттестации
по дисциплине ОП.02. Информационные технологии в профессиональной деятельности
для специальности 42.02.01 Реклама

1. Организация хранения информации. Структура файловой системы. Понятие диска, файла, папки. Типы файлов.
2. Средства создания многоколонного текста (MSWord).
3. Создать формулы в таблице MS Excel.

цена 1 литра бензина	АИ-95	68,5
	АИ-92	66,5

литры	стоимость АИ-95	стоимость АИ-92
5		
10		
15		
20		
25		
30		
35		
40		
45		

Преподаватель _____ И.И. Михайлов

Автономная некоммерческая организация среднего профессионального образования «Цифровой колледж «Синергия»

УТВЕРЖДЕНО
Директором колледжа в составе ОП по специальности 42.02.01 Реклама

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 3

для промежуточной аттестации
по дисциплине ОП.02. Информационные технологии в профессиональной деятельности
для специальности 42.02.01 Реклама

1. Персональный компьютер: назначение, архитектура. Основные устройства ПК, назначения, функции, характеристики.
2. Подготовка и оформление таблиц (MSWord).
3. Вычислить:

$1011101_2 + 1110111_2$;
$165_8 + 37_8$;
$1011101_2 + 101011_2$;
$2327_8 + 3561_8$

Преподаватель _____ И.И. Михайлов

Автономная некоммерческая организация среднего профессионального образования «Цифровой колледж «Синергия»

УТВЕРЖДЕНО
Директором колледжа в составе ОП по специальности 42.02.01 Реклама

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 9

для промежуточной аттестации
по дисциплине ОП.02. Информационные технологии
в профессиональной деятельности
для специальности 42.02.01 Реклама

1. Основные операции с файлами и папками. Средства работы с папками и файлами: ярлык, системная папка «Корзина», буфер обмена.
2. Электронные таблицы: назначение, основные функции (MS Excel).
3. Создать таблицу согласно заданным критериям и создать диаграмму объемную гистограмму в MS Excel, диаграмму перенести в MS Word.

цена 1 литра бензина	АИ-95	68,5
	АИ-92	66,5

литры	стоимость АИ-95	стоимость АИ-92
5	342,5	22776,25
10	685	45552,5
15	1027,5	68328,75
20	1370	91105
25	1712,5	113881,25
30	2055	136657,5
35	2397,5	159433,75
40	2740	182210
45	3082,5	204986,25

Преподаватель _____ И.И. Михайлов

Автономная некоммерческая организация среднего профессионального образования «Цифровой колледж «Синергия»

УТВЕРЖДЕНО
Директором колледжа в составе ОП по специальности 42.02.01 Реклама

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 10

для промежуточной аттестации
по дисциплине ОП.02. Информационные технологии
в профессиональной деятельности
для специальности 42.02.01 Реклама

1. Обслуживание внешних устройств памяти средствами служебных программ ОС.
2. Понятие книги, листа ячейки электронной таблицы. Абсолютная и относительная ссылка на ячейку (MS Excel).
3. С помощью встроенных фигур в MS Word сделать фигуру в виде эмблемы колледжа.

Преподаватель _____ И.И. Михайлов

Автономная некоммерческая организация среднего профессионального образования «Цифровой колледж «Синергия»

УТВЕРЖДЕНО
Директором колледжа в составе ОП по специальности 42.02.01 Реклама

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 11

для промежуточной аттестации
по дисциплине ОП.02. Информационные технологии в профессиональной деятельности
для специальности 42.02.01 Реклама

1. Настройка интерфейса пользователя. Настройка Главного меню, Рабочего стола.
2. Ввод и редактирование данных в электронных таблицах (MS Excel).
3. Создать таблицу согласно заданным критериям и создать диаграмму объемную гистограмму в MS Excel

цена 1 литра бензина на 2023 год	АИ-95	68,5
	АИ-92	66,5

цена 1 литра бензина на 2022 год	АИ-95	57,8
	АИ-92	52,5

литры	стоимость АИ-95	стоимость АИ-92	стоимость АИ-95	стоимость АИ-92
5	342,5	332,5	289	262,5
10	685	665	578	525
15	1027,5	997,5	867	787,5
20	1370	1330	1156	1050
25	1712,5	1662,5	1445	1312,5
30	2055	1995	1734	1575
35	2397,5	2327,5	2023	1837,5
40	2740	2660	2312	2100
45	3082,5	2992,5	2601	2362,5

Преподаватель _____ И.И. Михайлов

Автономная некоммерческая организация среднего профессионального образования «Цифровой колледж «Синергия»

УТВЕРЖДЕНО
Директором колледжа в составе ОП по специальности 42.02.01 Реклама

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 18

для промежуточной аттестации
по дисциплине ОП.02. Информационные технологии в профессиональной деятельности
для специальности 42.02.01 Реклама

1. Нумерация страниц. Параметры колонцифры (MSWord).
2. Защита данных в электронной таблице (MS Excel).
3. Сделать диаграмму в MS Excel прописать легенду и вывести данную диаграмму на презентации.

Преподаватель _____ И.И. Михайлов

Автономная некоммерческая организация среднего профессионального образования «Цифровой колледж «Синергия»

УТВЕРЖДЕНО
Директором колледжа в составе ОП по специальности 42.02.01 Реклама

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 12

для промежуточной аттестации
по дисциплине ОП.02. Информационные технологии в профессиональной деятельности
для специальности 42.02.01 Реклама

1. Текстовые редакторы как средство подготовки правовых документов: основные и дополнительные возможности и функции (MSWord).
2. Форматы строки, столбца, ячеек электронной таблицы и их установка. Основные форматы данных (MS Excel).
3. «Слои. Виды слоев. Использование слоев. Заливка»

Цель работы: познакомиться с важным инструментом – слоями, видами слоёв, их применением, операциями над ними, смешиванием.

Содержание работы:

На примере нескольких изображений показать виды слоёв, виды смешивания, операции над ними.

Весь разработанный материал должен быть представлен в электронном виде и сопровождаться краткой аннотацией.

Преподаватель _____ И.И. Михайлов

Автономная некоммерческая организация среднего профессионального образования «Цифровой колледж «Синергия»

УТВЕРЖДЕНО
Директором колледжа в составе ОП по специальности 42.02.01 Реклама

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 14

для промежуточной аттестации
по дисциплине ОП.02. Информационные технологии в профессиональной деятельности
для специальности 42.02.01 Реклама

1. Основные этапы подготовки текстового документа.
2. Организация вычислений в электронной таблице: основные функции. Мастер функций (MS Excel).
3. Нарисовать объект Яблоко в Adobe Photoshop. Используя слои:
   1. Фон.
   2. Сам объект.
   3. Тени.

   Тени использовать фильтр размытие.



Преподаватель _____ И.И. Михайлов

Автономная некоммерческая организация среднего профессионального образования «Цифровой колледж «Синергия»

УТВЕРЖДЕНО
Директором колледжа в составе ОП по специальности 42.02.01 Реклама

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 13

для промежуточной аттестации
по дисциплине ОП.02. Информационные технологии в профессиональной деятельности
для специальности 42.02.01 Реклама

1. Структура текстового документа, основные элементы, их назначение. Понятие абзаца, виды, правила оформления.
2. Организация вычислений в электронной таблице: ввод и копирование формулы.
3. Создание и редактирование шрифтов, надписей, текста согласно требованиям:

TimesNewRoman – 12

Шрифт полуторный, первое слово заглавное полужирное, курсивное.

Отступы в тексте на 1 см., формат документа А5.

Выравнивание по ширине основного текста.

Стихотворение А.С. Пушкина «Зимнее утро».

Мороз и солнце; день чудесный! Еще ты дремлешь, друг прелестный - Пора, красавица, проснись: Открой сомкнуты негой взоры Навстречу северной Авроры, Звездою севера явись! Вечор, ты помнишь, вьюга злилась, На мутном небе мгла носилась; Луна, как бледное пятно, Сквозь тучи мрачные желтела, И ты печальная сидела - А нынче... погляди в окно: Под голубыми небесами Великолепными коврами, Блестя на солнце, снег лежит; Прозрачный лес один чернеет, И ель сквозь иней зеленеет, И речка подо льдом блестит.

Преподаватель _____ И.И.Михайлов

Автономная некоммерческая организация среднего профессионального образования «Цифровой колледж «Синергия»

УТВЕРЖДЕНО
Директором колледжа в составе ОП по специальности 42.02.01 Реклама

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 17

для промежуточной аттестации
по дисциплине ОП.02. Информационные технологии в профессиональной деятельности
для специальности 42.02.01 Реклама

1. Параметры страницы и способы их задания (MSWord).
2. Выполнение аналитической обработки данных в списке: сортировка, отбор данных по критерию, подведение итогов (MS Excel).
3. Сделать открытку в MS Power Point, с использованием анимации.

Преподаватель _____ И.И. Михайлов

Автономная некоммерческая организация среднего профессионального образования «Цифровой колледж «Синергия»

УТВЕРЖДЕНО
Директором колледжа в составе ОП по специальности 42.02.01 Реклама

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 15

для промежуточной аттестации
по дисциплине ОП.02. Информационные технологии в профессиональной деятельности
для специальности 42.02.01 Реклама

1. Правила ввода текста. Средства автоматизации ввода текста (MSWord).
2. Создание и редактирование диаграмм и графиков в электронной таблице: этапы построения (MS Excel).
3. По выданному изображению черно-белого провести раскрашивание.

Использовать тени объекта.



Преподаватель _____ И.И.Михайлов

Автономная некоммерческая организация среднего профессионального образования «Цифровой колледж «Синергия»

УТВЕРЖДЕНО
Директором колледжа в составе ОП по специальности 42.02.01 Реклама

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 16

для промежуточной аттестации
по дисциплине ОП.02. Информационные технологии в профессиональной деятельности
для специальности 42.02.01 Реклама

1. Орфографический и стилистический контроль, исправление ошибок (MSWord).
2. Список в электронной таблице, назначение, структура, средства обработки.
3. По выданному изображению. Произвести следующие действия:
   1. Изменить фон с голубого на красный.
   2. Нарисовать логотип Синергии.
   3. Пол изменить на синий.



Преподаватель _____ И.И.Михайлов

Автономная некоммерческая организация среднего профессионального образования
«Цифровой колледж «Синергия»

УТВЕРЖДЕНО
Директором АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия» в составе образовательной программы по специальности *42.02.01 Реклама*

Тест
для промежуточной аттестации
по дисциплине
ОП.02. Информационные технологии в профессиональной деятельности

Инструкция
Внимательно прочитайте задания и правильные ответы занесите в бланк ответов.
Блок 1 – Выберите один правильный ответ из предложенных
Блок 2 – Выберите несколько правильных ответов из предложенных
Блок 3 – Установите соответствие
Блок 4 – Установите последовательность действий
Блок 5 – Задание на классификацию
Время выполнения – 40 минут.

Вариант 1

Блок 1. Выберите один правильный ответ из предложенных

1. Основным элементом информационной деятельности является:
А. Компьютер В. Программное обеспечение
Б. Информация Г. Интернет

2. Для хранения текстовых документов обычно используется следующий формат файла:
А. .jpg Б. .exe В. .txt Г. .mp3

3. Для вычисления среднего значения диапазона ячеек в Excel используется следующая функция:
А. SUM Б. COUNT В. AVERAGE Г. MAX

4. Выберите тип графического редактора, лучше всего подходящего для создания реалистичных изображений и ретуши фотографий:
А. Векторный редактор В. Текстовый редактор
Б. Растровый редактор Г. Аудиоредактор

Блок 2. Выберите несколько правильных ответов из предложенных

5. Основными компонентами компьютера из перечисленных ниже элементов являются:
А. Процессор Б. Монитор В. Клавиатура Г. Принтер Д. Системный блок

6. С текстовой информацией можно выполнять следующие операции:
А. Редактирование Г. Создание графиков
Б. Форматирование Д. Кодирование
В. Поиск

7. Для визуализации данных в Excel можно построить диаграммы:
А. Круговую диаграмму Г. Диаграмму рассеяния
Б. Гистограмму Д. Пузырьковую диаграмму
В. Линейную диаграмму

8. Для хранения растровых изображений используются:
А. .jpg Б. .png В. .gif Г. .svg Д. .bmp

Блок 3. Установите соответствие

9. Установите соответствие между типом программного обеспечения и его функцией:

Тип ПО	Функция
А) Операционная система	1) Создание и редактирование текстовых документов
Б) Текстовый процессор	2) Управление аппаратными ресурсами компьютера
В) Антивирус	3) Защита от вредоносных программ
Г) Браузер	4) Просмотр веб-страниц в интернете

10. Установите соответствие между термином и его определением:

Термин	Определение
А) Ячейка	1) Предопределенная формула для выполнения определенных вычислений
Б) Диапазон	2) Группа смежных ячеек в электронной таблице
В) Формула	3) Выражение, начинающееся со знака "=" и выполняющее вычисления
Г) Функция	4) Пересечение столбца и строки в электронной таблице

11. Установите соответствие между типом графического элемента и его описанием:

Тип графического элемента	Описание
А) Линия	1) Замкнутая фигура, образованная несколькими отрезками
Б) Прямоугольник	2) Замкнутая кривая, все точки которой равноудалены от центра
В) Круг	3) Четырехугольник с прямыми углами
Г) Многоугольник	4) Отрезок между двумя точками

12. Установите соответствие между видами ссылок в Excel и их определением:

Вид ссылки	Определение
А) Абсолютная	1) это ссылка, которая сочетает в себе относительную и абсолютную ссылку.
Б) Смешанная	2) это ссылка на ячейку, которая остается постоянной при копировании или заполнении разных ячеек.
В) Относительная	3) это просто комбинация имени столбца и номера строки без какого-либо знака доллара ($)

Блок 4. Установите последовательность действий

13. Установите последовательность действий для создания нового документа в текстовом процессоре:

А. Задать параметры страницы (размер, поля).
Б. Открыть текстовый процессор.
В. Начать ввод текста.
Г. Сохранить документ.
Д. Выбрать команду "Создать" (или "Новый") в меню "Файл".

14. Установите последовательность действий для создания диаграммы в Excel:

А. Выделить диапазон данных для диаграммы.
Б. Выбрать тип диаграммы.
В. Настроить элементы диаграммы (заголовки, оси, легенду).
Г. Вставить диаграмму на лист.
Д. Сохранить документ Excel.

15. Установите последовательность действий для сохранения изображения в графическом редакторе:

А. Открыть изображение.
Б. Выбрать формат файла для сохранения.
В. Выбрать команду "Сохранить как".
Г. Указать имя файла и место сохранения.
Д. Внести необходимые изменения в изображение (если требуется).

16. Установите последовательность действий для выполнения сортировки данных в Excel:

А. Выделить диапазон данных для сортировки.
Б. Выбрать столбец для сортировки.
В. Указать порядок сортировки (возрастание или убывание).
Г. Выполнить сортировку.
Д. Открыть вкладку "Данные" на ленте Excel.

Блок 5. Задание на классификацию

17. Распределите программы согласно их категории назначения:

Категория	Программы (ПО)
А) Программы для работы с текстом Б) Программы для работы с графикой	1) Microsoft Word 2) Adobe Photoshop 3) Блокнот 4) GIMP 5) Notepad++

18. Распределите устройства согласно их категории использования:

Категория	Устройство
А) Устройства ввода Б) Устройства вывода	1) Клавиатура 2) Монитор 3) Мышь 4) Принтер 5) Сканер

19. Сопоставьте типы программного обеспечения с их категориями:

Категория	Типы ПО
А) Системное ПО Б) Прикладное ПО	1) Операционная система 2) Текстовый редактор 3) Драйвер устройства 4) Графический редактор 5) Антивирус

20. Сопоставьте характеристики сетей согласно типам компьютерных сетей:

Тип компьютерных сетей	Характеристика
А) Локальная сеть (LAN) Б) Глобальная сеть (WAN)	1) Охватывает небольшую территорию (например, офис) 2) Охватывает большую территорию (например, город, страну) 3) Высокая скорость передачи данных 4) Низкая скорость передачи данных 5) Используется для обмена данными между устройствами в пределах одного здания

Автономная некоммерческая организация среднего профессионального образования
«Цифровой колледж «Синергия»

УТВЕРЖДЕНО
Директором АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия» в составе
образовательной программы по специальности *42.02.01 Реклама*

Тест
для промежуточной аттестации
по дисциплине
ОП.02. Информационные технологии в профессиональной деятельности

Инструкция
Внимательно прочитайте задания и правильные ответы занесите в бланк ответов.
Блок 1 – Выберите один правильный ответ из предложенных
Блок 2 – Выберите несколько правильных ответов из предложенных
Блок 3 – Установите соответствие
Блок 4 – Установите последовательность действий
Блок 5 – Задание на классификацию
Время выполнения – 40 минут.

Вариант 2

Блок 1. Выберите один правильный ответ из предложенных

1. Основным элементом информационной системы является:
А. Процессор
Б. Данные
В. Программное обеспечение
Г. Пользователь

2. Для хранения текстовых документов обычно используется:
А. .jpg Б. .xlsx В. .docx Г. .exe

3. Для вычисления среднего значения в Excel используется:
А. SUM Б. COUNT В. AVERAGE Г. MAX

4. Растровое изображение – это...
А. Изображение, состоящее из математических формул
Б. Изображение, состоящее из пикселей
В. Текстовый файл
Г. Видеофайл

Блок 2. Выберите несколько правильных ответов из предложенных

5. Электронные таблицы предоставляют следующие возможности:
А. Создание диаграмм
Б. Статистический анализ данных
В. Обработка текста
Г. Управление базами данных
Д. Автоматизация вычислений

6. Выберите редакторы, относящиеся к графическим:
А. Microsoft Word
Б. Adobe Photoshop
В. GIMP
Г. Microsoft Excel
Д. CorelDRAW

7. Выберите операции. которые можно выполнять с текстовой информацией:
А. Форматирование
Б. Поиск и замена
В. Сортировка
Г. Создание таблиц
Д. Создание презентаций

8. Для оценки качества информации важны следующие характеристики:
А. Актуальность
Б. Достоверность
В. Объем
Г. Понятность
Д. Стоимость

Блок 3. Установите соответствие

9. Сопоставьте типы диаграмм с их назначением:

Тип диаграмм	Назначение
1) Гистограмма	А) Отображение динамики изменения данных во времени
2) Круговая диаграмма	Б) Сравнение значений нескольких категорий
3) График	В) Отображение долей целого
4) Диаграмма комбинированная	Г) Визуализация взаимосвязей между двумя или более наборами данных, представленными в разных форматах.

10. Сопоставьте программное обеспечение и их назначение:

Программное обеспечение	Назначение
1) Microsoft Word	А) Редактирование изображений
2) Microsoft Excel	Б) Обработка текстовой информации
3) Adobe Photoshop	В) Работа с электронными таблицами
4) CorelDRAW	Г) Создание и редактирование векторной графики

11. Сопоставьте типы данных с их примерами:

Тип данных	Пример
1) Число	А) "Иванов"
2) Текст	Б) 01.01.2023
3) Дата	В) 123.45
4) Логический	Г) Истина

12. Установите соответствие между термином и его определением:

Термин	Определение
А) Ячейка	1) Предопределенная формула для выполнения определенных вычислений
Б) Диапазон	2) Группа смежных ячеек в электронной таблице
В) Формула	3) Выражение, начинающееся со знака "=" и выполняющее вычисления
Г) Функция	4) Пересечение столбца и строки в электронной таблице

Блок 4. Установите последовательность действий

13. Установите последовательность действий для создания диаграммы в Excel:

А. Выделить диапазон данных
Б. Выбрать тип диаграммы
В. Нажать кнопку "Вставка"
Г. Настроить элементы диаграммы
Д. Отформатировать область диаграммы

14. Установите последовательность действий для форматирования текста в Word:

А. Выделить текст
Б. Выбрать параметры форматирования (шрифт, размер, цвет)
В. Открыть вкладку "Главная"
Г. Применить изменения
Д. Проверить результат и внести коррективы

15. Установите последовательность действий для статистической обработки данных:

А. Определение цели анализа
Б. Сбор и подготовка данных
В. Выбор метода анализа
Г. Интерпретация результатов
Д. Представление результатов

16. Установите последовательность действий для сохранения файла в графическом редакторе:

А. Выбрать пункт "Сохранить как"
Б. Указать формат файла
В. Указать имя файла
Г. Нажать кнопку "Сохранить"
Д. Выбрать место сохранения файла

Блок 5. Задание на классификацию

17. Сопоставьте типы программного обеспечения с их категориями:

Категория	Тип ПО
А) Системное ПО Б) Прикладное ПО	1) Операционная система 2) Текстовый редактор 3) Драйвер устройства 4) Графический редактор 5) Антивирус

18. Сопоставьте виды компьютерной памяти с их характеристиками:

Вид компьютерной памяти	Характеристика
А) Оперативная память (RAM) Б) Постоянная память (ROM)	1) Энергозависимая память 2) Энергонезависимая память 3) Используется для хранения текущих данных и программ 4) Используется для хранения BIOS 5) Быстрая память

19. Сопоставьте характеристики сетей согласно типам компьютерных сетей:

Тип компьютерной сети	Характеристика
А) Локальная сеть (LAN) Б) Глобальная сеть (WAN)	1) Охватывает небольшую территорию (например, офис) 2) Охватывает большую территорию (например, город, страну) 3) Высокая скорость передачи данных 4) Низкая скорость передачи данных 5) Используется для обмена данными между устройствами в пределах одного здания

20. Сопоставьте виды редакторов с программным обеспечением:

Вид редакторов	Программное обеспечение
А) Текстовые редакторы Б) Графические редакторы	1) Microsoft Word 2) Adobe Photoshop 3) LibreOffice Writer 4) GIMP 5) Notepad++

1.2. Оценка освоения компетенций

Оценка освоения ***профессиональных компетенций (ПК)*** осуществляется через проверку знаний и умений, а именно

Результат (профессиональные компетенции)	*Основные показатели*
ПК 1.2. Проводить анализ объема рынка. ПК 1.3. Проводить анализ конкурентов. ПК 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет. ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет. ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях. ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.	**уметь:** У1 - пользоваться базовыми системными программными продуктами и пакетами прикладных программ; **знать**: З1 - основные понятия автоматизированной обработки информации; З2 - общий состав и структуру персональных компьютеров и вычислительных систем; З3 - основные этапы решения задач с помощью персональных компьютеров; З4 - методы и средства сбора, обработки, хранения, передачи и накопления информации.

Оценка ***общих компетенций (ОК)*** выставляется в результате наблюдения в течение семестра по следующим критериям:

Результат (общие компетенции)	**Основные показатели**
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам.	- самостоятельно организует свою деятельность по выданным заданиям - умеет оценить свои возможности для выполнения поставленных целей, задач, заданий по дисциплине
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	- осуществляет поиск информации в сети Интернет и различных электронных носителях - извлекает информацию с электронных носителей - использует средства ИТ для обработки и хранения информации - представляет информацию в различных формах с использованием разнообразного программного обеспечения - создает презентации в различных формах
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;	- устанавливает позитивный стиль общения - выбирает стиль общения в соответствии с ситуацией - признает чужое мнение - при необходимости отстаивает собственное мнение - принимает критику - ведет деловую беседу в соответствии с этическими ормами - соблюдает официальный стиль при оформлении документов - выполняет письменные и устные рекомендации преподавателя

	- способен к эмпатии - организует коллективное обсуждение рабочей ситуации
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;	- умеет передавать информацию другому человеку - способен правильно формулировать свои мысли в устной и письменной формах - способен письменно оформлять свои мысли
ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.	- осуществлять эффективный поиск необходимой информации в российских и зарубежных источниках: нормативно-правовой документации, стандартов, научных публикации, технической документации; - уметь анализировать, систематизировать и применять в профессиональной деятельности информацию, содержащуюся в документации профессиональной области.

Критерии

2 балла - компетенция проявляется постоянно в полной мере (сформирована полностью);

1 балл - компетенция проявляется иногда или неполностью

0 баллов - компетенция не проявляется (не сформирована).

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.03. История экранных искусств

для специальности 42.02.01 Реклама

Якутск, 2024

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледж
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024

УТВЕРЖДАЮ
Директор АНО СПО «Цифровой коллед
«Синергия»
_____ С.Н.Семенов
«15» 04 2024 г.

Рабочая программа дисциплины ОП.03. История экранных искусств разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (далее – ФГОС СПО) по специальности *42.02.01 Реклама,* утвержденного приказом Министерства просвещения РФ от 21.07.2023 г. № 552 (зарегистрирован в Минюсте РФ 22.08.2023 № 74908)

Организация-разработчик: АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»

Составитель:
Тырахинов Р.Е., преподаватель

ОГЛАВЛЕНИЕ

	стр.
1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	6
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ	11
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	13

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
ОП.03. История экранных искусств

1.1. Область применения программы

Рабочая программа дисциплины ОП.03. История экранных искусств является частью основной профессиональной образовательной программы СПО – программы подготовки специалистов среднего звена по специальности *42.02.01 Реклама*, входящей в состав укрупненной группы специальностей *42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело.*

1.2 Место дисциплины в структуре образовательной программы:

Дисциплина ОП.03. История экранных искусств является обязательной дисциплиной общепрофессионального цикла.

1.3. Требования к результатам освоения дисциплины:

В результате освоения дисциплины обучающийся **должен**

уметь:

У1 - использовать знания по истории экранных искусств в профессиональной деятельности;

У2 - выявлять взаимодействие экранных искусств с различными видами искусств

знать:

З1 - характерные черты художественных стилей различных исторических эпох;

З2 – особенности стилей экранных искусств;

З3 – творчество наиболее значительных персоналий экранных искусств.

С целью овладения **общими компетенциями** (ОК):

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

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

ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, *использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях*[1];

[1] Выделенное курсивом не формируется в рамках данной дисциплины

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и *иностранном языках.*

и **профессиональными компетенциями (ПК):**

ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.

1.4. Количество часов на освоение рабочей программы дисциплины:

Объем дисциплины – 40 часов, в том числе

в форме практической подготовки – 8 часов

включает:

Объем работы обучающегося во взаимодействии с преподавателем – 34 часов, в том числе

практические занятия – 8 часов;

самостоятельная работа обучающегося – 6 часов

Обязательная часть рабочей программы составляет – 32 часа, вариативная часть – 8 часов.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Объем дисциплины (всего)	**40**
в том числе:	
в форме практической подготовки	8
Объем работы обучающегося во взаимодействии с преподавателем	**34**
в том числе:	
практические занятия	8
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	**6**
в том числе: подготовка к промежуточной аттестации (реферат)	6

2.2. Формы промежуточной аттестации

1 семестр – дифференцированный зачет

2.2. Тематический план и содержание дисциплины
ОП.03. История экранных искусств

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся		Объем часов	В т.ч. практическая подготовка	Формируемые компетенции
Раздел 1. История мирового и российского кинематографа			**22**	*6*	
Тема 1.1 Экранные искусства и экранная культура. Жанры и форматы мирового кинематографа	*Содержание учебного материала*				
	1	Основные понятия. Экранные искусства: понятие, виды экранных искусств. Исторический процесс формирования и особенности функционирования экранных Технические условия реализации экранных искусств. искусств. Основные форматы и жанры кинематографа.	2		ОК 01- ОК 05, ОК 09
	Практические занятия		**2**	*2*	ОК 01- ОК 05, ОК 09, ПК 4.1
	2	**Практическое занятие № 1.** Жанры киноискусства			
	Самостоятельная работа		**2**		ОК 01- ОК 05, ОК 09, ПК 4.1
	Анализ просмотренного фильма по основам драматургии				
Тема 1.2. История художественного, документального, анимационного кинематографа	*Содержание учебного материала*				
	1	Основные характеристики различия художественного (игрового), документального, анимационного кинематографа.	2		ОК 01- ОК 05, ОК 09
	2	Структура фильма. Создание фильма как творческий и технический процесс. Стиль режиссера.	2		
	Практические занятия		**2**	*2*	ОК 01- ОК 05, ОК 09, ПК 4.1
	3	**Практическое занятие № 2.** Мой любимый художественный или анимационный фильм.			
Тема 1.3. История мирового кинематографа	*Содержание учебного материала*				
	1	Американское кино дозвукового периода. Голливуд. Раннее звуковое кино: теоретические концепции и реальные достижения. Постмодернистские тенденции в развитии послевоенного европейского кинематографа.	2		ОК 01- ОК 05, ОК 09
	2	Открытия японского кинематографа. Творчество Акиры Куросавы.	1		
	2	Творчество выдающихся режиссеров-классиков мирового киноискусства XX в.	1		
Тема 1.4. История кинематографа в	*Содержание учебного материала*				
	1	Советский монтажный кинематограф 1920-х гг. Советское кино довоенного периода.	1		ОК 01- ОК 05, ОК 09
	1	Советское кино послевоенного периода. Киноискусство советских республик.	1		

России	2	Российский кинематограф постсоветской эпохи: кризис саморазрушения и попытка духовного возрождения. Современное состояние отечественного кинематографа.	2		
	Практические занятия		**2**	*2*	ОК 01- ОК 05, ОК 09, ПК 4.1
	3	**Практическое занятие № 3.** Советские и российские фильмы о войне			
Раздел 2. История современных видов экранных искусств			**16**	2	
Тема 2.1. История телевидения, его особенности как экранного искусства	*Содержание учебного материала*				ОК 01- ОК 05, ОК 09
	1	Основные характеристики телевидения как средства массовой информации и экранного искусства.	1		
	1	Принципы построения телевизионной программы. Разновидности телевизионного вещания и классификация типов телепрограмм.	1		
	2	Жанровая структура телепрограмм. Телевизионная реклама. Тенденции развития телевидения.	1		
	Практические занятия		**2**	*2*	ОК 01- ОК 05, ОК 09, ПК 4.1
	3	**Практическое задание № 4.** Просмотр и анализ телепрограмм (в т.ч. в интернет-архивах), ориентированных на молодежную аудиторию и посвященных актуальным темам (образование, культура, молодежная политика и т.п.).			
Тема 2.2. История видеоиндустрии, ее особенности как экранного искусства	*Содержание учебного материала*				ОК 01- ОК 05, ОК 09
	1	История видео как экранного искусства и индустрии. Появление и развитие видеооборудования: кассетные и DVD-магнитофоны, видеокамеры.	1		
	1	Видеореклама. Основные отличия видеоформатов от телевизионных форматов. Видео в Интернете, социальных сетях. Видео как основной способ обработки информации, причины популярности и востребованности.	1		
Тема 2.3. История компьютерного визуального искусства	*Содержание учебного материала*				ОК 01- ОК 05, ОК 09
	1	Понятие и характеристики компьютерной визуализации. Экран и монитор – соотношение понятий.	1		
	1	Интернет как особое пространство экранного искусства, его характеристики. Игровые компьютерные и интернет-технологии.	1		
	2	Мобильный телефон как средство обработки информации. Тренды развития визуального искусства в компьютерной и интернет-среде	1		
Тема 2.4. Профессии в сфере кинематографа, мультипликации,	*Содержание учебного материала*				ОК 01- ОК 05, ОК 09
	1	Основные креативные и технологические процессы производства продуктов кинематографа, мультипликации, телевидения, видеоиндустрии, компьютерной визуализации.	1		

телевидения, видео, компьютерного визуального искусства		Основные творческие и технические профессии в сфере кинематографа и мультипликации. Основные творческие и технические профессии телевизионной и видеоиндустрии. Основные творческие и технические профессии в сфере компьютерной визуализации. Особенности процесса устаревания профессий и появления новых профессий в современных экранных искусствах.	1		
	Самостоятельная работа		**4**		ОК 01- ОК 05, ОК 09, ПК 4.1
	Подготовка сообщения по одной из тем				
		Дифференцированный зачет	**2**		
		ИТОГО по ОП.03.	**40**		

2.3 Вариативная часть дисциплины

№ п/п	Наименование тем	Количество часов	Примечание
2	Самостоятельная работа	6	Для совершенствования знаний и умений
3	Промежуточная аттестация (дифференцированный зачет)	2	Для проверки знаний и умений по ОП.01
	ИТОГО:	**8**	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Материально-техническое обеспечение

Реализация рабочей программы дисциплины проходит в кабинете *социально-гуманитарных дисциплин.*

Оборудование кабинета:

- Рабочее место для преподавателя: персональный компьютер в сборе (Процессор: Ryzen3 3 5300G (либо аналог, 4 ядра и 4-8 потоков) Оперативная память: 8gb DDR4 3200 Mhz Накопитель: 256GB ssd.) – 1 шт.
- Короткофокусный проектор Optoma X309ST – 1 шт.
- Учебная маркерная доска белая – 1 шт.
- Стол ученический Классик двухместный регулируемый, №4-6 СУР А.02.46 проект НМ-035.04.02 – 29 шт.
- Стул ученический Стандарт, №4-6 СТУР А 02.46.Ф проект НМ-035.30.02 – 57 шт.

3.2. Учебно-методическое обеспечение

По дисциплине ОП.03. История экранных искусств разработана учебно-методическая документация:

- рабочая программа дисциплины;
- оценочные материалы;
- методические указания по выполнению заданий на практических занятиях;
- методические указания по выполнению самостоятельной работы.

3.3. Информационное обеспечение обучения

Литература:

1. Ильина, Т. В. История искусства: учебник для среднего профессионального образования / Т. В. Ильина. — 2-е изд., стер. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 203 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10779-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/541766 (дата обращения: 14.03.2024).

2. История искусств. Древний мир и Средневековье: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. М. Ванюшкина, С. А. Тихомиров, И. И. Куракина, Л. В. Дмитриева. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 538 с. — (Профессиональное образование). —

ISBN 978-5-534-13459-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/540018 (дата обращения: 14.03.2024).

3. Ванюшкина, Л. М. История искусств. Возрождение и Новое время: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. М. Ванюшкина, С. А. Тихомиров, И. И. Куракина. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 484 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13474-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/543788 (дата обращения: 14.03.2024).

Дополнительная литература:

1. Ильина, Т. В. История искусства Западной Европы. От Античности до наших дней: учебник для вузов / Т. В. Ильина, М. С. Фомина. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 401 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12142-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/535469 (дата обращения: 14.03.2024).

2. Ванюшкина, Л. М. История искусств. XIX век: романтизм и реализм: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. М. Ванюшкина, И. И. Куракина, С. А. Тихомиров. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 411 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18987-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/555624 (дата обращения: 14.03.2024).

Электронные образовательные ресурсы:

Сайты, блоги, электронные библиотеки

1. Кино: важнейшее из искусств. [Электронный ресурс]. URL: https://nasledie.digital/articles/kino-vazhnejshee-iz-iskusstv/

2. Анастасия Джулаева. Зарождение кинематографа: галопом по ранней истории [Электронный ресурс]. URL: https://cinetexts.ru/the_emergence_of_cinema

Дополнительная электронная литература/учебные пособия, материалы, статьи

1. Как развивалось цифровое искусство. [Электронный ресурс]. URL: https://theblueprint.ru/culture/specials/pushkinskij-mediaiskusstvo-budushchego

2. Глебова И.С. РАЗВИТИЕ ЭКРАННЫХ ИСКУССТВ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА АУДИОВИЗУАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ (на примере американских киношкол) [Электронный ресурс]. URL: https://gitr.ru/data/events/2018/glebova_13.3.pdf

Видеоматериалы/ виртуальные музеи/интерактивные презентации

1. Мастера кинематографии (о сценаристах, режиссерах и актерах). [Электронный ресурс]. URL: https://kgik1966.ru/content/cms/files/62082.pdf

2. Эволюция кино: как развивалось экранное искусство. [Электронный ресурс]. URL: https://vk.com/video-184397039_456266212

Тренажеры/ тесты/ кейсы/ материал для практикума/ бесплатные онлайн курсы

1. Сократик. Уникальные презентации за минуту онлайн. [Электронный ресурс]. URL: https://sokratic.ru/ru?partner=dir&ybaip=1&yclid=10237542025475915775#lead

2. Тест по разделу «История кино» [Электронный ресурс]. URL: https://oltest.ru/tests/istoriya/istoriya_kino/

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка запланированных результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе текущего контроля знаний, проверки выполнения заданий практических занятий, а также во время промежуточной аттестации.

Оценка качества подготовки обучающихся осуществляется через оценку знаний, умений по дисциплине и оценку сформированности компетенций.

Результаты обучения (знания, умения)	**Формы и методы контроля и оценки результатов обучения**	
	Текущий контроль	**Промежуточная аттестация**
уметь:		
У1 - использовать знания по истории экранных искусств в профессиональной деятельности; У2 - выявлять взаимодействие экранных искусств с различными видами искусств	- оценка выполнения заданий на практических занятиях; - оценка участия обучающегося на уроках; - оценка выполнения заданий самостоятельной работы	- дифференцированный зачет
знать:		
З1 - характерные черты художественных стилей различных исторических эпох; З2 – особенности стилей экранных искусств; З3 – творчество наиболее значительных персоналий экранных искусств.	- оценка выполнения заданий на практических занятиях; - устный опрос; - тестирование; - оценка выполнения заданий самостоятельной работы	- дифференцированный зачет

Оценка ***общих компетенций (ОК)***:

Результат (общие компетенции)	*Основные показатели*
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам	- самостоятельно организует свою деятельность по выданным заданиям - умеет оценить свои возможности для выполнения поставленных целей, задач, заданий по дисциплине
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	- осуществляет поиск информации в сети Интернет и различных электронных носителях - извлекает информацию с электронных носителей - использует средства ИТ для обработки и хранения информации - представляет информацию в различных формах с использованием разнообразного программного обеспечения

	- создает презентации в различных формах
ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, *предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере*, использовать знания по *финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях*;	- берет на себя ответственность за принятое решение/совершенный поступок - ответственно выполняет разовые/постоянные поручения в группе - может спрогнозировать результат - умеет оценить свои действия, поступки и проанализировать их
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	- устанавливает позитивный стиль общения - выбирает стиль общения в соответствии с ситуацией - признает чужое мнение - при необходимости отстаивает собственное мнение - принимает критику - ведет деловую беседу в соответствии с этическими нормами - соблюдает официальный стиль при оформлении документов - выполняет письменные и устные рекомендации преподавателя - способен к эмпатии - организует коллективное обсуждение рабочей ситуации
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	- умеет передавать информацию другому человеку - способен правильно формулировать свои мысли в устной и письменной формах - способен письменно оформлять свои мысли
ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и *иностранном*[2] языках	- осуществлять эффективный поиск необходимой информации в российских и зарубежных источниках: нормативно-правовой документации, стандартов, научных публикации, технической документации; - уметь применять лексику и грамматику иностранного языка для перевода текста, содержание которого включает профессиональную лексику; - уметь анализировать, систематизировать и применять в профессиональной деятельности информацию, содержащуюся в документации профессиональной области.

Критерии и методы оценки освоения дисциплины отражены в оценочных материалах.

[2] Выделенное курсивом не формируется в рамках данной дисциплины

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

ИСТОРИЯ ЭКРАННЫХ ИСКУССТВ

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
по выполнению заданий на практических занятиях

по специальности 42.02.01 Реклама

Якутск, 2024

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г.)

Методические указания составлены в соответствии с рабочей программой по дисциплине ОП.03. История экранных искусств

Разработчик: АНО СПО «Цифровой колледж Синергия»

Составитель:
Тырахинов Р.Е., преподаватель

1. Пояснительная записка

Дисциплина ОП.03 История экранных искусств является общепрофессиональной дисциплиной профессионального цикла ППССЗ и изучается в течение одного семестра.

В результате освоения дисциплины ОП.03. История экранных искусств обучающиеся должны

уметь:

У1 - использовать знания по истории экранных искусств в профессиональной деятельности;

У2 - выявлять взаимодействие экранных искусств с различными видами искусств

знать:

З1 - характерные черты художественных стилей различных исторических эпох;

З2 – особенности стилей экранных искусств;

З3 – творчество наиболее значительных персоналий экранных искусств.

С целью овладения **общими компетенциями** (ОК):

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

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

ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, *использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях*[1];

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и *иностранном языках.*

и **профессиональными компетенциями (ПК):**

ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.

[1] *Выделенное курсивом не формируется в рамках данной дисциплины*

Требования к выполнению заданий

Практические задания выполняются обучающимися в обязательном порядке по указанию преподавателя.

Работы выполняются в рабочей тетради и сдаются для проверки преподавателю. Полученная оценка выставляется в журнал и учитывается при освоении дисциплины в целом.

Критерии оценивания выполненных заданий

Работа оценивается по 5 балльной шкале:

Оценка «**отлично»** ставится, если студент выполнил работу в полном объеме с соблюдением необходимой последовательности действий; в ответе правильно и аккуратно выполняет все записи, таблицы, рисунки, чертежи, графики, вычисления; правильно выполняет анализ ошибок.

Оценка **«хорошо»** ставится, если студент выполнил требования к оценке "5", но допущены 2-3 недочета.

Оценка **«удовлетворительно»** ставится, если студент выполнил работу не полностью, но объем выполненной части таков, что позволяет получить правильные результаты и выводы; в ходе проведения работы были допущены ошибки.

Оценка **«неудовлетворительно»** ставится, если студент выполнил работу не полностью или объем выполненной части работы не позволяет сделать правильных выводов

Практическое занятие № 1
Жанры киноискусства

Цель работы: формирование умения У2 - выявлять взаимодействие экранных искусств с различными видами искусств

Время выполнения работы – 2 часа

Формат работы: Мини-группы (2-3 человека)

Материалы и оборудование:

Ноутбуки или планшеты с доступом к PowerPoint, Canva или другим простым графическим редакторам

Задание: Ваше рекламное агентство получило запрос от клиента. Вам необходимо разработать концепцию рекламного видеоролика, который будет целиком построен на узнаваемых приемах одного из киножанров.

ПОРЯДОК ВЫПОЛНЕНИЯ:

Этап 1: Жеребьевка и погружение (15 минут)

1. **Жеребьевка:** Каждая команда вслепую выбирает два элемента:
   - **Карточка №1 (Жанр):** комедия, драма, боевик, фильм ужасов, научная фантастика, мелодрама, детектив (нуар), анимация.
   - **Карточка №2 (Товар/Услуга):** сервис доставки еды, местный фитнес-центр, банковское приложение, служба такси, сеть кофеен, услуга репетиторства, ветеринарная клиника.
2. **Мозговой штурм "Код жанра" (10 мин):**
   - Определите ключевые характеристики вашего жанра:
     - **Атмосфера и эмоции** (Что должен чувствовать зритель?)
     - **Типичные визуальные приемы** (ракурсы, свет, цветокоррекция)
     - **Звукоряд** (тип музыки, звуковые эффекты)
     - **Структура повествования** (предсказуемый сюжетный ход?)
     - **Архетипы героев** (герой, злодей, помощник и т.д.)

Этап 2: Разработка рекламной концепции (55 минут)

На основе полученной пары "Жанр + Товар" разработайте:

1. **Название ролика и слоган (10 мин):**
   - Придумайте броское название и слоган, которые отражают суть жанра и преимущество товара.
   - *Пример: Жанр "Ужасы" + Товар "Служба доставки еды". Слоган: "Наша доставка быстрее, чем ваши страхи".*
2. **Ключевая идея и сценарий (25 мин):**

- Опишите основную идею ролика: как вы обыграете товар в рамках выбранного жанра?
- Разработайте краткий сценарий (на 30-60 секунд) по пунктам:
  - **Завязка:** Создание проблемы/напряжения в стиле жанра.
  - **Развитие:** Появление товара/услуги как элемента сюжета.
  - **Развязка:** "Герой" решает проблему с помощью товара, развязка соответствует жанру (хэппи-энд, щемящая концовка, неожиданная разгадка).
- *Пример (Комедия + Фитнес-центр): "Неуклюжий герой пытается заниматься дома, круша все вокруг. Приходит сосед, приводит его в фитнес-центр, где герой обнаруживает идеальные условия для своей "разрушительной" энергии, и это превращается в его фишку."*

3. **Раскадровка (15 мин):**
   - Сделайте раскадровку на 3-5 ключевых кадров (рисунки от руки или схематично). Покажите, как будут использоваться визуальные приемы жанра (например, темная палитра для ужасов, динамичные ракурсы для боевика, пастельные тона для мелодрамы).
   - Подпишите, что происходит в кадре, какие звуки и музыка сопровождают сцену.
4. **Канал размещения (5 мин):**
   - Определите один основной канал для показа вашего ролика (TikTok, YouTube, телевидение, кинотеатры перед сеансом). Объясните, почему выбранный жанр и стиль эффективны именно для этой площадки.

Этап 3: Подготовка к презентации (10 минут)
Подготовьте краткое (на 2-3 минуты) яркое выступление. Одна команда представляет свою концепцию, а остальные пробуют угадать, какой жанр был использован (если это не было очевидно из презентации).

Критерии оценки:

Критерий	Балл	Пояснения
Узнаваемость и грамотное использование жанровых кодов	3	Насколько точно и творчески использованы приемы выбранного киножанра.
Оригинальность и уместность связи "Жанр + Товар"	3	Насколько креативно и логично соединен товар/услуга с жанровой стилистикой.
Проработанность концепции и сценария	2	Логичность сценария, наличие запоминающейся идеи и четкого рекламного посыла.
Убедительность презентации и аргументация	2	Четкость, структурированность и уверенность при защите своей работы.
Качество визуализации и презентации	2	Умение донести свою идею через раскадровку и убедительно представить ее аудитории.
ИТОГО:	**10**	

Перевод баллов в оценку:

отлично	хорошо	удовлетворительно	неудовлетворительно
10 баллов	9-8 баллов	7-6 баллов	5 и менее баллов

Практическая работа № 2
Мой любимый художественный или анимационный фильм

Цель работы: формирование умения У1 - использовать знания по истории экранных искусств в профессиональной деятельности;

Время выполнения – 2 часа.

Материалы и оборудование:

Ноутбуки или планшеты с доступом к PowerPoint, Canva или другим простым графическим редакторам

Задание: Выберите свой любимый художественный или анимационный фильм. Ваша задача — представить, что этот фильм является товаром, который вам нужно перезапустить на рынок или прорекламировать новой целевой аудитории. Разработайте для него креативную рекламную концепцию.

ПОРЯДОК ВЫПОЛНЕНИЯ:

Этап 1: Аналитический (25 минут)

1. **Выбор фильма и обоснование (5 мин):** Кратко назовите фильм и объясните, почему вы его выбрали (личная симпатия + потенциал для рекламы).
2. **Анализ «продукта» (10 мин):**
   - **Основная идея (месседж):** Какую главную мысль несет фильм?
   - **УТП (Уникальное Торговое Предложение):** Что делает этот фильм особенным? Чем он отличается от других в своем жанре? (Например: нестандартный сюжет, визуальный стиль, глубокие диалоги, культовый персонаж, саундтрек).
   - **Эмоциональный ключ:** Какие основные эмоции он вызывает? (Радость, грусть, страх, вдохновение и т.д.)
3. **Определение Целевой Аудитории (ЦА) (10 мин):**
   - **Первичная ЦА:** Кто традиционный зритель этого фильма? (Пол, возраст, интересы).
   - **Новая ЦА:** Какую новую, неочевидную целевую группу вы хотите привлечь своей рекламной кампанией? *Обоснуйте свой выбор.* (Например, перезапустить классический фильм ужасов для подростков, ориентируясь на эстетику соцсетей; или представить философское анимо как арт-хаусный продукт для взрослой аудитории).

Этап 2: Креативно-исполнительный (55 минут)

На основе проведенного анализа разработайте:

1. **Креативная концепция кампании (15 мин):**
   - **Название кампании:** Яркое, запоминающееся название.
   - **Ключевой посыл (слоган):** Короткая и impactful фраза, которая отражает УТП и обращена к новой ЦА.
   - **Визуальный образ:** Опишите или сделайте набросок ключевого визуала (постер, баннер). Какая стилистика, цветовая палитра, шрифты? Почему это подходит для новой ЦА?
2. **Разработка рекламных материалов (30 мин):**
   - **Постер к фильму (для печати или соцсетей):** Создайте макет (рисунок от руки или коллаж в PowerPoint/Canva). Он должен визуально передавать вашу концепцию и слоган.
   - **Сценарий видеоролика (тизер на 15-30 секунд):** Опишите сцену, которая не является спойлером, но цепляет зрителя. Какие кадры, какой звук (музыка, дикторский текст), какой ключевой визуал или фраза в конце?
3. **Каналы продвижения (10 мин):**
   - Выберите 2-3 основных канала для размещения вашей рекламы (например, TikTok, Яндекс.Афиша, городские ситилайты, тематические паблики ВКонтакте). *Кратко обоснуйте, почему ваш выбор эффективен для охвата новой ЦА.*

Этап 3: Подготовка к презентации (10 минут)

Подготовьте краткое (на 2-3 минуты) выступление, чтобы представить свою работу одногруппникам. Сфокусируйтесь на самом интересном: вашей новой ЦА, креативной идее и ее визуальном воплощении.

Критерии оценки:

Критерий	Балл	Пояснения
Глубина анализа и обоснование ЦА	3	Насколько четко определено УТП фильма и обоснован выбор новой целевой аудитории.
Креативность и оригинальность концепции	3	Умение найти нестандартный ход и переосмыслить фильм для новой аудитории.
Качество исполнения и проработанность материалов	2	Визуальная и текстовая проработанность постера и сценария.
Убедительность презентации и аргументация	2	Четкость, структурированность и уверенность при защите своей работы.
ИТОГО:	**10**	

Перевод баллов в оценку

отлично	хорошо	удовлетворительно	неудовлетворительно
10 баллов	9-8 баллов	7-6 баллов	5 и менее баллов

Практическая работа № 3
Советские и российские фильмы о войне

Цель работы: формирование умений

У1 - использовать знания по истории экранных искусств в профессиональной деятельности;

У2 - выявлять взаимодействие экранных искусств с различными видами искусств

Время выполнения – 2 часа.

Формат работы: Мини-группы (2-3 человека)

Материалы и оборудование:

Ноутбуки/планшеты для поиска кадров из фильмов или референсов (рекомендуется использовать с осторожностью, чтобы не уйти в простой копипаст)

Задание: Вам предстоит разработать концепцию социальной рекламной кампании, приуроченной к Дню Победы, для конкретного бренда или общественной организации. В основе концепции должен лежать ключевой мотив или ценность, взятая из одного из советских или российских фильмов о войне.

ПОРЯДОК ВЫПОЛНЕНИЯ:

Этап 1: Погружение и анализ (25 минут)

1. **Выбор фильма-донора (5 мин):**
    - Выберите один из фильмов: «А зори здесь тихие», «Они сражались за Родину», «В бой идут одни «старики»», «Баллада о солдате», «Семнадцать мгновений весны» (сериал), «Брестская крепость», «Битва за Севастополь» и др.
    - Кратко обоснуйте выбор: какая ключевая ценность этого фильма актуальна сегодня?
2. **Анализ «ценностного ядра» (10 мин):**
    - Выделите из фильма 1-2 ключевые ценности, которые станут основой вашей рекламы.

Примеры: Женская дружба и самопожертвование («А зори здесь тихие»), Воинское братство и профессионализм («В бой идут одни «старики»), Любовь и память («Баллада о солдате»), Личный подвиг в тылу врага («Семнадцать мгновений весны»).

3. **Определение бренда и цели (10 мин):**
    - Выберите бренд/организацию, для которого создаете кампанию:

Вариант А (Социальный): Благотворительный фонд помощи ветеранам, акция «Бессмертный полк», музей Победы.

Вариант Б (Коммерческий с социальной ответственностью): Локальный бренд-производитель (например, хлебозавод, кондитерская фабрика), сеть аптек, банк (программа для пенсионеров).

- Сформулируйте цель кампании (Что мы хотим добиться? Собрать средства? Повысить узнаваемость? Укрепить репутацию?).

Этап 2: Разработка рекламной концепции (55 минут)

На основе проведенного анализа разработайте:

1. **Концепция кампании (15 мин):**
   - **Название кампании:** Должно отражать связь между ценностью фильма и идеей кампании.
   - **Ключевой посыл (слоган):** Короткая, эмоциональная фраза. Важно избежать пафоса и клише, найти человеческое, личное звучание.
   - **Целевая аудитория:** На кого направлена кампания? (Молодежь, которой нужно передать память; люди среднего возраста, готовые помочь; сами ветераны).
2. **Разработка креатива (30 мин):**
   - **Идея видеоролика (30-45 сек.):** Опишите сценарий. *Как через историю, ассоциацию или метафору из фильма вы покажете ценность и свяжете ее с брендом?*

Пример для фонда помощи ветеранам и фильма «В бой идут одни «старики»»: «Современный молодой человек находит старый патефон и пластинку с «Смуглянкой». Он включает ее, и звуки музыки переносят зрителя в сцену из фильма, где летчики поют эту песню. Возвращаемся в настоящее: ветерану, который получает помощь от фонда, доставляют этот патефон. Он улыбается.»

   - **Ключевой визуал (эскиз постера/баннера):** Сделайте набросок и опишите его. Какая композиция, цветовая гамма, шрифты? Как визуал передает связь с фильмом и посыл кампании?
3. **Каналы продвижения и интерактив (10 мин):**
   - Предложите 2-3 ключевых канала для размещения (например, социальные сети с упором на видео, городская наружная реклама, партнерство с кинотеатрами).
   - Придумайте один интерактивный элемент (хэштег кампании, флешмоб, онлайн-акция в соцсетях).

Этап 3: Подготовка к презентации (10 минут)
Подготовьте краткое (на 3-4 минуты) выступление. Ваша задача — не просто рассказать, а донести эмоцию и убедить аудиторию в том, что ваша концепция уважительна, актуальна и эффективна.

Критерии оценки:

Критерий	Балл	Пояснения
Глубина работы с первоисточником и уважение к теме	3	Умение избежать вульгаризации, бережное извлечение ценности из фильма.
Релевантность и социальная ответственность концепции	3	Логичность связи «ценность-бренд-цель», этичность предложенного решения.
Оригинальность и эмоциональная сила креатива	2	Способность найти свежий ход, избегая штампов, и создать эмоциональный отклик.
Качество презентации и проработанность материалов	2	Убедительность защиты, четкость визуализации идеи.
ИТОГО:	**10**	

Перевод баллов в оценку

отлично	хорошо	удовлетворительно	неудовлетворительно
10 баллов	9-8 баллов	7-6 баллов	5 и менее баллов

Практическая работа № 4

Просмотр и анализ телепрограмм (в т.ч. в интернет-архивах), ориентированных на молодежную аудиторию и посвященных актуальным темам (образование, культура, молодежная политика и т.п.)

Цель работы: формирование умений

У1 - использовать знания по истории экранных искусств в профессиональной деятельности;

У2 - выявлять взаимодействие экранных искусств с различными видами искусств

Время выполнения – 2 часа.

Формат работы: Мини-группы (2-3 человека)

Материалы и оборудование:

Ноутбуки/планшеты с доступом в интернет для просмотра программ (YouTube, VK Видео, Rutube и т.д.)

Задание: Выступите в роли аналитиков рекламного агентства. Ваша задача — провести быстрый, но емкий анализ одного из молодежных телевизионных или интернет-шоу и на его основе предложить концепцию рекламной интеграции (продакшн-плейсмента) для конкретного бренда.

ПОРЯДОК ВЫПОЛНЕНИЯ:

Этап 1: Выбор объекта и экспресс-анализ (30 минут)

1. **Выбор программы (5 мин):**
    - Выберите одну программу для анализа из предложенного списка или предложите свою (согласовав с преподавателем).

Примеры: *«Вечерний Ургант» (отдельные рубрики), «Игры разума» (YouTube), «Редакция» (YouTube), «вДудь» (YouTube), «А поговорить?» (Instagram/YouTube), «Культ культуры» (YouTube) и т.п.*

Критерий выбора: программа должна быть посвящена актуальной теме (образование, наука, культура, карьера, социальные проблемы) и ориентирована на аудиторию 16-35 лет.

2. **Анализ контента и аудитории (25 мин):** Просмотрите 1-2 выпуска выбранной программы и заполните аналитическую таблицу:

Аспект анализа	Ваши наблюдения
Целевая аудитория (ЦА) программы	(Возраст, вероятные интересы, социальный статус, цифровые привычки)
Язык и стиль общения	(Формальный/неформальный, использование сленга, юмора, иронии)
Ценности и посылы	Какие идеи продвигает программа? (Например: «Саморазвитие — это круто», «Важно иметь свое мнение», «Культура может быть понятной» и т.д.)
Визуальный ряд и подача	(Динамичный монтаж, камерные съемки, графика, студийный формат)
Формат и интерактив	(Длительность, наличие гостей, взаимодействие со зрителями в соцсетях)

Этап 2: Разработка рекламной интеграции (50 минут)
На основе анализа представьте, что вы — продюсеры этой программы, и к вам обратился бренд для интеграции.

1. **Выбор бренда-партнера (5 мин):**
    - Выберите бренд, релевантный аудитории и тематике программы.
    - **Примеры:** Онлайн-университет (Skypro, GeekBrains), сервис подкастов (Яндекс.Музыка), бренд экологичной одежды, банк с молодежным продуктом (Тинькофф, ВТБ My Money), гаджеты (Xiaomi, Apple).
2. **Концепция продакшн-плейсмента (35 мин):**
    - **Название акции/интеграции:** Придумайте броское название.
    - **Идея интеграции:** Опишите, КАК ИМЕННО бренд будет органично вплетен в контент.

Пример для онлайн-курсов и интервью-шоу:
Неорганично: Ведущий говорит: «Выпуск подготовлен при поддержке N. Учитесь у нас!»
Органично: Герой интервью (например, молодой ученый) рассказывает, как смог сменить профессию с помощью онлайн-курсов N, чтобы заниматься любимым делом. Ведущий задает уточняющие вопросы по процессу обучения.
Сценарий (эскиз): Кратко опишите сцену (на 1-2 минуты эфира), где происходит интеграция. Укажите, что говорит ведущий/гость, какие действия совершает, как демонстрируется продукт.

3. **Дополнительные активности (10 мин):**
    - Предложите идею для поддержки интеграции в соцсетях программы и бренда (конкурс, опрос, уникальный хэштег).

Этап 3: Подготовка к презентации (10 минут)

Подготовьте краткое (на 3-4 минуты) выступление по схеме:

1. Краткий вывод о программе и ее аудитории.
2. Представляем бренд-партнера и обосновываем выбор.
3. Презентуем нашу креативную идею интеграции.

Критерии оценки:

Критерий	Балл	Пояснения
Глубина и точность аналитического этапа	3	Насколько полно и убедительно проанализированы программа и ее ЦА.
Релевантность и органичность интеграции	3	Логичность выбора бренда и креативный подход к его вписыванию в контент.
Практическая применимость и проработанность	2	Реалистичность предложенного сценария, понимание формата.
Качество презентации и аргументации	2	Умение четко и структурированно представить свою стратегию.
ИТОГО:	**10**	

Перевод баллов в оценку

отлично	хорошо	удовлетворительно	неудовлетворительно
10 баллов	9-8 баллов	7-6 баллов	5 и менее баллов

ЛИТЕРАТУРА

Литература:

1. Ильина, Т. В. История искусства: учебник для среднего профессионального образования / Т. В. Ильина. — 2-е изд., стер. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 203 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10779-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/541766 (дата обращения: 14.03.2024).

2. История искусств. Древний мир и Средневековье: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. М. Ванюшкина, С. А. Тихомиров, И. И. Куракина, Л. В. Дмитриева. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 538 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13459-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/540018 (дата обращения: 14.03.2024).

3. Ванюшкина, Л. М. История искусств. Возрождение и Новое время: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. М. Ванюшкина, С. А. Тихомиров, И. И. Куракина. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 484 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13474-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/543788 (дата обращения: 14.03.2024).

Дополнительная литература:

1. Ильина, Т. В. История искусства Западной Европы. От Античности до наших дней: учебник для вузов / Т. В. Ильина, М. С. Фомина. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 401 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12142-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/535469 (дата обращения: 14.03.2024).

2. Ванюшкина, Л. М. История искусств. XIX век: романтизм и реализм: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. М. Ванюшкина, И. И. Куракина, С. А. Тихомиров. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 411 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18987-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/555624 (дата обращения: 14.03.2024).

Электронные образовательные ресурсы:

Сайты, блоги, электронные библиотеки

1. Кино: важнейшее из искусств. [Электронный ресурс]. URL: https://nasledie.digital/articles/kino-vazhnejshee-iz-iskusstv/

2. Анастасия Джулаева. Зарождение кинематографа: галопом по ранней истории [Электронный ресурс]. URL: https://cinetexts.ru/the_emergence_of_cinema

Дополнительная электронная литература/учебные пособия, материалы, статьи

1. Как развивалось цифровое искусство. [Электронный ресурс]. URL: https://theblueprint.ru/culture/specials/pushkinskij-mediaiskusstvo-budushchego

2. Глебова И.С. РАЗВИТИЕ ЭКРАННЫХ ИСКУССТВ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА АУДИОВИЗУАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ (на примере американских киношкол) [Электронный ресурс]. URL: https://gitr.ru/data/events/2018/glebova_13.3.pdf

Видеоматериалы/ виртуальные музеи/интерактивные презентации

1. Мастера кинематографии (о сценаристах, режиссерах и актерах). [Электронный ресурс]. URL: https://kgik1966.ru/content/cms/files/62082.pdf
2. Эволюция кино: как развивалось экранное искусство. [Электронный ресурс]. URL: https://vk.com/video-184397039_456266212

Тренажеры/ тесты/ кейсы/ материал для практикума/ бесплатные онлайн курсы

1. Сократик. Уникальные презентации за минуту онлайн. [Электронный ресурс]. URL: https://sokratic.ru/ru?partner=dir&ybaip=1&yclid=10237542025475915775#lead
2. Тест по разделу «История кино» [Электронный ресурс]. URL: https://oltest.ru/tests/istoriya/istoriya_kino/

ИСТОРИЯ ЭКРАННЫХ ИСКУССТВ

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
по выполнению заданий на практических занятиях

по специальности 42.02.01 Реклама

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

ИСТОРИЯ ЭКРАННЫХ ИСКУССТВ

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
по выполнению самостоятельной работы
для специальности 42.02.01 Реклама

Якутск, 2024

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г.)

Методические указания составлены в соответствии с рабочей программой по дисциплине ОП.03 История экранных искусств

Разработчик: АНО СПО «Цифровой колледж Синергия»

Составитель:
Тырахинов Р.Е., преподаватель

1. Пояснительная записка

Самостоятельная работа студентов является частью работы обучающегося по освоению запланированных результатов обучения по дисциплине ОП.03 История экранных искусств.

Самостоятельная работа направлена на умение работать с источниками, литературой и подготавливает обучающихся к публичным выступлениям.

В результате освоения дисциплины обучающийся **должен**

уметь:

У1 - использовать знания по истории экранных искусств в профессиональной деятельности;

У2 - выявлять взаимодействие экранных искусств с различными видами искусств

знать:

З1 - характерные черты художественных стилей различных исторических эпох;

З2 – особенности стилей экранных искусств;

З3 – творчество наиболее значительных персоналий экранных искусств.

С целью овладения **общими компетенциями** (ОК):

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

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

ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, *использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях*[1];

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и *иностранном языках.*

и **профессиональными компетенциями (ПК):**

ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.

[1] Выделенное курсивом не формируется в рамках данной дисциплины

Критерии оценивания

Уровень подготовки студентов оценивается в баллах: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Критерии оценки

«Отлично» - тема реферата раскрыта, материал интересный, оформление соответствует требованиям, текст доклада сопровождался презентацией/иллюстрациями, время защиты выдержано.

«Хорошо» - тема реферата раскрыта, материал интересный, но подача не достаточна для интереса аудитории или материала много, он не структурирован, оформление соответствует требованиям, текст доклада сопровождался презентацией/иллюстрациями, время защиты выдержано.

«Удовлетворительно» - материал не структурирован, не раскрыты основные вопросы темы, оформление соответствует требованиям, текст доклада без сопровождения презентацией/иллюстрациями, время защиты выдержано.

«неудовлетворительно» - реферат не подготовлен, или не оформлен по требованиям, или время защиты не выдержано, или содержание не соответствует теме.

Время защиты – не более 15 мин.

Перечень тем рефератов/сообщений
по дисциплине ОП.03 История экранных искусств
для специальности 42.02.01 Реклама

1. Специфика киноязыка.
2. Особенности сценарного искусства.
3. Особенности деятельности продюсера.
4. Переход от немого к звуковому кинематографу.
5. Особенности французской «новой волны».
6. Творческая философия Ф.Феллини и И.Бергмана: опыт сопоставления.
7. Режиссерское кино А.Хичкока.
8. Звезды американского кино конца 20 в.
9. Жанры, темы, проблемы американского кино начала 21 в.
10. Становление латиноамериканских кинематографий.
11. Выдающиеся латиноамериканские ленты начала 21 в.
12. Крупнейшие режиссеры африканского кино.
13 Режиссерское кино А. Куросавы.
14. Феномен гонконгского кино.
15. Проблема изображения насилия в современном корейском кинематографе.
16. Взаимодействие кинематографа и театра в конце XIX-начале XX века.
17. Основы теории кино С. Эйзенштейна.
18. Режиссерское кино А. Тарковского.
19. Режиссерское кино Д. Вертова.
20. Проблема гражданской позиции в творчестве документалистов.
21. Этика в документальном кино.
22. Вклад У. Диснея в развитие анимации.
23. Особенности кукольной анимации.
24. Место анимации в современном кинематографе.
25. Телевидение как вид экранных искусств.
26. Документальная драма и современное российское телевидение.
27. Интернет в системе экранных искусств.

План анализа просмотренного фильма по основам драматургии

1.**Описание произведения**. Нужно указать название, режиссёра-постановщика, год съёмки, киностудию. Также можно кратко рассказать об авторе и его творчестве.

2.**Краткий сюжет**. Следует обозначить основные повороты и моменты, при этом не пересказывая всю историю. Достаточно обозначить основной конфликт и главных героев.

3.**Творческий замысел автора и его осуществление**. Нужно описать тему, идею, проблемы, которые поднимает автор. Также стоит указать, в чём особенности режиссёрского замысла и отличие от книги.

4.**Особенности жанра и композиции**. Важно оценить, насколько фильм следует или нарушает жанровые традиции.

5.**Оценка персонажей и актёрской игры**. Нужно описать внутреннюю мотивацию героев, их внутренние и внешние изменения по ходу истории, а также какие эмоции они вызывают

6.**Проблематика произведения, его актуальность и значение**. Также стоит упомянуть, о чём заставляет задуматься фильм и что запомнилось больше всего.

7.**Писательские приёмы и режиссёрские находки**. Можно описать творческие интерпретации, впечатления от оформления сцены, музыкального сопровождения, спецэффектов.

8.**Средства выражения авторского и режиссёрского замысла**.

9.**Личные впечатления**. Нужно описать, совпали ли ожидания с увиденным.

ЛИТЕРАТУРА

Литература:

1. Ильина, Т. В. История искусства: учебник для среднего профессионального образования / Т. В. Ильина. — 2-е изд., стер. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 203 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10779-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/541766 (дата обращения: 14.03.2024).

2. История искусств. Древний мир и Средневековье: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. М. Ванюшкина, С. А. Тихомиров, И. И. Куракина, Л. В. Дмитриева. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 538 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13459-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/540018 (дата обращения: 14.03.2024).

3. Ванюшкина, Л. М. История искусств. Возрождение и Новое время: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. М. Ванюшкина, С. А. Тихомиров, И. И. Куракина. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 484 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13474-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/543788 (дата обращения: 14.03.2024).

Дополнительная литература:

1. Ильина, Т. В. История искусства Западной Европы. От Античности до наших дней: учебник для вузов / Т. В. Ильина, М. С. Фомина. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 401 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12142-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/535469 (дата обращения: 14.03.2024).

2. Ванюшкина, Л. М. История искусств. XIX век: романтизм и реализм: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. М. Ванюшкина, И. И. Куракина, С. А. Тихомиров. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 411 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18987-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/555624 (дата обращения: 14.03.2024).

Электронные образовательные ресурсы:

Сайты, блоги, электронные библиотеки

1. Кино: важнейшее из искусств. [Электронный ресурс]. URL: https://nasledie.digital/articles/kino-vazhnejshee-iz-iskusstv/

2. Анастасия Джулаева. Зарождение кинематографа: галопом по ранней истории [Электронный ресурс]. URL: https://cinetexts.ru/the_emergence_of_cinema

Дополнительная электронная литература/учебные пособия, материалы, статьи

1. Как развивалось цифровое искусство. [Электронный ресурс]. URL: https://theblueprint.ru/culture/specials/pushkinskij-mediaiskusstvo-budushchego

2. Глебова И.С. РАЗВИТИЕ ЭКРАННЫХ ИСКУССТВ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА АУДИОВИЗУАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ (на примере американских киношкол) [Электронный ресурс]. URL: https://gitr.ru/data/events/2018/glebova_13.3.pdf

Видеоматериалы/ виртуальные музеи/интерактивные презентации

1. Мастера кинематографии (о сценаристах, режиссерах и актерах). [Электронный ресурс]. URL: https://kgik1966.ru/content/cms/files/62082.pdf
2. Эволюция кино: как развивалось экранное искусство. [Электронный ресурс]. URL: https://vk.com/video-184397039_456266212

Тренажеры/ тесты/ кейсы/ материал для практикума/ бесплатные онлайн курсы

1. Сократик. Уникальные презентации за минуту онлайн. [Электронный ресурс]. URL: https://sokratic.ru/ru?partner=dir&ybaip=1&yclid=10237542025475915775#lead
2. Тест по разделу «История кино» [Электронный ресурс]. URL: https://oltest.ru/tests/istoriya/istoriya_kino/

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г.)

УТВЕРЖДАЮ
Директор АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»
_____ С.Н.Семенов
«15» 04 2024 г.

Оценочные материалы
для промежуточной аттестации
по дисциплине
ОП.03 История экранных искусств

для специальности 42.02.01 Реклама

Разработчик: Тырахинов Р.Е., преподаватель

Якутск, 2024

1. Пояснительная записка

Оценочные материалы для промежуточной аттестации по дисциплине ОП.03 История экранных искусств предназначены для оценки запланированных результатов освоения дисциплины, общих и профессиональных компетенций обучающихся по специальности *42.02.01 Реклама.*

1.1. Оценка освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины ОП.03 История экранных искусств обучающийся должен

В результате освоения дисциплины обучающийся **должен**

уметь:

$У_1$ - использовать знания по истории экранных искусств в профессиональной деятельности;

$У_2$ - выявлять взаимодействие экранных искусств с различными видами искусств

знать:

$З_1$ - характерные черты художественных стилей различных исторических эпох;

$З_2$ – особенности стилей экранных искусств;

$З_3$ – творчество наиболее значительных персоналий экранных искусств.

С целью овладения **общими компетенциями** (ОК):

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

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

ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, *использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях*[1];

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;

[1] Выделенное курсивом не формируется в рамках данной дисциплины

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и *иностранном языках.*

и **профессиональными компетенциями (ПК):**

ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.

Форма промежуточной аттестации – ***дифференцированный зачет.***

Вид – тестирование + сообщение/реферат по выбранной теме

Критерии оценки сообщения/реферата

«Отлично» - тема реферата раскрыта, материал интересный, оформление соответствует требованиям, текст доклада сопровождался презентацией/иллюстрациями, время защиты выдержано.

«Хорошо» - тема реферата раскрыта, материал интересный, но подача не достаточна для интереса аудитории или материала много, он не структурирован, оформление соответствует требованиям, текст доклада сопровождался презентацией/иллюстрациями, время защиты выдержано.

«Удовлетворительно» - материал не структурирован, не раскрыты основные вопросы темы, оформление соответствует требованиям, текст доклада без сопровождения презентацией/иллюстрациями, время защиты выдержано.

«неудовлетворительно» - реферат не подготовлен, или не оформлен по требованиям, или время защиты не выдержано, или содержание не соответствует теме.

Время защиты – не более 15 мин.

Критерии оценивания теста

Каждый правильный ответ оценивается в 1 балл.
Максимальное количество баллов – 20.

Оценка	Критерии оценивания
«Отлично»	правильное выполнено 20-18 заданий
«Хорошо»	правильное выполнено 17-15 заданий
«Удовлетворительно»	правильное выполнено 14-11 заданий
«Неудовлетворительно»	правильное выполнено 10 и менее заданий.

Автономная некоммерческая организация среднего профессионального образования
«Цифровой колледж «Синергия»

УТВЕРЖДЕНО
Директором АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия» в составе
образовательной программы по специальности *42.02.01 Реклама*

Тест
для промежуточной аттестации
по дисциплине ОП 03. История экранных искусств
для специальности 42.02.01 Реклама

Инструкция

Внимательно прочитайте задания и правильные ответы занесите в бланк ответов.
Блок 1 – Выберите один правильный ответ из предложенных
Блок 2 – Выберите несколько правильных ответов из предложенных
Блок 3 – Установите соответствие
Блок 4 – Установите последовательность действий
Блок 5 – Задание на классификацию
Время выполнения – 40 минут.

Вариант 1

Блок 1. Выберите один правильный ответ из предложенных

1. Датой рождения кинематографа считается:
А) 1875 Б) 1895 В) 1905 Г) 1915

2. Выберите название первого звукового фильма в истории:
А) "Прибытие поезда" Б) "Большой парад"
В) "Певец джаза" Г) "Броненосец «Потёмкин»"

3. К жанрам документального кино не относится:
А) Наблюдение Б) Пропаганда
В) Фэнтези Г) Реконструкция

4. Прародителем современного телевидения является:
А) Театр Б) Радио
В) Кинематограф Г) Фотография

Блок 2. Выберите несколько правильных ответов из предложенных

5. На развитие телевидения повлияли следующие факторы:
А) Развитие технологий радиосвязи
Б) Потребность в развлечениях
В) Государственная пропаганда
Г) Изобретение телефона

6. Перечислите профессии, относящиеся к сфере кинематографа:
А) Сценарист Б) Оператор
В) Композитор Г) Инженер-строитель

7. К советской анимации относятся:
А) "Ёжик в тумане" Б) "Ну, погоди!"
В) "Властелин колец" Г) "Жил-был пёс"

8. Выберите факторы, способствовавшие развитию видеоиндустрии:
А) Появление видеомагнитофонов
Б) Снижение стоимости видеокамер
В) Рост популярности домашних кинотеатров
Г) Отсутствие интереса к кино

Блок 3. Установите соответствие

9. Установите соответствие между этапом кинопроизводства и связанной с ним задачей:

Этап	Задача
А) Пре-продакшн	1) Сборка отснятого материала в единый фильм
Б) Съемки	2) Написание сценария и подбор актеров
В) Монтаж	3) Добавление спецэффектов и звуковое оформление
Г) Пост-продакшн	4) Работа актеров на съемочной площадке

10. Установите соответствие между термином и его определением:

Термин	Определение
А) Монтаж	1) Музыкальное сопровождение фильма
Б) Мизансцена	2) Соединение отдельных кадров в единое целое
В) Саундтрек	3) Искусственно созданные визуальные элементы
Г) Спецэффекты	4) Расположение актеров и декораций в кадре

11. Установите соответствие между жанром и его характеристикой:

Жанр	Характеристика
А) Комедия	1) Вызывает чувство страха и ужаса
Б) Драма	2) Вызывает смех и положительные эмоции
В) Триллер	3) Вызывает напряжение и тревогу
Г) Хоррор	4) Вызывает сочувствие и сопереживание

12. Установите соответствие между изображением плана и названием плана:

Изображение	План
1. 	А) Детальный план
2. 	Б) Средний план
3. 	В) Дальний план

Блок 4. Установите последовательность действий

13. Установите последовательность этапов создания анимационного фильма:

А) Озвучивание
Б) Раскадровка
В) Анимация
Г) Сценарий
Д) Монтаж и пост-продакшн

14. Установите последовательность этапов кинопроизводства:

А) Монтаж
Б) Съемки
В) Постпродакшн
Г) Пре-продакшн
Д) Разработка сценария

15. Установите последовательность развития телевидения:

А) Цифровое телевидение
Б) Механическое телевидение
В) Цветное телевидение
Г) Электронное телевидение
Д) Интерактивное телевидение (IPTV)

16. Установите последовательность композиционного построения:

А) Кульминация
Б) Экспозиция
В) Завязка
Г) Развитие действие
Д) Развязка
Е) Финал

Блок 5. Задание на классификацию

17. Соотнесите понятия из левой колонки с соответствующими категориями в правой колонке:

Категория	Понятие
А) Жанры кино Б) Типы анимации	1) Комедия 2) Драма 3) Рисованная 4) Кукольная 5) Фантастика

18. Соотнесите понятия из левой колонки с соответствующими категориями в правой колонке:

Категория	Понятие
А) Виды экранного искусства Б) Элементы киноязыка	1) Телевидение 2) Кинематограф 3) План 4) Ракурс 5) Видеоигры

19. Соотнесите понятия из левой колонки с соответствующими категориями в правой колонке:

Категория	Понятие
А) Немой кинематограф Б) Звуковое кино	1) "Прибытие поезда на вокзал Ла-Сьота" 2) "Поющие под дождем" 3) "Броненосец «Потемкин»" 4) "Золотая лихорадка" 5) "Джазовый певец"

20. Соотнесите понятия из левой колонки с соответствующими категориями в правой колонке:

Категория	Понятие
А) Анимация Б) Кино с живыми актерами	1) "Белоснежка и семь гномов" 2) "Крестный отец" 3) "Акира" 4) "Гражданин Кейн" 5) "Унесенные призраками"

Автономная некоммерческая организация среднего профессионального образования
«Цифровой колледж «Синергия»

УТВЕРЖДЕНО
Директором АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия» в составе образовательной программы по специальности *42.02.01 Реклама*

Тест
для промежуточной аттестации
по дисциплине ОП 03. История экранных искусств
для специальности 42.02.01 Реклама

Инструкция

Внимательно прочитайте задания и правильные ответы занесите в бланк ответов.
Блок 1 – Выберите один правильный ответ из предложенных
Блок 2 – Выберите несколько правильных ответов из предложенных
Блок 3 – Установите соответствие
Блок 4 – Установите последовательность действий
Блок 5 – Задание на классификацию
Время выполнения – 40 минут.

Вариант 2

Блок 1. Выберите один правильный ответ из предложенных

1. К игровому кинематографу из перечисленных жанров не относится:
А) Драма Б) Комедия
В) Документальный фильм Г) Триллер

2. Датой рождения кинематографа является:
А) 1875 Б) 1895 В) 1905 Г) 1915

3. Прародителем современного телевидения является:
А) Театр Б) Радио
В) Кинематограф Г) Фотография

4. Выберите профессию, отвечающую за создание визуальных эффектов в кино и видеоиграх:
А) Сценарист Б) Композитор
В) VFX-художник Г) Оператор

Блок 2. Выберите несколько правильных ответов из предложенных

5. К эпохе "оттепели" в советском кинематографе относятся следующие из перечисленных фильмов:
А) "Летят журавли"
Б) "Броненосец «Потёмкин»"
В) "Иваново детство"
Г) "Кавказская пленница, или Новые приключения Шурика"

6. Для документального кино характерны особенности:
А) Использование актерской игры
Б) Стремление к объективности
В) Фиксация реальности
Г) Постановочные сцены

7. Выберите виды контента, характерные для современной видеоиндустрии:
А) Музыкальные клипы
Б) Корпоративные фильмы
В) Рекламные ролики
Г) Только художественные фильмы

8. Для профессии мультипликатора важны навыки:
А) Знание истории искусств
Б) Умение рисовать
В) Знание программного обеспечения для анимации
Г) Навыки монтажа

Блок 3. Установите соответствие

9. Установите соответствие между термином и его определением:

Термин	Определение
А) Монтаж	1) Музыкальное сопровождение фильма
Б) Мизансцена	2) Соединение отдельных кадров в единое целое
В) Саундтрек	3) Искусственно созданные визуальные элементы
Г) Спецэффекты	4) Расположение актеров и декораций в кадре

10. Установите соответствие между этапом развития кинематографа и его характерной чертой:

Этап	Характеристика
А) Эпоха немого кино	1) Использование приемов "авторского кино" и отказ от традиционных нарративов
Б) Появление звукового кино	2) Изобретение новых технологий для создания визуальных эффектов
В) "Новая волна" во французском кинематографе	3) Использование титров и музыкального сопровождения
Г) Развитие компьютерной графики	4) Революция в кинопроизводстве, расширение возможностей выразительности

11. Установите соответствие между типом анимации и её примером:

Тип анимации	Пример
А) Кукольная анимация	1) "Падал прошлогодний снег"
Б) Рисованная анимация	2) "История игрушек"
В) Пластилиновая анимация	3) "Ёжик в тумане"
Г) Компьютерная анимация	4) "Жил-был пёс"

12. Установите соответствие между изображением плана и названием плана:

Изображение	План
1. 	А) Детальный план
2. 	Б) Средний план
3. 	В) Дальний план

Блок 4. Установите последовательность действий

13. Установите последовательность этапов создания анимационного фильма:

А) Раскадровка
Б) Озвучивание
В) Создание персонажей
Г) Монтаж
Д) Анимация

14. Установите последовательность этапов создания телевизионной программы:

А) Съемки
Б) Разработка концепции
В) Монтаж
Г) Подготовка сценария
Д) Постпродакшн

15. Установите последовательность этапов создания визуального эффекта для фильма:

А) Композитинг
Б) Моделирование
В) Рендеринг
Г) Съемка на площадке
Д) Текстурирование

16. Установите последовательность композиционного построения:

А) Кульминация
Б) Экспозиция
В) Завязка
Г) Развитие действие

Д) Развязка
Ж)Финал

Блок 5. Задание на классификацию

17. Соотнесите понятия из левой колонки с соответствующими категориями в правой колонке:

Категория	Понятие
А) Виды экранного искусства Б) Элементы киноязыка	1) Телевидение 2) Кинематограф 3) План 4) Ракурс 5) Видеоигры

18. Соотнесите фильмы из левой колонки с соответствующими категориями в правой колонке:

Категория	Фильм
А) Авторское кино Б) Коммерческое кино	1) "Криминальное чтиво" 2) "8 ½" 3) "Назад в будущее" 4) "Зеркало" 5) "Аватар"

19. Соотнесите понятия из левой колонки с соответствующими категориями в правой колонке:

Категория	Понятие
А) Немое кино Б) Звуковое кино	1) Титры 2) Синхронная речь 3) Оркестровая музыка 4) Межкадровые надписи 5) Шумовое оформление

1.2. Сформированность компетенций обучающихся

В результате освоения дисциплины ОП.03 История экранных искусств обучающийся должен показать также и сформированность общих компетенций:

Результат (общие компетенции)	**Основные показатели**
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам	- самостоятельно организует свою деятельность по выданным заданиям - умеет оценить свои возможности для выполнения поставленных целей, задач, заданий по дисциплине
02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	- осуществляет поиск информации в сети Интернет и различных электронных носителях - извлекает информацию с электронных носителей - использует средства ИТ для обработки и хранения информации - представляет информацию в различных формах с использованием разнообразного программного обеспечения - создает презентации в различных формах
ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, *использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях*;	- берет на себя ответственность за принятое решение/совершенный поступок - ответственно выполняет разовые/постоянные поручения в группе - может спрогнозировать результат - умеет оценить свои действия, поступки и проанализировать их
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;	- устанавливает позитивный стиль общения - выбирает стиль общения в соответствии с ситуацией - признает чужое мнение - при необходимости отстаивает собственное мнение - принимает критику - ведет деловую беседу в соответствии с этическими нормами - соблюдает официальный стиль при оформлении документов - составляет отчеты, задания в соответствии с запросом и предъявляемыми требованиями - оформляет документы в соответствии с нормативными актами - выполняет письменные и устные рекомендации преподавателя - способен к эмпатии - организует коллективное обсуждение рабочей ситуации
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на	- умеет передавать информацию другому человеку - способен правильно формулировать свои мысли в

государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	устной и письменной формах - способен оценить уровень своих знаний по дисциплине
ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и *иностранном* языках	- осуществлять эффективный поиск необходимой информации в российских и зарубежных источниках: нормативно-правовой документации, стандартов, научных публикации, технической документации; - уметь анализировать, систематизировать и применять в профессиональной деятельности информацию, содержащуюся в документации профессиональной области.

Критерии сформированности

2 балла - компетенция проявляется постоянно в полной мере (сформирована полностью);
1 балл - компетенция проявляется иногда или неполностью (частично сформирована);
0 баллов - компетенция не проявляется (не сформирована).

Оценка ***профессиональных компетенций (ПК)*** происходит через освоенные знания и умения:

Результат (профессиональные компетенции)	**Основные показатели**
ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.	**уметь:** $У_1$ - использовать знания по истории экранных искусств в профессиональной деятельности; $У_2$ - выявлять взаимодействие экранных искусств с различными видами искусств **знать:** $З_1$ - характерные черты художественных стилей различных исторических эпох; $З_2$ – особенности стилей экранных искусств; $З_3$ – творчество наиболее значительных персоналий экранных искусств.

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.04. Рекламная деятельность

для специальности 42.02.01 Реклама

Якутск, 2024

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г.)

УТВЕРЖДАЮ
Директор АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»
_____ С.Н.Семенов
«15» 04 2024 г.

Рабочая программа дисциплины ОП.04. Рекламная деятельность разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (далее – ФГОС СПО) по *специальности 42.02.01 Реклама,* утвержденного приказом Минпросвещения России от 21.07.2023 г. № 552 (зарегистрирован в Минюсте РФ 22.08.2023 № 74908)

Организация-разработчик: АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»

Составитель:
Шадрина Т.В., преподаватель

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Паспорт рабочей программы дисциплины 4

2. Структура и содержание дисциплины 7

3. Условия реализации рабочей программы дисциплины 11

4. Контроль и оценка результатов освоения дисциплины 14

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.04. РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

1.1. Область применения программы

Рабочая программа дисциплины ОП.04. Рекламная деятельность является частью основной профессиональной образовательной программы СПО – программы подготовки специалистов среднего звена по *специальности 42.02.01 Реклама***,** входящей в состав укрупненной группы специальностей *42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело*.

.

1.2 Место дисциплины в структуре образовательной программы:

Дисциплина ОП.04. Рекламная деятельность является обязательной дисциплиной социально-гуманитарного цикла учебного цикла.

1.3. Требования к результатам освоения дисциплины:

В результате освоения дисциплины обучающийся **должен**

уметь:

$У_1$ - анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части;

$У_2$ - выбирать рекламные коммуникативные технологии применительно к конкретной ситуации;

$У_3$ - разрабатывать и применять средства рекламы;

$У_4$ - планировать рекламные мероприятия на предприятии;

знать:

$З_1$ - цели, задачи, функции, направления рекламной деятельности;

$З_2$ - виды рекламы и эффективное их применение на предприятии;

$З_3$ - методы и способы организации рекламы на предприятиях;

$З_4$ - основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте;

с целью овладения **общими компетенциями (ОК)**:

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.

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

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

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команд

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.

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

и профессиональными компетенциями (ПК):

ПК 1.1. Определять целевую аудиторию и целевые группы.

ПК 1.2. Проводить анализ объема рынка.

ПК 1.3. Проводить анализ конкурентов.

ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

ПК 2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

ПК 2.2. Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

ПК 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.

ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.

ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.

ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.

ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.

ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.

1.4. Количество часов на освоение рабочей программы дисциплины:

Объем дисциплины – 114 часов, в том числе

в форме практической подготовки – 62 часа

включает:

объем работы обучающегося во взаимодействии с преподавателем – 96 часов, в том числе

практические занятия – 62 часа;

самостоятельная работа обучающегося – 12 часов

Обязательная часть рабочей программы составляет – 96 часов, вариативная часть – 18 часов

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Объем дисциплины (всего)	**114**
в том числе:	
в форме практической подготовки	62
Объем работы обучающегося во взаимодействии с преподавателем	**96**
в том числе:	
практические занятия	62
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	**12**
в том числе: подготовка к практическим занятиям, работа с учебной литературой подготовка к промежуточной аттестации	 6 6
Промежуточная аттестация	**6**

2.2. Формы промежуточной аттестации

1 семестр – экзамен

2.2. Тематический план и содержание дисциплины ОП.04. Рекламная деятельность

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся		Объем часов	В т.ч. практической подготовки	Формируемые компетенции
Тема 1. История развития, сущность, принципы	*Содержание учебного материала*		*11*	*4*	
	1	Зарождение рекламы в Древнем мире. Понятие проторекламы. Основные причины появления рекламы в древнем мире. Основные средства проторекламы (устные коммуникации, вывески, граффити, Элементы зарождающегося фирменного стиля). Реклама в средние века. Влияние экономических, политических, культурных предпосылок на спад коммерческих коммуникаций в средние века. Влияние цеховой организации труда ремесленников на развитие рекламы. Вербальные коммуникации и персональная продажа как основные средства установления связей с потребителями. Роль ярмарок в формировании системы коммерческих коммуникаций в период средневековья. Влияние изобретения книгопечатания на количественное и качественное развитие рекламы.	2		ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 06
	2	Реклама в странах Западной Европы и США период Нового времени (XVII-XVIII вв.). Влияние развития книгопечатания на развитие рекламы. Основные средства рекламы в данный период: реклама в прессе, печатная реклама, наружная реклама и др. Первые рекламные агентства, особенности их функционирования. Развитие рекламной деятельности в странах Западной Европы и США в XIX – I-ой половине XX вв. Влияние промышленного переворота в странах Западной Европы на развитие рекламы. Расширение форм коммерческих коммуникаций: выставки, прямые продажи, паблисити и пр. Формирование общенациональной и международной рекламы. Формирование системы законодательного регулирования рекламы в 19в.	2		
	3	Дореволюционная российская реклама. Основные этапы развития отечественной печатной рекламы в 18-19 вв. Основные средства коммерческих коммуникаций этого периода (прямая продажа, словесная реклама, вывески, ярмарки). Первое рекламное агентство в России. Фирменный стиль российских производителей, особенности формирования. Законодательное регулирование рекламной деятельности в России. Реклама советского периода (1917-1991 гг.). Основные причины свертывания коммерческой рекламы после Октябрьской революции 1917г. Первые советские декреты, относящиеся к рекламе. Достижения в жанре	2		

		рекламного плаката. Период НЭП - «золотой век» советской рекламы. Работы известных поэтов и художников в сфере рекламного творчества. Реклама в период Великой отечественной войны 1941- 1945 гг. Особенности послевоенной рекламы. Реклама в 50-60-е годы и 70-80-е годы. Экономическая реформа и ее отражение на развитии рекламы.			
	Практические занятия		**4**	*4*	ОК 01-ОК 06, ПК 1.1 – ПК 1.3
	4-5	**Практическое занятие № 1.** Реклама советского периода			
	Самостоятельная работа студентов:		**1**		
	Подготовка к практическому занятию № 1				ОК 01 - ОК 03, ОК 05, ОК 06, ПК 1.1 – ПК 1.3
Тема 2. Понятие рекламы	*Содержание учебного материала*		*13*	*8*	
	1	Понятие рекламы. Основные субъекты рекламного рынка (рекламодатель, рекламопроизводитель, рекламораспространитель, рекламополучатель). Реклама и общество. Роль и значение рекламы в современных условиях. Функции рекламы: экономическая, социальная, политическая, идеологическая, образовательная, эстетическая, психологическая. Цели и общие требования к рекламе. Виды рекламы: коммерческая, социальная, политическая. Другие виды рекламы. Критерии классификации; задачи рекламы; предмет рекламы, географический признак; канал распространения рекламы; способ воздействия; период жизненного цикла товара; методика целевого воздействия; характер воздействия на потребителя и др. Реклама и теория коммуникаций. Понятие коммуникации. Социальная коммуникация. Виды социальной коммуникации. Основные функции социальной коммуникации, (информационная, экспрессивная, прагматическая). Реклама как социальная коммуникация. Коммуникационные характеристики рекламы. Схема рекламной коммуникации, ее основные элементы (отправитель, система кодирования, фильтры, канал коммуникации, обращение, посредник, система декодирования, получатель, ответная реакция, обратная связь).	2		ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 06, ПК 1.1 – ПК 1.4, ПК 2.1- ПК 2.2, ПК 3.1 – ПК 3.3 ПК 4.1-ПК 4.3
	2	Нормативная база рекламной деятельности. Федеральный закон от 13 марта 2006 г. N 38-ФЗ "О рекламе"	2		
	Практические занятия		**8**		ОК 01- 06, ПК 1.1 – ПК 1.4, ПК 2.1- ПК 2.2,
	3	**Практическое занятие № 2.** Рекламный процесс и его принципиальная схема			
	4	**Практическое занятие № 3.** Реклама в различных социальных сферах		8	

		общества			ПК 3.1 – ПК 3.3 ПК 4.1-ПК 4.3
	5	**Практическое занятие № 4.** Нормативная база рекламной деятельности			
	6	**Практическое занятие № 5.** Применение Кодекса в рекламе товаров, услуг, благ в корпоративной рекламе.			
	Самостоятельная работа студентов:		**1**		ОК 01- 06, ПК 1.1 – ПК 1.4, ПК 2.1- ПК 2.2, ПК 3.1 – ПК 3.3 ПК 4.1-ПК 4.3
	Анализ рекламного наполнения «глянцевых» изданий с целью определения вида социальных ролей и поведенческих моделей, пропагандируемые этими изданиями.				
Тема 3. Рекламодатель, его роль в организации рекламного процесса	*Содержание учебного материала*		*9*	*4*	
	1	Рекламодатель как участник рекламного процесса. Функции рекламодателя в рекламном процессе (источник информации, заказчик рекламы, финансирование, контроль). Основные типы рекламодателей (общенациональные, местные). Варианты организации рекламной деятельности рекламодателя (рекламист по совместительству, собственная рекламная служба, услуги рекламного агентства). Достоинства и недостатки каждого вида организации рекламной деятельности. Организационная структура рекламной службы (отдела) рекламодателя. Факторы, влияющие на организацию рекламной службы. Централизованная и децентрализованная организация рекламной службы рекламодателя, особенности организации. Типы децентрализованной рекламной службы (функциональная, товарная, региональная, рыночная (или сегментная)). Определение рекламопроизводителя (рекламного агентства). Основные задачи рекламного агентства (этап планирования и консультирования, этап создания рекламного продукта, этап реализации плана рекламной кампании).	2		ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 06, ПК 1.1 – ПК 1.4, ПК 2.1- ПК 2.2, ПК 3.1 – ПК 3.3 ПК 4.1-ПК 4.3
	2	Классификация рекламных агентств (РА). Критерии классификации: по размеру, по характеру выполняемой работы, по географическому признаку, организационному критерию, по TL-критерию. Организационная структура РА. Варианты организации РА маркетинговому принципу (функциональная, товарная, рыночная, товарно-функциональная). Основные подразделения РА полного цикла (отдел по работе с клиентами, творческий отдел, медийный отдел, производственный отдел, вспомогательные подразделения). Характеристики основных подразделений рекламного агентства. Кадровый	2		

		состав агентства. Маркетинговые составляющие деятельности РА (товарная политика, сбытовая политика). Финансовая основа работы РА (комиссионные, гонорары, почасовая оплата, комбинированный тип оплаты, выплата дополнительных комиссионных (бонусы)). Количественные и качественные характеристики деятельности РА.			
	Практические занятия		**4**	4	ОК 01- 06, ПК 1.1 – ПК 1.4, ПК 2.1- ПК 2.2, ПК 3.1 – ПК 3.3 ПК 4.1-ПК 4.3
	3-4	**Практическое занятие № 6.** Рекламный процесс: участники, составляющие, их взаимодействие			
	Самостоятельная работа студентов:		**1**		ОК 01- 06, ПК 1.1 – ПК 1.4, ПК 2.1- ПК 2.2, ПК 3.1 – ПК 3.3 ПК 4.1-ПК 4.3
	Подготовка презентации по текущему состоянию городского/регионального рынка рекламных сегментов.				
Тема 4 Современные рекламные стратегии	*Содержание учебного материала*		*4*	*2*	
	1	Понятие рекламной стратегии и творческой рекламной стратегии. Типы творческих рекламных стратегий: стратегии рационалистического (родовая стратегия, стратегия преимуществ, уникальное торговое предложение, стратегия позиционирования), стратегии проекционного типа (имидж марки, стратегия «резонанс», аффективная стратегия).	2		ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 06, ПК 1.1 – ПК 1.4, ПК 2.1- ПК 2.2, ПК 3.1 – ПК 3.3 ПК 4.1-ПК 4.3
	Практические занятия		**2**	2	ОК 01- 06, ПК 1.1 – ПК 1.4, ПК 2.1- ПК 2.2, ПК 3.1 – ПК 3.3 ПК 4.1-ПК 4.3
	2	**Практическое занятие № 7.** Разработка рекламного обращения (с использование различных типов рекламных стратегий)			
Тема 5. Основные средства (каналы) распространения рекламы	*Содержание учебного материала*		*11*	*6*	
	1	Основные средства распространения рекламы: реклама в прессе, печатная реклама, экранная реклама, реклама на радио, наружная реклама, реклама в Интернет, реклама на транспорте, и пр. Основные критерии выбора оптимальных средств распространения рекламы. Реклама в прессе. Классификация прессы. Газеты, журналы, справочники как основные носители рекламы. Характеристики периодических изданий с позиций рекламоносителя. Преимущества и недостатки рекламы в прессе. Печатная (полиграфическая) реклама. Основные носители печатной рекламы	2		ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 06, ПК 1.1 – ПК 1.4, ПК 2.1- ПК 2.2, ПК 3.1 – ПК 3.3 ПК 4.1-ПК 4.3

		(листовка, плакат, буклет, каталог, проспект, открытка, календарь и др.). Преимущества и недостатки печатной рекламы.			
	2	Экранная реклама. Реклама в кино. Телевизионная реклама. Классификация рекламных роликов. Критерии классификации: жанровое исполнение (игровые, натурные, анимационные, графические ролики); типы сюжетов (информационные или описательные, благополучно-сентиментальные, парадоксальные или шоковые); время трансляции (блиц-ролик, развернутый ролик) и др. Преимущества и недостатки экранной рекламы. Реклама на радио. Виды рекламы на радио (радио-объявления, радио-ролики, радиожурналы, радиорепортажи). Достоинства и недостатки рекламы на радио. Наружная реклама. Основные носители наружной рекламы (рекламные щиты, вывески ни остановках, панно на зданиях, пространственные конструкции, транспаранты-растяжки, бегущая строка жидкокристаллические экраны и пр.). Преимущества и недостатки наружной рекламы. Реклама на транспорте. Основные носители. Достоинства и недостатки. Интернет-реклама. Основные носители интернет-рекламы (баннеры, электронная почта, web-сайты, web-страницы). Основные характеристики медиаканала. Достоинства и недостатки интернет-рекламы. Сувенирная реклама. Основные носители (календари, изделия с надпечаткой, деловые подарки).	2		
	Практические занятия		**6**	6	ОК 01- 06, ПК 1.1 – ПК 1.4, ПК 2.1- ПК 2.2, ПК 3.1 – ПК 3.3 ПК 4.1-ПК 4.3
	3-4	**Практическое занятие № 8.** Структура рекламного текста. Разработка содержания рекламного текста			
	5	**Практическое занятие № 9.** Детская реклама			
	Самостоятельная работа студентов:		**1**		ОК 01- 06, ПК 1.1 – ПК 1.4, ПК 2.1- ПК 2.2, ПК 3.1 – ПК 3.3 ПК 4.1-ПК 4.3
	Подбор информации для выполнения практического занятия № 9				
Тема 6. Планирование рекламной кампании	*Содержание учебного материала*		*7*	*4*	
	1	Понятие рекламной кампании. Цели рекламных кампаний. Классификация рекламных кампаний (по объекту рекламы; маркетинговым целям; по срокам проведения; по географии проведения; по целевой аудитории; по интенсивности воздействия и пр.).	2		ОК 01, ОК 02,

		Основные этапы планирования рекламной кампании (ситуационный анализ рекламодателя; постановка целей и задач рекламной кампании; стратегическое планирование рекламной кампании; тактическое планирование проведения рекламной кампании; планирование контроля и эффективности рекламной кампании). Понятие рекламного бюджета. Основные факторы, определяющие объем рекламных затрат. Распределение рекламного бюджета по статьям. Методы формирования рекламного бюджета (метод «процент от объема продаж», метод остаточного принципа, метод конкурентного паритета, метод Шроера, метод поставленных целей и задач, метод прогнозирования рекламного бюджета на основе экспертных оценок).			ОК 05, ОК 06, ПК 1.1 – ПК 1.4, ПК 2.1- ПК 2.2, ПК 3.1 – ПК 3.3 ПК 4.1-ПК 4.3
	Практические занятия		**4**	4	
	2	**Практическое занятие № 10.** Форма, стиль и характер рекламного обращения			
	3	**Практическое занятие № 11.** Использование эмоций при разработке рекламного обращения			
	Самостоятельная работа		**1**		ОК 01- 06, ПК 1.1 – ПК 1.4, ПК 2.1- ПК 2.2, ПК 3.1 – ПК 3.3 ПК 4.1-ПК 4.3
	Создание новой рекламы на основе существующей.				
Тема 7. Регулирование рекламной деятельности	*Содержание учебного материала*		*12*	*10*	
	1	Основные субъекты внешнего контроля рекламной деятельности организаций (потребители, общественные организации, государство). Потребитель, его роль в регулировании рекламной деятельности. Консъюмеризм как движение граждан за права покупателей. Саморегулирование рекламной деятельности. Общественные организации, регулирующие рекламную деятельность в России. Опыт саморегулирования рекламной деятельности в других развитых странах. Государственное регулирование рекламной деятельности. Объекты государственного регулирования рекламы. Законодательная база регулирования рекламной деятельности в России. Рекламное законодательство в других странах.	2		ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 06, ПК 1.1 – ПК 1.4, ПК 2.1- ПК 2.2, ПК 3.1 – ПК 3.3 ПК 4.1-ПК 4.3
	Практические занятия		**10**	10	ОК 01- 06, ПК 1.1 – ПК 1.4, ПК 2.1- ПК 2.2, ПК 3.1 – ПК 3.3 ПК 4.1-ПК 4.3
	2-5	**Практическое занятие № 12.** Особенности разработки рекламного обращения в зависимости от канала распространения рекламы			
	6	**Практическое занятие № 13.** Разработка рекламного обращения Интернет-рекламы			

Тема 8. Система маркетинговых коммуникаций как элемент комплекса маркетинга	*Содержание учебного материала*		*9*	4	
	1	Понятие системы маркетинговых коммуникаций (СМК). Цели СМК. Основные адресаты СМК (сотрудники данной фирмы; целевой рынок, маркетинговые посредники, поставщики, Контактные аудитории, органы государственного управления). Структура СМК: основные и вспомогательные средства маркетинговых коммуникаций (реклама; директ-маркетинг; сейлз-промоушн; паблик рилейшнз; брендинг; выстаски и ярмарки; спонсорство; интегрированные маркетинговые коммуникации в местах продажи). Понятие прямого маркетинга. Основные коммуникационные характеристики директ-маркетинга (ДМ). Основные коммуникационные цели. Основные формы прямого маркетинга (личная продажа, директ-мейл маркетинг, телемаркетинг, каталог-маркетинг, телефон-маркетинг, интернет-маркетинг и пр.). Основные этапы проведения традиционной директ-маркетинговой кампании.	2		ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 06, ПК 1.1 – ПК 1.4, ПК 2.1- ПК 2.2, ПК 3.1 – ПК 3.3 ПК 4.1-ПК 4.3
	2	Понятие ПР. Задачи, реализуемые с помощью приемов ПР. Основные черты ПР. Управление, манипулирование общественным сознанием. Цели, задачи функции ПР.	2		
	Практические занятия		**4**	4	ОК 01- 06, ПК 1.1 – ПК 1.4, ПК 2.1- ПК 2.2, ПК 3.1 – ПК 3.3 ПК 4.1-ПК 4.3
	3-4	**Практическое занятие № 14.** Особенности разработки наружной и транзитной рекламы.			
	Самостоятельная работа		**1**		ОК 01- 06, ПК 1.1 – ПК 1.4, ПК 2.1- ПК 2.2, ПК 3.1 – ПК 3.3 ПК 4.1-ПК 4.3
	Разработка текста рекламного обращения для товаров (на выбор).				
Тема 9. Брендинг как элемент маркетинговых коммуникаций	*Содержание учебного материала*		*10*	*8*	
	1	Понятие фирменного стиля, бренда, брендинга. Роль фирменного стиля в деятельности фирмы. Понятие бренда, основные характеристики бренда. Основные маркетинговые цели, решаемые с помощью технологий брендинга. Основные элементы фирменного стиля (товарный знак, логотип, фирменный блок, слоган, фирменный цвет, фирменный комплект шрифтов, корпоративный герой, постоянный коммуникант, пр.). Основные носители элементов фирменного стиля.	2		ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 06, ПК 1.1 – ПК 1.4, ПК 2.1- ПК 2.2, ПК 3.1 – ПК 3.3 ПК 4.1-ПК 4.3

		Разработка и регистрация товарного знака (ТЗ). Основные документы, регулирующие разработку и регистрацию ТЗ.			
	Практические занятия		**8**	8	ОК 01- 06, ПК 1.1 – ПК 1.4, ПК 2.1- ПК 2.2, ПК 3.1 – ПК 3.3 ПК 4.1-ПК 4.3
	2-3	**Практическое занятие № 15.** Разработка товарного знака			
	4-5	**Практическое занятие № 16.** Оценка эффективности рекламного продукта			
Тема 10. Спонсорство как элемент маркетинговых коммуникаций	*Содержание учебного материала*		*6*	*4*	
	1	Понятие спонсорства. Коммуникационные характеристики спонсорства. Основные направления спонсорства в зависимости от типа целевой аудитории (целевой рынок, общественное мнение, собственный персонал фирмы). Коммуникационные задачи спонсоринга в зависимости от типа целевой аудитории. Основные сферы реализации спонсорских проектов (спорт, искусство и культура, социальная сфера). Спонсорство в области спорта, его особенности. Факторы, влияющие на эффективность спонсоринга в области спорта. Взаимные обязательства спонсора и реципиента. Варианты выбора субсидируемой стороны (спортивные коллективы, отдельные спортсмены, спортивные мероприятия). Спонсорство в области искусства и культуры. Причины привлекательности спонсорства в данной сфере. Варианты субсидируемой стороны. Взаимные обязательства участников договора спонсоринга. Спонсорство в социальной сфере. Причины относительной непривлекательности спонсорства в данной сфере. Основные сферы приложения спонсорских ресурсов.	2		ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 06, ПК 1.1 – ПК 1.4, ПК 2.1- ПК 2.2, ПК 3.1 – ПК 3.3 ПК 4.1-ПК 4.3
	Практические занятия		**4**	4	ОК 01- 06, ПК 1.1 – ПК 1.4, ПК 2.1- ПК 2.2, ПК 3.1 – ПК 3.3 ПК 4.1-ПК 4.3
	2	**Практическое занятие № 17.** Разработка спонсорского пакета для проведения мероприятия			
	3	**Практическое занятие № 18.** Разработка рекламы спонсорского проекта (спорт, искусство и культура, социальная сфера)			
Тема 11. Выставки и ярмарки как элемент	*Содержание учебного материала*		*10*	*8*	
	1	Понятие ярмарок и выставок. Основные типы ярмарок и выставок. Процесс организации выставки. Основные этапы подготовки и проведения выставок и ярмарок.	2		ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 06, ПК 1.1 – ПК 1.4,

маркетинговых коммуникаций		Основные руководящие органы выставки (организационный комитет, научно-технический центр, коммерческий центр, пресс-центр), их функции и задачи в процессе организации выставок. Процесс участия фирмы в работе выставки, основные этапы. Задачи, решаемые в процессе участия фирмы в выставках и ярмарках.			ПК 2.1- ПК 2.2, ПК 3.1 – ПК 3.3 ПК 4.1-ПК 4.3
	Практические занятия		**8**	8	ОК 01- 06, ПК 1.1 – ПК 1.4, ПК 2.1- ПК 2.2, ПК 3.1 – ПК 3.3 ПК 4.1-ПК 4.3
	2	**Практическое занятие № 19.** Разработка рекламной кампании оптовой торговли			
	3	**Практическое занятие № 20.** Разработка Дня открытых дверей (на примере любой компании)			
	4-5	**Практическое занятие № 21.** Разработка рекламной кампании выставки (для предприятия/компании) или ярмарки			
	Самостоятельная работа		**6**		ОК 01- 06, ПК 1.1 – ПК 1.4, ПК 2.1- ПК 2.2, ПК 3.1 – ПК 3.3 ПК 4.1-ПК 4.3
	Подготовка к промежуточной аттестации				
		Экзамен	**6**		
		ВСЕГО по ОП.04:	**114**	*62*	

2.3. Вариативные часы дисциплины

№ п/п	Наименование темы	Объем часов	Примечание
1	Самостоятельная работа	12	для закрепления знаний и умений
2	Промежуточная аттестация	6	для проверки запланированных результатов
	ИТОГО:	**18**	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Материально-техническое обеспечение

Реализация рабочей программы дисциплины проходит в лаборатории информатики информационных технологий, компьютерного дизайна и компьютерной графики.

Оборудование лаборатории:

- Персональный компьютер в сборе (Процессор: Intel Core I7-10700 Оперативная память: 32gb DDR4 3200 Mhz Накопитель: 1024GB ssd NVME PCI-E 4.0 Видеокарта: RTX3060 12GB) – 30 шт.
- Графические планшеты – 30 шт.
- Короткофокусный проектор Optoma X309ST - 1 шт.
- Стол ученический Классик двухместный регулируемый, №4-6 СУР А.02.46 проект НМ-035.04.02 – 12 шт.
- Стул ученический Стандарт, №4-6 СТУР А 02.46.Ф проект НМ-035.30.02 – 12 шт.
- Учебная маркерная доска белая – 1 шт

3.2. Учебно-методическое обеспечение

По дисциплине ОП.04. Рекламная деятельность разработана учебно-методическая документация:

- рабочая программа дисциплины;
- оценочные материалы;
- методические указания по выполнению заданий практических занятий;
- методические указания по выполнению самостоятельной работы.

3.3. Информационное обеспечение обучения

Нормативные акты:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть первая: федер. закон № 51-ФЗ от 21.10.1994г.
2. Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 "О защите прав потребителей"
3. Закон РСФСР от 22.03.1991 N 948-1 "О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках",
4. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе»

Учебная литература:

1. Староверова К. О. Рекламная деятельность : учебное пособие для среднего профессионального образования / К. О. Староверова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 74 с. — (Профессиональное образование). —

ISBN 978-5-534-16473-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/531211 (дата обращения: 12.01.2024).

Дополнительная литература

1. Семенова Л. М. Маркетинг в рекламе. Имиджбилдинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. М. Семенова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 141 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11529-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/517793 (дата обращения: 10.03.2024).

Электронные образовательные ресурсы:

Сайты, блоги, электронные библиотеки

1. Журнал «Реклама. Теория и практика» [Электронный ресурс]. URL: http:// www.vsetrening.ru/magazine/grebennikov-advertising-practice/ -
2. Официальный сайт журнала Индустрия рекламы. [Электронный ресурс]. URL: http:// www.ir-magazine.ru
3. Официальный сайт журнала Практики рекламы. [Электронный ресурс]. URL: http:// www.prosmi.ru/magazine/practic

Дополнительная электронная литература/учебные пособия, материалы, статьи

1. *Жильцова, О. Н.* Рекламная деятельность : учебник для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 200 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19127-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/561023

Видеоматериалы/ виртуальные музеи/интерактивные презентации

1. 12 типов видеороликов для продвижения продукта в сети [Электронный ресурс]. URL: https://blog.click.ru/growthhacking/12-tipov-videorolikov-dlya-prodvizheniya-produkta-v-seti/

Тренажеры/ тесты/ кейсы/ материал для практикума/ бесплатные онлайн курсы

1. Дом знаний. Тесты онлайн. Базовые аспекты рекламы как вида деятельности [Электронный ресурс]. URL: https://domznaniya.ru/tests/15663/

4 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка освоения запланированных результатов по дисциплине осуществляется преподавателем в процессе текущего контроля знаний, проверки выполнения заданий практических занятий и самостоятельной работы, а также во время промежуточной аттестации.

Оценка качества подготовки обучающихся осуществляется через оценку знаний, умений по дисциплине и сформированность компетенций.

Результаты обучения (знания, умения)	**Формы и методы контроля и оценки результатов обучения**	
	Текущий контроль	**Промежуточная аттестация**
уметь:		
$У_1$ - анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; $У_2$ - выбирать рекламные коммуникативные технологии применительно к конкретной ситуации; $У_3$ - разрабатывать и применять средства рекламы; $У_4$ - планировать рекламные мероприятия на предприятии;	- оценка выполнения заданий на практических занятиях; - оценка выполнения самостоятельной работы	- дифференцированный зачет
знать:		
$З_1$ - цели, задачи, функции, направления рекламной деятельности	- оценка выполнения заданий на практических занятиях; - устный опрос; - оценка выполнения заданий самостоятельной работы	- дифференцированный зачет
$З_2$ - виды рекламы и эффективное их применение на предприятии		
$З_3$ - методы и способы организации рекламы на предприятиях		
$З_4$ - основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте		

Оценка ***общих компетенций (ОК)***:

Результат (общие компетенции)	*Основные показатели*
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	- самостоятельно организует свою деятельность по выданным заданиям - умеет оценить свои возможности для выполнения поставленных целей, задач, заданий по дисциплине
ОК 02. Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности	- осуществляет поиск информации в сети Интернет и различных электронных носителях - извлекает информацию с электронных носителей - использует средства ИТ для обработки и хранения информации - представляет информацию в различных формах с использованием разнообразного программного обеспечения - создает презентации в различных формах
ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	- аккуратно ведет записи в учебных тетрадях - самостоятельно организует свою деятельность по выданным заданиям - проявляет стремление к приобретению новых знаний - участвует в мероприятиях, способствующих карьерному росту - владеет навыками самоорганизации и применяет их в учебной деятельности - умеет оценить свои возможности для выполнения поставленных целей, задач, заданий по дисциплине
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	- устанавливает позитивный стиль общения - выбирает стиль общения в соответствии с ситуацией - признает чужое мнение - при необходимости отстаивает собственное мнение - принимает критику - ведет деловую беседу в соответствии с этическими нормами - соблюдает официальный стиль при оформлении документов - составляет отчеты, задания в соответствии с запросом и предъявляемыми требованиями - оформляет документы в соответствии с нормативными актами - выполняет письменные и устные рекомендации преподавателя - способен к эмпатии - организует коллективное обсуждение рабочей ситуации
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	- умеет передавать информацию другому человеку - способен правильно формулировать свои мысли в устной и письменной формах - способен оценить уровень своих знаний по дисциплине
ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию,	- ведет деловую беседу в соответствии с этическими нормами

демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения.	- признает чужое мнение - способен к эмпатии - не обманывает - старается выполнять задания сам, не прибегая к помощи других

Оценка ***профессиональных компетенций (ПК)*** происходит через освоенные знания и умения.

Критерии и методы оценки освоения запланированных результатов дисциплины отражены в оценочных материалах.

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
по выполнению самостоятельной работы
для специальности 42.02.01 Реклама

Якутск, 2024

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г.)

Методические указания составлены в соответствии с рабочей программой по дисциплине ОП.04. Рекламная деятельность

Разработчик: АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»

Составитель:
Шадрина Т.В., преподаватель

1. Пояснительная записка

Самостоятельная работа студентов является одной из форм работы по дисциплине ОП.04. Рекламная деятельность.

Дисциплина ОП.04. Рекламная деятельность является дисциплиной обязательной дисциплиной общепрофессионального цикла и изучается в течение одного семестра.

В результате освоения дисциплины обучающийся **должен**

уметь:

$У_1$ - анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части;

$У_2$ - выбирать рекламные коммуникативные технологии применительно к конкретной ситуации;

$У_3$ - разрабатывать и применять средства рекламы;

$У_4$ - планировать рекламные мероприятия на предприятии;

знать:

$З_1$ - цели, задачи, функции, направления рекламной деятельности;

$З_2$ - виды рекламы и эффективное их применение на предприятии;

$З_3$ - методы и способы организации рекламы на предприятиях;

$З_4$ - основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте;

с целью овладения **общими компетенциями (ОК)**:

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.

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

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

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команд

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.

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

и профессиональными компетенциями (ПК):

ПК 1.1. Определять целевую аудиторию и целевые группы.

ПК 1.2. Проводить анализ объема рынка.

ПК 1.3. Проводить анализ конкурентов.

ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

ПК 2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

ПК 2.2. Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

ПК 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.

ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.

ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.

ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.

ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.

ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.

Самостоятельная работа направлена на закрепление знаний и умений по дисциплине и для подготовки к промежуточной аттестации в форме экзамена

2. Содержание самостоятельной работы

Тема 1. История развития, сущность, принципы

Цель: для закрепления знаний

$З_1$ - цели, задачи, функции, направления рекламной деятельности

и формирования умений

$У_1$ - анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части

Литература: Основная и дополнительная

Количество часов – 1 час

ВИДЫ РАБОТ

1. Подготовка (подбор материала) для практического занятия № 1 «Реклама советского периода»

Практическое занятие будет проходить по следующему плану:

План

1. Понятие агитационно-массового искусства и предпосылки его возникновения.
2. Концепция конструктивизма и особенности графики конструктивизма.
3. Характер рекламы в период НЭПа.
4. В. Маяковский и «Окна РОСТА» как специфическое явление в рекламе 1920-х годов.
5. Рекламная графика 1920-х годов. Эксперименты в рекламе А. Родченко и Э. Лисицкого.

НЕОБХОДИМО

Найти в сети Интернет рекламные плакаты В.В.Маяковского «Окна РОСТА», а также изображения рекламной графики А.Родченко и Э. Лисицкого.

***2*. Ответьте на контрольные вопросы:**

1) Чем была вызвана необходимость появления агитационно-массового искусства?

2) Каким образом происходил процесс формирования советского торгового рекламного плаката?

3) Каковы особенности советского конструктивистского рекламного плаката?

4) С именами каких известных художников связано понятие «конструктивистского плаката»?

Тема 2. Понятие рекламы

Цель: для закрепления знаний

$З_1$ - цели, задачи, функции, направления рекламной деятельности;

$З_2$ - виды рекламы и эффективное их применение на предприятии

и формирования умений

$У_1$ - анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части

$У_2$ - выбирать рекламные коммуникативные технологии применительно к конкретной ситуации;

Литература: Основная и дополнительная

Количество часов – 1 час

ВИДЫ РАБОТ

ЗАДАНИЕ.

Проанализируйте рекламное наполнение «глянцевых» изданий, ориентированных на мужскую и женскую аудиторию, и определите виды социальных ролей и поведенческих моделей, пропагандируемые этими изданиями. На основе полученных выводов составьте общие «портреты» идеального мужчины и идеальной женщины, пропагандируемые рекламой.

Сделайте вывод, на какие жизненные стратегии индивида оказывает влияние реклама? Доклады проиллюстрируйте примерами рекламных обращений.

Тема 3. Рекламодатель, его роль в организации рекламного процесса

Цель: для закрепления знаний

$З_1$ - цели, задачи, функции, направления рекламной деятельности;

$З_2$ - виды рекламы и эффективное их применение на предприятии;

$З_4$ - основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте

и формирования умений

$У_1$ - анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части

Литература: Основная и дополнительная

Количество часов – 1 час

ВИДЫ РАБОТ

ЗАДАНИЕ.

Проведите мониторинг регионального/городского рынка рекламы и подготовьте презентацию по текущему состоянию следующих рыночных сегментов:

- агентств полного цикла,
- медиасселлеров и
- медиабайеров,
- рекламно-производственных компаний в сфере наружной и печатной рекламы,
- фотостудий
- видеостудий,
- исследовательских компаний.

Требования к презентации

1 слайд – 1 сегмент

1. Стиль оформления: единый стиль, избегайте стилей, которые будут отвлекать от презентации.
2. Фон: выбирайте более холодные тона (синий, зелёный), фон слайдов должен быть одинаковым, чтобы не отвлекать внимание от содержания.
3. Использование цвета: на одном слайде рекомендуется использовать не более трёх цветов: один для фона, один для заголовков, один для текста.
4. Использование эффектных приёмов: используйте возможности компьютерной анимации для представления информации на слайде.
5. Правила использования графической информации: графика должна органично дополнять текстовую информацию или передавать её в более наглядном виде.

Тема 5. Основные средства (каналы) распространения рекламы

Цель: для закрепления знаний

$З_2$ - виды рекламы и эффективное их применение на предприятии;

$З_3$ - методы и способы организации рекламы на предприятиях;

и формирования умений

$У_1$ - анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части

$У_3$ - разрабатывать и применять средства рекламы

Литература: Основная и дополнительная

Количество часов – 1 час

ВИДЫ РАБОТ

1. Подготовка (подбор материала) для практического занятия № 9 «Детская реклама»

Практическое занятие будет проходить по следующему плану:

План

1. Понятие, сущность и основы организации рекламы для детей.
2. Правила и ограничения, используемые в детской рекламе.

НЕОБХОДИМО

Найти в сети Интернет примеры рекламы для детей.

Тема 6. Планирование рекламной кампании

Цель: для закрепления знаний

$З_2$ - виды рекламы и эффективное их применение на предприятии;

$З_3$ - методы и способы организации рекламы на предприятиях;

и формирования умений

$У_1$ - анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части

$У_3$ - разрабатывать и применять средства рекламы

$У_4$ - планировать рекламные мероприятия на предприятии

Литература: Основная и дополнительная

Количество часов – 1 час

ВИДЫ РАБОТ

Создание новой рекламы на основе существующей.

Найдите рекламу в газете или журнале, которая, по вашему мнению, безвкусна и непривлекательна.

Перепишите ее в духе а) «твердой» продажи, б) «мягкой» продажи.

Тема 8. Система маркетинговых коммуникаций как элемент комплекса маркетинга

Цель: для закрепления знаний

$З_2$ - виды рекламы и эффективное их применение на предприятии;

$З_3$ - методы и способы организации рекламы на предприятиях;

и формирования умений

$У_1$ - анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части

$У_3$ - разрабатывать и применять средства рекламы

Литература: Основная и дополнительная

Количество часов – 1 час

ВИДЫ РАБОТ

Разработка текста рекламного обращения для следующих товаров: деревянные игрушки, надувные матрасы, экзотические животные, ремонт бытовой техники, канцелярские товары (на выбор).

Самостоятельная работа
для подготовки к промежуточной аттестации в форме экзамена

Вид – по билетам.

Обучающийся отвечает на 1 вопрос и выполняет анализ представленной рекламы, выбранной случайным образом.

Количество билетов - 32

Критерии оценивания

Уровень подготовки студентов оценивается в баллах: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Общая оценка за экзамен – среднее арифметическое за ответ на 2 вопроса билета.

Критерии оценки за анализ рекламного текста

«Отлично» - анализ проведен правильно, без ошибок, план анализа аргументирован и полностью раскрыт

«Хорошо» - анализ проведен правильно, но неполный, план анализа аргументы приведены не на все пункты плана, но в целом без ошибок.

«Удовлетворительно» - анализ проведен с ошибками или неполностью даны ответы на пункты плана, аргументы не достаточны или отсутствуют по 2-3 пунктам.

«неудовлетворительно» - анализ проведен неправильно или выбранные аргументы не раскрывают цель данного рекламного текста.

Критерии оценки устного ответа

«Отлично» - дан полный ответ на поставленный вопрос, приведены примеры, речь без ошибок, текст обучающимся был рассказан, а не прочитан.

«Хорошо» - дан полный ответ на поставленный вопрос, приведены примеры, речь без ошибок или встречались оговорки, текст обучающимся был рассказан, но он постоянно обращался к своим записям.

«Удовлетворительно» - дан неполный ответ на поставленный вопрос, приведены примеры или примеры отсутствовали, в речи присутствовали ошибки или оговорки профессиональных терминов, текст обучающимся был зачитан.

«неудовлетворительно» - обучающийся не смог дать точный ответ на поставленный вопрос.

Перечень экзаменационных вопросов
для промежуточной аттестации
по дисциплине ОП.04 Рекламная деятельность
для специальности 42.02.01 Реклама

1.Сущность, цели и задачи рекламы.
2.Классификация средств рекламы.
3.Исторические вехи развития рекламы.
5.Организация взаимоотношений участников рекламного процесса.
6.Основные виды рекламы.
7.Основные требования, предъявляемые к рекламе. Понятие и классификация ненадлежащей рекламы.
8.Целевые аудитории в рекламной деятельности.
9.Офферы в рекламе. Формулы
10.Роль и задачи социальной рекламы
11.PR – сходство и отличие от рекламы.
12.Организация и планирование рекламной кампании.
13. Реклама у блогеров. Оценка эффективности. Метрики
14. Уникальное торговое предложение в рекламе. Формулы
15. Современные рекламные стратегии. Медиапланирование
16.Фирменный стиль рекламодателя и основные элементы бренда.
17. Основные принципы рекламного обращения. Триггеры.
18. 2Gis как рекламный канал, достоинства и недостатки
19. Маркировка рекламы в РФ. Основные элементы
20.Реклама в прессе – достоинства и недостатки как средства рекламы.
21.Виды наружной рекламы – достоинства и недостатки как средства рекламы.
22. ТВ реклама – характеристика, достоинства и недостатки.
23.Достоинства и область применения радио как средства рекламы.
24. Основные критерии выбора оптимальных средств распространения рекламы.
25.Реклама в Интернете, достоинства и недостатки как средства рекламы.
26.Правовое регулирование рекламы. Органы госконтроля
27. Понятие рекламного бюджета. Основные факторы, определяющие объем рекламных затрат. Распределение рекламного бюджета по статьям
28. Основные метрики для оценки эффективности рекламы
29. Медиапотребление в России по данным исследования Mediascope – как выглядят рекламные каналы рынка России в 2024 г.
30. Интернет потребление в России: где находится целевая аудитория в 2024 году.

Перечень экзаменационных практических заданий
для промежуточной аттестации
по дисциплине ОП.04 Рекламная деятельность
для специальности 42.02.01 Реклама

1. Провести анализ рекламного текста* по следующему плану:
   - название текста;
   - подзаголовок;
   - основной текст;
   - рекомендации;
   - слоган.

**Примеры рекламного теста преподавателем предоставляются на экзамене отдельными документами или видео, аудиозаписями.*

ТЕСТ для самопроверки

Выберите один правильный ответ

1.Какой компонент является обязательным при составлении печатной рекламы?

А. Слоган; Б. Заголовок;
В. Основной рекламный текст; Г. Эхо-фраза.

2. В основе этого вида рекламного текста лежит агитация в пользу товара на основе логической или образной аргументации. Построен на сравнении с другими товарами

А. Информирующий; Б. Побуждающий; В. Воодушевляющий;
Г. Убеждающий.

3. Реклама, в которой аргументация представлена в виде поэтапного действия называется:

А. Инструктирующая; Б. Реклама –диалог; В. Сравнительная.

4. Это «выражение или предложение, поставленное в конце текста печатного объявления, которое повторяет (дословно или по смыслу) главную часть основного мотива в объявлении»:

А. Заголовок; Б. Слоган; В. Эхо-фраза.

5. Что включает в себя интонация?

А. Диапазон Б. Ритм В. Все ответы верны

6. Иноязычные инкрустации образуются при помощи…

А. Транскрипция Б. Аллитерация В. Все ответы верны

7. Приём звуковой выразительности, повторение однородных гласных звуков, это…

А. Аллитерация Б. Ассонанс В. Ономатопея

8. Выразительное художественное определение это:

А. Метафора; Б. Эпитет; В. Антитеза; Г. Контаминация.

9. Синонимы, сближающиеся по значению в условиях одного контекста

А. Стилевые; Б. Контекстуальные;
В. Семантические; Г. Смысловые.

10. Группа слов, состоящая из нескольких синонимов, называется:

А. Градация; Б. Ключевые слова;
В. Синонимический ряд; Г. Антитеза.

Вставьте пропущенное слово

11. _____ – это рекламная фраза, в сжатом виде излагающая основное рекламное предложение.

12. В _____ развивается аргументация, посредством которой доказывается истинность заголовка и целесообразность его применения.

13. _____ – один из наиболее часто используемых стилистических приемов, в которых сопоставляются сродные представления, предметы и явления с целью объяснения одного другим.

14. Рифма – особый вид _____звукового повтора, созвучие в окончании двух или нескольких слов.

15. Графон – умышленное искажение _____нормы, отражающее индивидуальные или диалектные нарушения нормы фонетической.

16. Звукоподражание – слово, которое служит для имитации звуков окружающей действительности _____языка.

17. Синонимы – слова, _____ по значению, но _____ по звучанию.

18. Паронимы – это _____ слова, близкие по звучанию, но не совпадающие в значениях.

19. Фразеологизм – это _____ сочетания слов, обладающие _____ значением, которые, в отличии от обычных словосочетаний не создаются в процессе речи, а воспроизводятся.

Определить тип слогана:

20. «Ваша киска купила бы Вискас».

21.«Бери от жизни всё», «Аромат, который сближает».

22. «Ноутбуки Sharp. Новая формула успеха»

ЛИТЕРАТУРА

Нормативные акты:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть первая: федер. закон № 51-ФЗ от 21.10.1994г.
2. Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 "О защите прав потребителей"
3. Закон РСФСР от 22.03.1991 N 948-1 "О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках",
4. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе»

Учебная литература:

1. Староверова К. О. Рекламная деятельность : учебное пособие для среднего профессионального образования / К. О. Староверова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 74 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16473-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/531211 (дата обращения: 12.01.2024).

Дополнительная литература

1. Семенова Л. М. Маркетинг в рекламе. Имиджбилдинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. М. Семенова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 141 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11529-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/517793 (дата обращения: 10.03.2024).

Электронные образовательные ресурсы:

Сайты, блоги, электронные библиотеки

1. Журнал «Реклама. Теория и практика» [Электронный ресурс]. URL: http:// www.vsetrening.ru/magazine/grebennikov-advertising-practice/ -
2. Официальный сайт журнала Индустрия рекламы. [Электронный ресурс]. URL: http:// www.ir-magazine.ru
3. Официальный сайт журнала Практики рекламы. [Электронный ресурс]. URL: http:// www.prosmi.ru/magazine/practic

Дополнительная электронная литература/учебные пособия, материалы, статьи

1. *Жильцова, О. Н.* Рекламная деятельность : учебник для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 200 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19127-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/561023

Видеоматериалы/ виртуальные музеи/интерактивные презентации

1. 12 типов видеороликов для продвижения продукта в сети [Электронный ресурс]. URL: https://blog.click.ru/growthhacking/12-tipov-videorolikov-dlya-prodvizheniya-produkta-v-seti/

Тренажеры/ тесты/ кейсы/ материал для практикума/ бесплатные онлайн курсы

1. Дом знаний. Тесты онлайн. Базовые аспекты рекламы как вида деятельности [Электронный ресурс]. URL: https://domznaniya.ru/tests/15663/

РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
по выполнению самостоятельной работы
для специальности 42.02.01 Реклама

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г.)

УТВЕРЖДАЮ
Директор АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»
_____ С.Н.Семенов
«15» 04 2024 г.

Оценочные материалы
для промежуточной аттестации
по дисциплине
ОП.04 Рекламная деятельность

для специальности 42.02.01 Реклама

Разработчик:
Шадрина Т.В., преподаватель АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»

Якутск, 2024

1. Пояснительная записка

Оценочные материалы для промежуточной аттестации по дисциплине ОП.04 Рекламная деятельность предназначены для оценки запланированных результатов освоения дисциплины, общих и профессиональных компетенций обучающихся по специальности *42.02.01 Реклама.*

1.1. Оценка освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины ОП.04 Рекламная деятельность обучающийся **должен**

уметь:

$У_1$ - анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части;

$У_2$ - выбирать рекламные коммуникативные технологии применительно к конкретной ситуации;

$У_3$ - разрабатывать и применять средства рекламы;

$У_4$ - планировать рекламные мероприятия на предприятии;

знать:

$З_1$ - цели, задачи, функции, направления рекламной деятельности;

$З_2$ - виды рекламы и эффективное их применение на предприятии;

$З_3$ - методы и способы организации рекламы на предприятиях;

$З_4$ - основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте;

с целью овладения **общими компетенциями** (ОК):

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.

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

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

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команд

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.

ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации

межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения.

и профессиональными компетенциями (ПК):

ПК 1.1. Определять целевую аудиторию и целевые группы.

ПК 1.2. Проводить анализ объема рынка.

ПК 1.3. Проводить анализ конкурентов.

ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

ПК 2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

ПК 2.2. Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

ПК 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.

ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.

ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.

ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.

ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.

ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.

Форма промежуточной аттестации – ***экзамен.***

Вид – по билетам.

Обучающийся отвечает на 1 вопрос и выполняет анализ представленной рекламы, выбранной случайным образом.

Количество билетов - 30

Критерии оценивания

Уровень подготовки студентов оценивается в баллах: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Общая оценка за экзамен – среднее арифметическое за ответ на 2 вопроса билета.

Критерии оценки за анализ рекламного текста

«Отлично» - анализ проведен правильно, без ошибок, план анализа аргументирован и полностью раскрыт

«Хорошо» - анализ проведен правильно, но неполный, план анализа аргументы приведены не на все пункты плана, но в целом без ошибок.

«Удовлетворительно» - анализ проведен с ошибками или неполностью даны ответы на пункты плана, аргументы не достаточны или отсутствуют по 2-3 пунктам.

«неудовлетворительно» - анализ проведен неправильно или выбранные аргументы не раскрывают цель данного рекламного текста.

Критерии оценки устного ответа

«Отлично» - дан полный ответ на поставленный вопрос, приведены примеры, речь без ошибок, текст обучающимся был рассказан, а не прочитан.

«Хорошо» - дан полный ответ на поставленный вопрос, приведены примеры, речь без ошибок или встречались оговорки, текст обучающимся был рассказан, но он постоянно обращался к своим записям.

«Удовлетворительно» - дан неполный ответ на поставленный вопрос, приведены примеры или примеры отсутствовали, в речи присутствовали ошибки или оговорки профессиональных терминов, текст обучающимся был зачитан.

«неудовлетворительно» - обучающийся не смог дать точный ответ на поставленный вопрос.

Для повышения оценки, полученной во время промежуточной аттестации, обучающийся выполняет тест.

Каждый тест состоит из 20 вопросов и имеет 2 варианта.

Время выполнения задания – 40 мин.

Вариант теста состоит из блоков:

Блок 1 – Выберите один правильный ответ

Блок 2 – Выберите несколько правильных ответов из предложенных

Блок 3 – Установите соответствие

Блок 4 – Установите последовательность действий

Блок 5 – Задание на классификацию

Критерии оценивания теста

Каждый правильный ответ оценивается в 1 балл.

Максимальное количество баллов – 20.

Оценка	Критерии оценивания
«Отлично»	правильное выполнено 20-18 заданий
«Хорошо»	правильное выполнено 17-15 заданий
«Удовлетворительно»	правильное выполнено 14-11 заданий
«Неудовлетворительно»	правильное выполнено 10 и менее заданий.

Перечень экзаменационных вопросов

для промежуточной аттестации

по дисциплине ОП.04 Рекламная деятельность

1.Сущность, цели и задачи рекламы.

2.Классификация средств рекламы.

3.Исторические вехи развития рекламы.

5.Организация взаимоотношений участников рекламного процесса.

6.Основные виды рекламы.

7.Основные требования, предъявляемые к рекламе. Понятие и классификация ненадлежащей рекламы.

8.Целевые аудитории в рекламной деятельности.

9.Офферы в рекламе. Формулы

10.Роль и задачи социальной рекламы

11.PR – сходство и отличие от рекламы.

12.Организация и планирование рекламной кампании.

13. Реклама у блогеров. Оценка эффективности. Метрики

14. Уникальное торговое предложение в рекламе. Формулы

15. Современные рекламные стратегии. Медиапланирование

16.Фирменный стиль рекламодателя и основные элементы бренда.

17. Основные принципы рекламного обращения. Триггеры.

18. 2Gis как рекламный канал, достоинства и недостатки

19. Маркировка рекламы в РФ. Основные элементы

20.Реклама в прессе – достоинства и недостатки как средства рекламы.

21.Виды наружной рекламы – достоинства и недостатки как средства рекламы.

22. ТВ реклама – характеристика, достоинства и недостатки.

23.Достоинства и область применения радио как средства рекламы.

24. Основные критерии выбора оптимальных средств распространения рекламы.

25.Реклама в Интернете, достоинства и недостатки как средства рекламы.

26.Правовое регулирование рекламы. Органы госконтроля

27. Понятие рекламного бюджета. Основные факторы, определяющие объем рекламных затрат. Распределение рекламного бюджета по статьям

28. Основные метрики для оценки эффективности рекламы

29. Медиапотребление в России по данным исследования Mediascope – как выглядят рекламные каналы рынка России в 2024 г.

30. Интернет потребление в России: где находится целевая аудитория в 2024 году.

Перечень экзаменационных практических заданий

для промежуточной аттестации

по дисциплине ОП.04 Рекламная деятельность

для специальности 42.02.01 Реклама

1. Подготовить рекламную стратегию для одного из следующих рекламодателей:
   - Магазин обуви;
   - Компания, оказывающая услуги B-t-B;
   - Салон красоты;
   - Оптовый магазин;
   - Салон тату.

Автономная некоммерческая организация среднего профессионального образования
«Цифровой колледж «Синергия»

УТВЕРЖДЕНО
директором колледжа в составе образовательной
программы по специальности *42.02.01 Реклама*

Тест
для промежуточной аттестации
по дисциплине ОП 04. Рекламная деятельность

Инструкция

Внимательно прочитайте задания и правильные ответы занесите в бланк ответов.
Блок 1 – Выберите один правильный ответ из предложенных
Блок 2 – Выберите несколько правильных ответов из предложенных
Блок 3 – Установите соответствие
Блок 4 – Установите последовательность действий
Блок 5 – Задание на классификацию
Время выполнения – 40 минут.

Вариант 1

Блок 1. Выберите один правильный ответ из предложенных

1. Основной целью рекламной деятельности является:
А. Увеличение производственных мощностей
Б. Формирование спроса и стимулирование сбыта
В. Сокращение издержек производства
Г. Улучшение условий труда сотрудников

2. Выберите вид рекламы, который считается наиболее массовым:
А. Наружная реклама
Б. Реклама в прессе
В. Телевизионная реклама
Г. Интернет-реклама

3. «Целевая аудитория» в рекламе — это...
А. Все потенциальные потребители товара
Б. Группа людей, на которую направлено рекламное сообщение
В. Сотрудники рекламного агентства
Г. Конкуренты рекламируемого товара

4. Показатель, наиболее важный для оценки эффективности рекламной кампании:
А. Количество показов рекламного сообщения
Б. Узнаваемость бренда
В. Объем рекламного бюджета
Г. Количество креативных идей

Блок 2. Выберите несколько правильных ответов из предложенных

5. В интернет-маркетинге используются инструменты:
А. Контекстная реклама
Б. E-mail маркетинг
В. Радиореклама
Г. SMM (маркетинг в социальных сетях)
Д. BTL-акции

6. На выбор рекламного носителя влияют следующие факторы:
А. Бюджет рекламной кампании
Б. Особенности целевой аудитории
В. Креативная концепция рекламного сообщения
Г. Личные предпочтения рекламодателя

7. Видами стимулирования сбыта являются:
А. Скидки и купоны
Б. Конкурсы и лотереи
В. Бонусные программы
Г. Public Relations (PR)

8. В структуру рекламного сообщения входят:
А. Слоган
Б. Изображение
В. Текст
Г. Логотип

Блок 3. Установите соответствие

9. Установите соответствие между видом рекламы и ее характеристикой:

Вид рекламы	Характеристика
1. Наружная реклама	А) Размещение видеороликов в телеэфире
2. Реклама в прессе	Б) Размещение информации на улице
3. Телевизионная реклама	В) Размещение информации в сети Интернет
4. Интернет-реклама	Г) Размещение информации в газетах и журналах

10. Установите соответствие между этапом рекламной кампании и его содержанием:

Этап	Содержание
1. Анализ рынка	А) Изучение конкурентов и целевой аудитории
2. Планирование	Б) Определение целей и задач рекламной кампании
3. Реализация	В) Анализ результатов и корректировка стратегии
4. Оценка эффективности	Г) Размещение рекламы на выбранных носителях

11. Установите соответствие между видом PR-акции и ее примером:

Вид PR-акции	Пример
1. Пресс-конференция	А) Оказание помощи нуждающимся от имени компании
2. Благотворительная акция	Б) Финансовая поддержка мероприятия или организации
3. Спонсорство	В) Управление репутацией компании в сложной ситуации
4. Кризисный PR	Г) Встреча с журналистами для объявления важной информации

12. Установите соответствие между понятием и его определением:

Понятие	Определение
1. Бренд	А) Уникальное торговое предложение
2. Логотип	Б) Узнаваемый образ компании или продукта
3. Слоган	В) Графическое изображение бренда
4. УТП	Г) Краткий рекламный девиз

Блок 4. Установите последовательность действий

13. Установите последовательность этапов разработки рекламной кампании:

А. Выбор рекламных носителей
Б. Анализ рынка
В. Оценка эффективности
Г. Разработка креативной концепции
Д. Размещение рекламы
Е. Определение целей и задач

14. Установите последовательность действий при проведении PR-акции:

А. Оценка результатов
Б. Определение целей и задач
В. Подготовка материалов для СМИ
Г. Разработка плана PR-акции
Д. Проведение PR-акции

15. Установите последовательность действий при разработке слогана:

А. Анализ целевой аудитории
Б. Тестирование слогана
В. Генерация идей слогана
Г. Определение ключевых преимуществ продукта
Д. Выбор лучшего варианта

16. Установите последовательность действий при разработке дизайна рекламного макета:

А. Создание макета
Б. Разработка концепции
В. Подготовка к печати
Г. Подбор изображений
Д. Утверждение макета

Блок 5. Задание на классификацию

17. Распределите примеры согласно их типу рекламы:

Тип рекламы	Пример
А) Печатная реклама Б) Электронная реклама	1) Баннерная реклама 2) Рекламные листовки 3) Контекстная реклама 4) Реклама в журналах 5) Email-маркетинг

18. Распределите примеры согласно их типу рекламы:

Тип рекламы	Пример
А) Таргетированная реклама Б) Массовая реклама	1) Реклама, показываемая всем зрителям телеканала 2) Реклама, показываемая пользователям, интересующимся спортом 3) Реклама в газете, распространяемой по всему городу 4) Реклама, показываемая женщинам в возрасте 25-35 лет 5) Реклама на билбордах вдоль оживленной трассы

19. Распределите примеры согласно их типу рекламы:

Тип рекламы	Пример
А) Реклама, увеличивающая узнаваемость бренда Б) Реклама, стимулирующая продажи	1) Реклама, содержащая призыв к действию (купи сейчас!) 2) Реклама, показывающая логотип и слоган бренда 3) Реклама, предлагающая скидку или акцию 4) Реклама, рассказывающая об истории бренда 5) Реклама, формирующая положительный имидж бренда

20. :

20. Распределите примеры согласно их типу рекламы

Тип рекламы	Пример		
А) Вирусная реклама Б) Обычная реклама	1) Рекламный ролик, который активно пересылают друг другу 2) Рекламный баннер на сайте 3) Видео, которое быстро набирает популярность в сети 4) Реклама в журнале 5) Ролик, который пользователи добровольно распространяют		

Автономная некоммерческая организация среднего профессионального образования
«Цифровой колледж «Синергия»

УТВЕРЖДЕНО
директором колледжа в составе образовательной
программы по специальности *42.02.01 Реклама*

Тест
для промежуточной аттестации
по дисциплине ОП 04. Рекламная деятельность

Инструкция

Внимательно прочитайте задания и правильные ответы занесите в бланк ответов.
Блок 1 – Выберите один правильный ответ из предложенных
Блок 2 – Выберите несколько правильных ответов из предложенных
Блок 3 – Установите соответствие
Блок 4 – Установите последовательность действий
Блок 5 – Задание на классификацию
Время выполнения – 40 минут.

Вариант 2

Блок 1. Выберите один правильный ответ из предложенных

1. Основной целью рекламной деятельности является:
А. Увеличение производственных мощностей.
Б. Формирование спроса и стимулирование сбыта товаров и услуг.
В. Снижение себестоимости продукции.
Г. Улучшение условий труда работников.

2. На создание имиджа компании направлен следующий вид рекламы:
А. Прямая реклама.
Б. Стимулирующая реклама.
В. Институциональная реклама.
Г. Сравнительная реклама.

3. Слоган — это...
А. Краткое графическое изображение бренда.
Б. Короткая, запоминающаяся фраза, выражающая основную идею рекламной кампании.
В. Подробное описание характеристик товара.
Г. Список конкурентов на рынке.

4. К интернет-маркетингу относится следующий из перечисленных каналов коммуникации:
А. POS-материалы.
Б. Баннеры
В. Телевизионная реклама.
Г. Реклама в социальных сетях.

Блок 2. Выберите несколько правильных ответов из предложенных

5. Выберите элементы структуры рекламного обращения:
А. Заголовок.
Б. Основной текст.
В. Иллюстрация.
Г. Цена товара.
Д. Контактная информация.

6. Выберите виды рекламных агентств:
А. Полного цикла.
Б. Специализированные.
В. Внутренние (in-house).
Г. Государственные.
Д. Благотворительные.

7. На выбор рекламных средств влияют следующие факторы:
А. Целевая аудитория.
Б. Бюджет рекламной кампании.
В. Цели рекламной кампании.
Г. Количество сотрудников компании.
Д. Сезонность продаж.

8. Выберите методы стимулирования сбыта, используемые в рекламе:
А. Скидки и купоны
Б. Конкурсы и лотереи.
В. Бонусные программы.
Г. Личные продажи.

Блок 3. Установите соответствие

9. Установите соответствие между видом рекламы и его определением:

Вид рекламы	Определение
А) Наружная реклама	1) Реклама, транслируемая по радиоканалам.
Б) Реклама в прессе	2) Реклама, размещаемая на улицах, дорогах и других общественных местах.
В) Интернет-реклама	3) Реклама, размещаемая в газетах, журналах и других печатных изданиях.
Г) Радиореклама	4) Реклама, размещаемая в сети Интернет.

10. Установите соответствие между этапом рекламной кампании и его содержанием:

Этап	Содержание
А) Анализ рынка	1) Определение целевой аудитории и конкурентной среды.
Б) Планирование	2) Измерение результатов рекламной кампании и их анализи.
В) Реализация	3) Проведение рекламных мероприятий.
Г) Оценка эффективности	4) Разработка стратегии и тактики рекламной кампании

11. Установите соответствие между понятием и его определением:

Понятие	Определение
А) Бренд	1) Группа потребителей, на которую направлена рекламная кампания.
Б) Позиционирование	2) Комплекс представлений, ассоциаций и ожиданий, связанных с товаром или услугой.
В) Целевая аудитория	3) Процесс выбора и планирования каналов коммуникации для размещения рекламы.
Г) Медиапланирование	4) Процесс определения места товара или услуги в сознании потребителей относительно конкурентов.

12. Установите соответствие между стратегией рекламного сообщения и ее характеристикой:

Стратегия	Характеристика
А) Рациональная стратегия	1) Сообщение апеллирует к чувствам и эмоциям потребителя
Б) Эмоциональная стратегия	2) Сообщение основано на логических аргументах и фактах.
В) Моральная стратегия	3) Сообщение использует авторитетное мнение эксперта.
Г) Экспертная стратегия	4) Сообщение основано на этических нормах и ценностях.

Блок 4. Установите последовательность действий

13. Установите последовательность этапов разработки рекламной кампании:

А. Разработка креативной концепции.
Б. Оценка эффективности рекламной кампании.
В. Определение целей и задач рекламной кампании.
Г. Реализация рекламной кампании.
Д. Анализ целевой аудитории и рынка.
Е. Медиапланирование

14. Установите последовательность действий при создании рекламного текста:

А. Написание текста
Б. Определение целевой аудитории
В. Формулировка ключевого сообщения
Г. Разработка структуры текста
Д. Выбор подходящего тона и стиля.

15. Установите последовательность этапов разработки бренд-стратегии:

А. Формулирование миссии и ценностей бренда
Б. Анализ рынка и конкурентов
В. Разработка позиционирования бренда
Г. Определение целевой аудитории
Д. Разработка бренд-платформы.

16. Установите последовательность этапов процесса медиапланирования:

А. Определение целевой аудитории.
Б. Размещение рекламы.
В. Определение целей медиапланирования.
Г. Оценка эффективности.
Д. Выбор медиаканалов.
Е. Определение бюджета.

Блок 5. Задание на классификацию

17. Распределите примеры согласно их типу рекламы:

Тип рекламы	Пример
А) Печатная реклама Б) Наружная реклама	1)Листовки в почтовых ящиках 2) Реклама на транспорте 3) Объявления в газетах 4) Баннеры на фасадах зданий 5) Реклама в журналах

18. Распределите примеры согласно их типу рекламы:

Тип рекламы	Пример
А) Реклама, ориентированная на продукт Б) Реклама, ориентированная на бренд	1) Рекламный ролик, показывающий преимущества товара 2) Видео, рассказывающее об истории компании 3) Слоган, подчеркивающий ценности бренда 4) Объявление, акцентирующее внимание на цене 5) Реклама, создающая эмоциональную связь с потребителем

19. Распределите примеры согласно их типу рекламы:

Тип рекламы	Пример
А) Интернет-реклама Б) Телевизионная реклама	1) Преролл на YouTube 2) Спонсорский показ во время сериала 3) Баннерная реклама на сайте 4) Реклама в перерыве между передачами 5) Реклама в социальных сетях

20. Распределите примеры согласно их типу рекламы:

Тип рекламы	Пример
А) Вирусная реклама Б) Обычная реклама	1) Рекламный ролик, который активно пересылают друг другу 2) Рекламный баннер на сайте 3) Видео, которое быстро набирает популярность в сети 4) Реклама в журнале 5) Ролик, который пользователи добровольно распространяют

1.2. Сформированность компетенций обучающихся

В результате освоения дисциплины ОП.04 Рекламная деятельность обучающийся должен показать также и сформированность общих компетенций:

Результат (общие компетенции)	**Основные показатели**
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам	- самостоятельно организует свою деятельность по выданным заданиям - умеет оценить свои возможности для выполнения поставленных целей, задач, заданий по дисциплине
02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	- осуществляет поиск информации в сети Интернет и различных электронных носителях - извлекает информацию с электронных носителей - использует средства ИТ для обработки и хранения информации - представляет информацию в различных формах с использованием разнообразного программного обеспечения - создает презентации в различных формах
ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, *использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях*;	- берет на себя ответственность за принятое решение/совершенный поступок - ответственно выполняет разовые/постоянные поручения в группе - может спрогнозировать результат - умеет оценить свои действия, поступки и проанализировать их
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;	- устанавливает позитивный стиль общения - выбирает стиль общения в соответствии с ситуацией - признает чужое мнение - при необходимости отстаивает собственное мнение - принимает критику - ведет деловую беседу в соответствии с этическими нормами - соблюдает официальный стиль при оформлении документов - составляет отчеты, задания в соответствии с запросом и предъявляемыми требованиями - оформляет документы в соответствии с нормативными актами - выполняет письменные и устные рекомендации преподавателя - способен к эмпатии - организует коллективное обсуждение рабочей ситуации
ОК 05. Осуществлять устную и	- умеет передавать информацию другому человеку

письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	- способен правильно формулировать свои мысли в устной и письменной формах - способен оценить уровень своих знаний по дисциплине
ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, *применять стандарты антикоррупционного поведения*[1].	- ведет деловую беседу в соответствии с этическими нормами - признает чужое мнение - способен к эмпатии - не обманывает - старается выполнять задания сам, не прибегая к помощи других

Критерии сформированности

2 балла - компетенция проявляется постоянно в полной мере (сформирована полностью);

1 балл - компетенция проявляется иногда или неполностью (частично сформирована);

0 баллов - компетенция не проявляется (не сформирована).

Оценка ***профессиональных компетенций (ПК)*** происходит через освоенные знания и умения:

Результат (общие компетенции)	**Основные показатели**
ПК 1.1. Определять целевую аудиторию и целевые группы. ПК 1.2. Проводить анализ объема рынка. ПК 1.3. Проводить анализ конкурентов. ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий. ПК 2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий. ПК 2.2. Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий. ПК 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет. ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет. ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию	**уметь:** $У_1$ - анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; $У_2$ - выбирать рекламные коммуникативные технологии применительно к конкретной ситуации; $У_3$ - разрабатывать и применять средства рекламы; $У_4$ - планировать рекламные мероприятия на предприятии; **знать:** $З_1$ - цели, задачи, функции, направления рекламной деятельности; $З_2$ - виды рекламы и эффективное их применение на предприятии; $З_3$ - методы и способы организации рекламы на предприятиях; $З_4$ - основные источники информации и

[1] *Выделенное курсивом не формируется в рамках данной дисциплины*

инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях. ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании. ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании. ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.	ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте;

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.05 Психология рекламы

для специальности 42.02.01 Реклама

Якутск, 2024

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г.

УТВЕРЖДАЮ
Директор АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»
_____ С.Н.Семенов
«15» 04 2024 г.

Рабочая программа дисциплины ОП.05 Психология рекламы разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (далее – ФГОС СПО) по специальности *42.02.01 Реклама,* утвержденного приказом Министерства просвещения РФ от 21.07.2023 г. № 552 (зарегистрирован в Минюсте РФ 22.08.2023 № 74908)

Организация-разработчик: АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»

Составитель:
Сидорова А.Ю., зам.директора по УВР

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Паспорт рабочей программы дисциплины 4

2. Структура и содержание дисциплины 6

3. Условия реализации рабочей программы дисциплины 10

4. Контроль и оценка результатов освоения дисциплины 12

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.05 ПСИХОЛОГИЯ РЕКЛАМЫ

1.1. Область применения программы

Рабочая программа дисциплины ОП.05 Психология рекламы является частью основной профессиональной образовательной программы СПО – программы подготовки специалистов среднего звена по специальности *42.02.01 Реклама***,** входящей в состав укрупненной группы специальностей *42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело.*

1.2 Место дисциплины в структуре образовательной программы:

Дисциплина ОП.05 Психология рекламы является обязательной дисциплиной общепрофессионального учебного цикла.

1.3. Требования к результатам освоения дисциплины:

В результате освоения дисциплины обучающийся **должен**

уметь:

У1 - выявлять различные аспекты рекламного воздействия

У2 - владеть технологиями психологического воздействия рекламы на потребителя

У3 - владеть основами организации рекламных кампаний

знать:

$З_1$ – основы рекламной коммуникации, ее виды и формы;

$З_2$ – основные этапы развития связей с общественностью;

$З_3$ - основы психологического воздействия рекламы на потребителя

$З_4$ - механизмы рационального и эмоционального влияния рекламы, символических выражений бессознательного и сознательного уровней психики человека в их рационально-эмоциональном балансе.

с целью овладения **общими компетенциями** (ОК):

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

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

ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, *предпринимательскую деятельность в профессиональной*

сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях[1];

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;

и профессиональными компетенциями (ПК):

ПК 1.1. Определять целевую аудиторию и целевые группы;

ПК 1.3. Проводить анализ конкурентов;

ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

1.4. Количество часов на освоение рабочей программы дисциплины:

Объем дисциплины – 44 часа, в том числе

в форме практической подготовки – 16 часа

включает:

объем работы обучающегося во взаимодействии с преподавателем – 37 часов, в том числе

практические занятия – 16 часа;

самостоятельная работа обучающегося – 7 часов

Обязательная часть рабочей программы составляет – 36 часа, вариативная часть – 8 часов.

[1] Выделенное курсивом не формируется в рамках данной дисциплины

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Объем дисциплины (всего)	**44**
в том числе:	
в форме практической подготовки	16
Объем работы обучающегося во взаимодействии с преподавателем	**37**
в том числе:	
практические занятия	16
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	**7**
- *выполнение заданий в рабочей тетради*	7

2.2. Формы промежуточной аттестации

1 семестр – дифференцированный зачет

2.2. Тематический план и содержание дисциплины ОП.05 Психология рекламы

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работ (проект) *(если предусмотрены)*		Объем часов	В т.ч. практическая подготовка	Формируемые компетенции
Раздел 1. Теоретические аспекты рекламы и PR			**8**	*2*	
Тема 1.1. Рекламная коммуникация	*Содержание учебного материала*		*4*		
	1	Особенности рекламной коммуникации. Реклама как способ воздействия на потребителя. ATL и BTL-реклама	2		ОК 01, ОК 05, ОК 07
	Самостоятельная работа обучающихся		2		ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 09
	Выполнение заданий на декомпозирование рекламного сообщения, определение его структурных элементов и оценивание эффективности коммуникационного воздействия на целевую аудиторию				
Тема 1.2. PR- коммуникации	*Содержание учебного материала*		*4*		
	1	Становление PR: от древности до наших дней. Принципы реализации связей с общественностью.	2		ОК 01, ОК 05, ОК 07
	Практические занятия		**2**	2	ОК 01-ОК 05, ОК 09 ПК 1.1.
	2	**Практическое занятие № 1.** Технология выбора целевых групп. Планирование выбора средств распространения рекламы. Критерии выбора средств распространения рекламы			
Раздел 2. Функционально-психологические основы рекламных и PR-коммуникаций			**14**	*6*	
Тема 2.1 Психологические основы рекламных и PR-коммуникаций	*Содержание учебного материала*		*4*		
	1	Ощущения. Восприятие. Внимание. Память. Мышление. Воображение. Эмоции.	2		ОК 01, ОК 05, ОК 07
	Практические занятия		**2**	2	ОК 01-ОК 05, ПК 1.1, ПК 1.3, ПК1.4.
	2	**Практическое занятие № 2**. Психоанализ в рекламе			

Тема 2.2 Мотивация потребительского поведения и сегментирование потребителей	*Содержание учебного материала*		*4*		
	1	Психологические типы потребителей и реклама. Сегментирование по потребностям. Сегментирование по стилю принятия решения. Сегментирование по типу личности. Обращение к ценностям в рекламе.	2		ОК 01, ОК 05, ОК 07
	Практические занятия		**2**	2	ОК 01-ОК 05, ОК 09 ПК 1.1.
	2	**Практическое занятие № 3**. Влияние гендерных стереотипов на восприятие рекламы в целом			
Тема 2.3 Методы усиления восприятия рекламы: цвет в рекламе	*Содержание учебного материала*		*6*		
	1	Психологическое воздействие цвета в рекламе. Цветовая символика различных культур. Цветовой язык рекламы. Цветовые линейки. Цветовой круг Итена и цветовые композиции. Психология зрительного восприятия печатного текста. Цветопередача на печати.	2		ОК 01, ОК 05, ОК 07
	Практические занятия		**2**	2	ОК 01-ОК 05, ОК 09 ПК 1.1, ПК 1.4,
	2	**Практическое занятие № 4.** Особенности восприятия цвета и графики в рекламе			
	Самостоятельная работа обучающихся		2		ОК 01, ОК 05, ОК 07
	Провести сравнительный анализ двух рекламных плакатов (или баннеров) одного товарной категории, но с разной цветовой палитрой				
Раздел 3. Коммуникативные технологии влияния			**23**	*8*	
Тема 3.1. Особенности коммуникаций в рекламе и PR	*Содержание учебного материала*		*4*		
	1	Построение коммуникаций в рекламе и PR. Аудитория рекламной и PR-коммуникации. Барьеры коммуникации. Вербальная и невербальная коммуникация.	2		ОК 01, ОК 05, ОК 07
	Практические занятия		**2**	*2*	ОК 01-ОК 05, ОК 09 ПК 1.1, ПК 1.3, ПК1.4.
	2	**Практическое занятие № 5.** Манипуляции в рекламе. Психологическая экспертиза рекламы			
Тема 3.2 Техники влияния в рекламной и PR- коммуникаций	*Содержание учебного материала*		*6*		
	1	Виды рекламного психологического воздействия. Язык и реклама. Фонетика в рекламе.	1		ОК 01, ОК 05, ОК 07
	2	Психологические основы нейминга. Убеждающее воздействие. Убеждение и внушение в рекламном воздействии.	1		

	3	Стратегия и тактика аргументации в рекламных и PR-сообщениях. Манипулирование в коммуникациях при помощи вопросов. Геймификация в рекламе.	2		
	Практические занятия		**2**	*2*	ОК 01-ОК 05, ОК 09 ПК 1.1, ПК 1.3, ПК1.4.
	4	**Практическое занятие № 6.** Реклама как составная часть маркетинга			
Тема 3.3. Массовая коммуникация	*Содержание учебного материала*		*6*		
	1	Понятие массовой коммуникации. Роль установки и стереотипа в процессе массовой коммуникации. Психология слухов и сплетен. Особенность рекламы как разновидности массовой коммуникации.	*2*		ОК 01, ОК 05, ОК 07
	Практические занятия		**4**	*4*	ОК 01-ОК 05, ОК 09 ПК 1.1, ПК 1.3, ПК1.4.
	2	**Практическое занятие № 7**. Психотехнологии торговых ярмарок и выставок			
	3	**Практическое занятие № 8.** Анализ соответствия рекламного продукта сути (базовым характеристикам) рекламируемого товара, услуги, персоны. На примере рекламы продуктов питания, бытовой и компьютерной техники.			
Тема 3.4. Психологические воздействие в рекламе и PR	*Содержание учебного материала*		*6*		
	1	Эффект ореола в рекламе. Кредит доверия. Стереотип и аттитюд.	2		ОК 01, ОК 05, ОК 07
	2	Саморазоблачающая реклама. Психологические приемы видеорекламы.	1		
	Самостоятельная работа обучающихся		**3**		
	Выполнение заданий (по выбору)				
	Дифференцированный зачет		**2**		
	Всего по ОП.05		**44**	**16**	

2.3. Вариативные часы дисциплины

№ п/п	Наименование темы	Объем часов	Примечание
1	Самостоятельная работа	7	для закрепления знаний и умений
2	Промежуточная аттестация	1	для проверки запланированных результатов
	ИТОГО:	**8**	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Материально-техническое обеспечение

Реализация рабочей программы дисциплины проходит в кабинете социально-гуманитарных дисциплин.

Оборудование кабинета:

- Рабочее место для преподавателя: персональный компьютер в сборе (Процессор: Ryzen3 3 5300G (либо аналог, 4 ядра и 4-8 потоков) Оперативная память: 8gb DDR4 3200 Mhz Накопитель: 256GB ssd.) – 1 шт.
- Короткофокусный проектор Optoma X309ST – 1 шт.
- Учебная маркерная доска белая – 1 шт.
- Стол ученический Классик двухместный регулируемый, №4-6 СУР А.02.46 проект НМ-035.04.02 – 29 шт.
- Стул ученический Стандарт, №4-6 СТУР А 02.46.Ф проект НМ-035.30.02 – 57 шт.

3.2. Учебно-методическое обеспечение

По дисциплине ОП.05 Психология рекламы разработана учебно-методическая документация:

- рабочая программа дисциплины;
- оценочные материалы;
- методические указания по выполнению заданий на практических занятиях;
- методические указания по выполнению самостоятельной работы.

3.3. Информационное обеспечение обучения

Учебная литература:

1. Коноваленко, М. Ю. Психология рекламы: учебник для среднего профессионального образования / М. Ю. Коноваленко, М. И. Ясин. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 453 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18866-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/555698 (дата обращения: 07.04.2024).

Дополнительная литература:

1. Душкина, М. Р. Психология рекламы и связей с общественностью в маркетинге: учебник для вузов / М. Р. Душкина. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 259 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12786-7. —

Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/543309 (дата обращения: 07.04.2024).

2. Коноваленко, М. Ю. Психология рекламы и PR: учебник для вузов / М. Ю. Коноваленко, М. И. Ясин. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 453 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18861-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/551845 (дата обращения: 07.04.2024).

Электронные образовательные ресурсы:

Сайты, блоги, электронные библиотеки

1. ГлобалМСК.ру Московский бизнес-портал. Психология рекламы. [Электронный ресурс]. URL: https://globalmsk.ru/lesson/222

Дополнительная электронная литература/учебные пособия, материалы, статьи

1. Психология рекламы: как эффективно воздействовать на аудиторию через психологические приемы в брендинге. [Электронный ресурс]. URL: https://pakhotin.org/business/psihologiya-reklamy/

Видеоматериалы/ виртуальные музеи/интерактивные презентации

1. VK Видео› [ДокСФЕРА] Психология рекламы | Основной элемент — Видео от [ДокСФЕРА] [Электронный ресурс]. URL: https://www.yandex.ru/video/preview/4196103108721673952

Тренажеры/ тесты/ кейсы/ материал для практикума/ бесплатные онлайн курсы

1. Психология в рекламе: онлайн-тест. [Электронный ресурс]. URL: https://2.psyfactor.org/tests/intro.php?dir=recl3

4 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе текущего контроля знаний, проверки выполнения заданий практических занятий и самостоятельной работы, а также во время промежуточной аттестации.

Оценка качества подготовки обучающихся осуществляется через оценку знаний, умений по дисциплине и оценку сформированности компетенций.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	**Формы и методы контроля и оценки результатов обучения**	
	Текущий контроль	**Промежуточная аттестация**
уметь:		
У1 - выявлять различные аспекты рекламного воздействия	- оценка выполнения заданий на практических занятиях; - оценка выполнения заданий самостоятельной работы	- дифференцированный зачет
У2 - владеть технологиями психологического воздействия рекламы на потребителя		
У3 - владеть основами организации рекламных кампаний		
знать:		
З1 - технологии воздействия на общественное мнение	оценка выполнения заданий на практических занятиях; - устный опрос; - оценка выполнения заданий самостоятельной работы	- дифференцированный зачет
$З_2$ – основные этапы развития связей с общественностью		
З3 - основы психологического воздействия рекламы на потребителя		
З4 - механизмы рационального и эмоционального влияния рекламы, символических выражений бессознательного и сознательного уровней психики человека в их рационально-эмоциональном балансе		

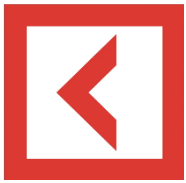
Оценка ***общих компетенций (ОК)***:

Результат (общие компетенции)	**Основные показатели**
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам	- самостоятельно организует свою деятельность по выданным заданиям - умеет оценить свои возможности для выполнения поставленных целей, задач, заданий по дисциплине
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и	- осуществляет поиск информации в сети Интернет и различных электронных носителях

информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	- извлекает информацию с электронных носителей - использует средства ИТ для обработки и хранения информации - представляет информацию в различных формах с использованием разнообразного программного обеспечения - создает презентации в различных формах
ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях ;	- берет на себя ответственность за принятое решение/совершенный поступок - ответственно выполняет разовые/постоянные поручения в группе - может спрогнозировать результат - умеет оценить свои действия, поступки и проанализировать их
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;	- устанавливает позитивный стиль общения - выбирает стиль общения в соответствии с ситуацией - признает чужое мнение - при необходимости отстаивает собственное мнение - принимает критику - ведет деловую беседу в соответствии с этическими нормами - соблюдает официальный стиль при оформлении документов - составляет отчеты, задания в соответствии с запросом и предъявляемыми требованиями - оформляет документы в соответствии с нормативными актами - выполняет письменные и устные рекомендации преподавателя - способен к эмпатии - организует коллективное обсуждение рабочей ситуации
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	- умеет передавать информацию другому человеку - способен правильно формулировать свои мысли в устной и письменной формах - способен оценить уровень своих знаний по дисциплине

Оценка ***профессиональных компетенций (ПК)*** происходит через освоенные знания и умения.

Критерии и методы оценки освоения дисциплины отражены в оценочных материалах.



АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

ПСИХОЛОГИЯ РЕКЛАМЫ

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

по выполнению самостоятельной работы

для специальности 42.02.01 Реклама

Якутск, 2024

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г.)

Методические указания составлены в соответствии с рабочей программой по дисциплине ОП.05 Психология рекламы

Разработчик: АНО СПО «Цифровой колледж Синергия»

Составитель:
Сидорова А.Ю., преподаватель

Пояснительная записка

Дисциплина ОП.05. Психология рекламы является обязательной дисциплиной общепрофессионального учебного цикла.

В результате освоения дисциплины обучающийся **должен**

уметь:

У1 - выявлять различные аспекты рекламного воздействия

У2 - владеть технологиями психологического воздействия рекламы на потребителя

У3 - владеть основами организации рекламных кампаний

знать:

$З_1$ – основы рекламной коммуникации, ее виды и формы;

$З_2$ – основные этапы развития связей с общественностью;

$З_3$ - основы психологического воздействия рекламы на потребителя

$З_4$ - механизмы рационального и эмоционального влияния рекламы, символических выражений бессознательного и сознательного уровней психики человека в их рационально-эмоциональном балансе.

с целью овладения **общими компетенциями** (ОК):

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

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

ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, *предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях*[1];

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;

и профессиональными компетенциями (ПК):

ПК 1.1. Определять целевую аудиторию и целевые группы;

ПК 1.3. Проводить анализ конкурентов;

ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

[1] *Выделенное курсивом не формируется в рамках данной дисциплины*

Тема 1.1. Рекламная коммуникация

Время выполнения – 2 часа

ВИДЫ РАБОТ

Задание. Выполнение заданий на декомпозирование рекламного сообщения, определение его структурных элементов и оценивание эффективности коммуникационного воздействия на целевую аудиторию

Шаг 1: Выбор объекта анализа

Выберите ОДИН пример рекламы из предложенных ниже вариантов:

- **Видеореклама:** 30-секундный ролик (найдите на YouTube).
- **Печатная реклама:** рекламный плакат или баннер в соцсетях.
- **Digital-реклама:** рекламный пост в Instagram или Telegram-канале.

Рекомендация: Выберите рекламу, которая вас заинтересовала, удивила или, наоборот, разочаровала.

Задание 1. «Декомпозиция рекламного сообщения»

Цель: Разобрать рекламу на основные компоненты коммуникации.

Ответьте на вопросы в формате структурированного конспекта:

1.**Отправитель:** Кто является рекламодателем (бренд)? Какой его образ формируется в этой рекламе?

2.**Сообщение:**

- Что является ключевым посылом? (Сформулируйте одним предложением).
- Как этот посыл передается? (Опишите визуальный ряд, текст, слоган, звук, если есть).

3.**Канал коммуникации:** Где была размещена или может быть размещена эта реклама? (ТВ, YouTube, наружная реклама, журнал, социальные сети). Почему этот канал выбран для данного сообщения?

4.**Получатель (Целевая аудитория):** Кому адресована эта реклама? Опишите ЦА по параметрам: возраст, пол, социальный статус, интересы.

5.**Цель коммуникации:** Какую основную реакцию хочет добиться рекламодатель? (Узнать о новинке, сформировать лояльность, совершить покупку, перейти по ссылке).

Задание 2. «Анализ эффективности и помех» (30 минут)

Цель: Оценить, насколько хорошо работает коммуникация.

1.**Обратная связь:** Какие инструменты для обратной связи предлагает реклама? (Призыв к действию - CTA: «купи сейчас», «узнай на сайте», «подпишись», хэштег). Является ли он эффективным?

2.**Помехи:** Какие «помехи» могут исказить или помешать донесению сообщения до вашей ЦА?

- *Внешние* (например, информационный шум, конкурирующая реклама).
- *Внутренние* (например, непонимание слогана, неудачный образ, который раздражает или неправильно интерпретируется).

3.**Личная оценка:** Подумайте, как лично вы отреагировали на это сообщение. Согласны ли вы, что ваша реакция совпадает с запланированной целью из Задания 1? Почему да или почему нет?

Задание 3. «Креативный апгрейд» (25 минут)

Цель: Применить полученные insights для улучшения коммуникации.

Представьте, что вас наняли консультантом для повышения эффективности этой рекламы. Дайте три конкретных рекомендации по ее улучшению, основываясь на вашем анализе. Каждую рекомендацию обоснуйте.

- **Пример рекомендации 1 (по ЦА):** «Если целевая аудитория — молодежь, стоит заменить официальный текст на более разговорный и использовать мем-формат для большей виральности».
- **Пример рекомендации 2 (по каналу):** «Для этого рекламного ролика эффективнее будет не ТВ-эфир, а таргетированная реклама в TikTok с интерактивным опросом в конце».
- **Пример рекомендации 3 (по сообщению):** «Призыв к действию “Узнать больше” слишком размыт. Замените его на “Скачайте гайд и получите скидку 10%”, чтобы повысить конверсию».

Краткий отчет содержит

1.Ссылку на рекламный материал.

2.Ответы на вопросы Заданий 1 и 2 в тезисной форме.

3.Список из 3 рекомендаций из Задания 3.

Формат сдачи: Файл Word/PDF или развернутое сообщение в системе LMS (Learning Management System).

Критерии оценки:

Критерий	Баллы
Полнота раскрытия элементов коммуникации и помех.	0-4
Обоснованность выводов и рекомендаций.	0-3
Работа оформлена четко, ответы понятны и соответствуют заданиям.	0-3
ИТОГО:	**0-10**

Перевод баллов в оценку:

отлично	хорошо	удовлетворительно	неудовлетворительно
10 баллов	9-8 баллов	7-6 баллов	5 и менее баллов

Тема 2.3. Методы усиления восприятия рекламы: цвет в рекламе

Время выполнения – 2 часа

ВИДЫ РАБОТ

Задание. Провести сравнительный анализ двух рекламных плакатов (или баннеров) одного товарной категории, но с разной цветовой палитрой.

Часть 1: Теоретическая (Аналитическая)

Задача: Изучите влияние цвета на восприятие потребителя и ответьте на следующие вопросы в письменной форме (объем: 1-1,5 страницы А4).

1.**Базовый уровень:** Дайте определение понятиям "цветовая гамма", "цветовой контраст" и "ассоциативное восприятие цвета". Кратко охарактеризуйте ключевые цвета (красный, синий, зеленый, желтый, черный, белый) с точки зрения вызываемых эмоций и ассоциаций в рекламе.

2.**Углубленный уровень:**

- Как цвет влияет на узнаваемость бренда? Приведите примеры 2-3 известных компаний, которые успешно используют фирменные цвета в своей рекламе и упаковке.
- Объясните, как выбор цветовой палитры может зависеть от целевой аудитории (пол, возраст, культурные особенности) и категории товара (например, товары для детей, luxury-сегмент, экопродукты).
- Что такое "цветовые тренды" и насколько важно им следовать при создании рекламы?

Рекомендуемые источники для изучения:

- Йоханнес Иттен "Искусство цвета"
- Статьи по психологии цвета в маркетинге и рекламе (научные и отраслевые издания).
- Кейсы брендов (Coca-Cola, Tiffany & Co., Apple, IKEA и др.).

Часть 2: Практическая (Анализ кейсов)

Задача: Проведите сравнительный анализ двух рекламных плакатов (или баннеров) одного товарной категории, но с разной цветовой палитрой.

Выполнение:

1.**Подберите два рекламных изображения.** Например, реклама кофе от Nespresso и реклама кофе от местной обжаренной. Или реклама автомобиля премиум-класса и бюджетного автомобиля.

2.**Создайте презентацию (3-4 слайда) или напишите эссе (1-2 страницы),** в котором:

- Дайте краткое описание каждого плаката (бренд, продукт, ключевое сообщение).
- Опишите доминирующие цвета и цветовые акценты в каждой рекламе.
- Проанализируйте, как выбранная цветовая гамма:

- Соотносится с ценностным предложением бренда.
- Влияет на эмоции и восприятие целевой аудитории.
- Подчеркивает преимущества продукта (например, энергия, надежность, натуральность).

o Сделайте вывод: какая реклама, на ваш взгляд, эффективнее с точки зрения использования цвета и почему.

Часть 3: Творческая (Проектная)

Задача: Разработайте концепцию рекламного макета (набросок или коллаж) для нового продукта, используя цвет как основной инструмент воздействия.

Выполнение:

1.**Выберите продукт** из списка (или предложите свой):

o Эко-стартап по продаже бытовой химии.

o Приложение для медитации и сна.

o Газированный энергетический напиток для молодежи.

2.**Создайте креативный бриф,** который включает:

o **Название продукта.**

o **Целевая аудитория** (например, "женщины 25-35 лет, заботящиеся о экологии").

o **Ключевое сообщение** (например, "Чистота без вреда для планеты").

o **Обоснование выбора цветовой палитры:** Подберите 3-4 основных цвета для вашей рекламы и подробно объясните, почему вы выбрали именно их. Ваше обоснование должно быть связано с психологией цвета, целевой аудиторией и ключевым сообщением.

o **Визуализация:** Создайте простой набросок макета (от руки или в графическом редакторе), где четко видно расположение элементов и использование цвета. Это может быть скетч для печатной рекламы или баннера в соцсетях.

Критерии оценки:

Критерий	Баллы
Теоретическая часть: Глубина понимания, использование терминологии, качество примеров	0-3
Практический анализ: Логичность и структурированность анализа, убедительность выводов.	0-3
Творческая часть: Оригинальность концепции, обоснованность выбора цветовой палитры, соответствие брифу.	0-3
Оформление работы: Грамотность, структура, визуальное представление (для презентации и макета).	0-1
ИТОГО:	**0-10**

Перевод баллов в оценку:

отлично	хорошо	удовлетворительно	неудовлетворительно
10 баллов	9-8 баллов	7-6 баллов	5 и менее баллов

Формат сдачи:

- Файл в формате PDF или PowerPoint Presentation.
- Название файла: Фамилия_Имя_ЦветВРекламе.pdf

Тема 2.3. Психологические воздействие в рекламе и PR

Время выполнения – 3 часа

ВИДЫ РАБОТ

Задание. Закрепить на практике знание основных методов психологического воздействия, научиться идентифицировать их в реальных рекламных и PR-материалах и сформировать понимание профессиональной этики в их применении.

Теоретическая справка (для ориентира):

- **Основные механизмы воздействия:** Влияние через эмоции (страх, радость, ностальгия), социальные паттерны (подражание "идеалам", страх оказаться "вне группы"), когнитивные процессы (внушение, импринтинг, повторение).
- **Ключевые приемы:** Использование архетипов, цвета и композиции; создание чувства срочности ("осталось 2 часа!"); социальное доказательство (отзывы, "купили 100 человек"); техника "YES-DOG"; апелляция к базовым потребностям (безопасность, статус, любовь).
- **Этический аспект:** Манипуляция vs. убеждение. Грань между профессиональным воздействием и нарушением прав потребителя на объективное восприятие.

Практические задания:

Блок 1: Аналитический

Задача: Выявить и проанализировать приемы психологического воздействия в предложенных примерах.

Ход работы:

1.**Пример 1 (Реклама):** Найдите в интернете рекламный ролик или печатную рекламу (например, парфюмерии, автомобиля премиум-класса или финансовой услуги).

2.**Пример 2 (PR-материал):** Найдите пресс-релиз, статью о компании или пост в соцсетях, который позиционирует бренд как "социально ответственный" или "эксперта в своей области".

Вопросы для анализа по каждому примеру:

- **Целевая аудитория:** Кому адресовано сообщение?
- **Основная эмоция/потребность:** На какую струну в психике потребителя "давят"?
- **Приемы воздействия:** Какие конкретные психологические приемы вы видите? (Перечислите не менее 3-х для каждого примера и обоснуйте).
- **Эффективность:** Насколько выбранные приемы, на ваш взгляд, уместны и эффективны для достижения цели?

Блок 2: Креативно-проектный

Задача: Разработать концепцию рекламного или PR-сообщения с применением психологических приемов.

Выберите ОДИН из двух вариантов:

Вариант А (Реклама):

Продукт: **Новый энергетический напиток для студентов и молодых специалистов "BrainUp".**

Задание: Придумайте концепцию рекламного постера или видеоролика (15 сек). В концепции укажите:

1.**Ключевой посыл (слоган).**

2.**Основной психологический прием** (например, апелляция к потребности в успехе, принадлежности к "движущейся" молодежи, страху отстать от ритма).

3.**Визуальный ряд** (опишите ключевой кадр или изображение: цвета, персонажи, действие).

4.**Обоснуйте**, почему выбранный прием будет эффективен для вашей ЦА.

Вариант Б (PR):

Событие: **Крупная сеть кофеен запускает программу по сбору и переработке своих стаканов.**

Задание: Разработайте идею для PR-поста в соцсетях.
В концепции укажите:

1.**Главная мысль поста.**

2.**Основной психологический прием** (например, апелляция к чувству социальной ответственности, желанию быть частью позитивных изменений, формирование "зеленого" имиджа у потребителя).

3.**Призыв к действию** (что должен сделать пользователь?).

4.**Обоснуйте**, как ваш пост поможет сформировать нужное отношение к бренду.

Блок 3: Эссе-рефлексия

Задача: Сформулировать свою профессиональную позицию по вопросу этики.

Напишите краткое эссе (7-10 предложений) на тему:

«Где проходит грань между эффективным психологическим воздействием в рекламе и PR и манипуляцией сознанием потребителя?»

В эссе приведите ОДИН аргумент "за" использование сильных психологических техник и ОДИН аргумент "против", основанный на профессиональной этике.

Критерии оценки:

Критерий	Баллы
Блок 1. Аналитический: Глубина анализа, точность идентификации приемов, убедительность аргументации	0-4
Блок 2. Креативно-проектный: Оригинальность концепции, уместность и обоснованность выбранного приема, соответствие целевой аудитории.	0-4
Блок 3. Эссе-рефлексия: Логичность изложения, наличие аргументированной личной позиции, понимание этических норм	0-2
ИТОГО:	**0-10**

Перевод баллов в оценку:

отлично	хорошо	удовлетворительно	неудовлетворительно
10 баллов	9-8 баллов	7-6 баллов	5 и менее баллов

Литература

Учебная литература:

1. Коноваленко, М. Ю. Психология рекламы: учебник для среднего профессионального образования / М. Ю. Коноваленко, М. И. Ясин. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 453 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18866-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/555698 (дата обращения: 07.04.2024).

Дополнительная литература:

1. Душкина, М. Р. Психология рекламы и связей с общественностью в маркетинге: учебник для вузов / М. Р. Душкина. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 259 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12786-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/543309 (дата обращения: 07.04.2024).

2. Коноваленко, М. Ю. Психология рекламы и PR: учебник для вузов / М. Ю. Коноваленко, М. И. Ясин. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 453 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18861-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/551845 (дата обращения: 07.04.2024).

Электронные образовательные ресурсы:

Сайты, блоги, электронные библиотеки

1. ГлобалМСК.ру Московский бизнес-портал. Психология рекламы. [Электронный ресурс]. URL: https://globalmsk.ru/lesson/222

Дополнительная электронная литература/учебные пособия, материалы, статьи

1. Психология рекламы: как эффективно воздействовать на аудиторию через психологические приемы в брендинге. [Электронный ресурс]. URL: https://pakhotin.org/business/psihologiya-reklamy/

Видеоматериалы/ виртуальные музеи/интерактивные презентации

1. VK Видео›[ДокСФЕРА] Психология рекламы | Основной элемент — Видео от [ДокСФЕРА] [Электронный ресурс]. URL: https://www.yandex.ru/video/preview/4196103108721673952

Тренажеры/ тесты/ кейсы/ материал для практикума/ бесплатные онлайн курсы

1. Психология в рекламе: онлайн-тест. [Электронный ресурс]. URL: https://2.psyfactor.org/tests/intro.php?dir=recl3

ПСИХОЛОГИЯ РЕКЛАМЫ

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
по выполнению самостоятельной работы

для специальности 42.02.01 Реклама

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г.)

УТВЕРЖДАЮ
Директор АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»
_____ С.Н.Семенов
«15» 04 2024 г.

Оценочные материалы
для промежуточной аттестации
по дисциплине
ОП.05. Психология рекламы

для специальности 42.02.01 Реклама

Разработчик: Сидорова А.Ю., преподаватель

Якутск, 2024

Пояснительная записка

Оценочные материалы для промежуточной аттестации по дисциплине ОП.05. Психология рекламы предназначены для оценки запланированных результатов освоения дисциплины, общих и профессиональных компетенций обучающихся по специальности *42.02.01 Реклама.*

1.1. Оценка освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины ОП.05. Психология рекламы обучающийся должен

В результате освоения дисциплины обучающийся **должен**

уметь:

У1 - выявлять различные аспекты рекламного воздействия

У2 - владеть технологиями психологического воздействия рекламы на потребителя

У3 - владеть основами организации рекламных кампаний

знать:

$З_1$ – основы рекламной коммуникации, ее виды и формы;

$З_2$ – основные этапы развития связей с общественностью;

$З_3$ - основы психологического воздействия рекламы на потребителя

$З_4$ - механизмы рационального и эмоционального влияния рекламы, символических выражений бессознательного и сознательного уровней психики человека в их рационально-эмоциональном балансе.

с целью овладения **общими компетенциями** (ОК):

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

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

ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, *предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях*[1];

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;

[1] Выделенное курсивом не формируется в рамках данной дисциплины

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;

и профессиональными компетенциями (ПК):

ПК 1.1. Определять целевую аудиторию и целевые группы;

ПК 1.3. Проводить анализ конкурентов;

ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

Форма промежуточной аттестации – **дифференцированный зачет**

Вид - тестирование

Каждый тест состоит из 20 вопросов и имеет 2 варианта.

Время выполнения задания – 40 мин.

Вариант теста состоит из блоков:

Блок 1 – Выберите один правильный ответ

Блок 2 – Выберите несколько правильных ответов из предложенных

Блок 3 – Установите соответствие

Блок 4 – Установите последовательность действий

Блок 5 – Задание на классификацию

Критерии оценивания теста

Каждый правильный ответ оценивается в 1 балл.

Максимальное количество баллов – 20.

Оценка	Критерии оценивания
«Отлично»	правильное выполнено 20-18 заданий
«Хорошо»	правильное выполнено 17-15 заданий
«Удовлетворительно»	правильное выполнено 14-11 заданий
«Неудовлетворительно»	правильное выполнено 10 и менее заданий.

Автономная некоммерческая организация среднего профессионального образования
«Цифровой колледж «Синергия»

УТВЕРЖДЕНО
директором колледжа в составе образовательной
программы по специальности *42.02.01 Реклама*

Тест
для промежуточной аттестации
по дисциплине ОП.05. Психология рекламы

Инструкция

Внимательно прочитайте задания и правильные ответы занесите в бланк ответов.
Блок 1 – Выберите один правильный ответ
Блок 2 – Выберите несколько правильных ответов из предложенных
Блок 3 – Установите соответствие
Блок 4 – Установите последовательность действий
Блок 5 – Задание на классификацию
Время выполнения – 40 минут.

Вариант 1

Блок 1. Выберите один правильный ответ из предложенных

1. "Прайминг" в контексте психологии рекламы — это...
А. Сознательное убеждение потребителя
Б. Неосознанное влияние предшествующей информации на восприятие
В. Апелляция к рациональным доводам
Г. Использование юмора для привлечения внимания

2. Выберите психологический эффект, объясняющий почему люди склонны переоценивать вероятность редких, но ярких событий, представленных в рекламе:
А. Эффект якоря
Б. Эвристика доступности
В. Когнитивный диссонанс
Г. Эффект ореола

3. Ключевым компонентом модели AIDA в рекламе является:
А. Автоматизация, Идентичность, Доступность, Анализ
Б. Внимание, Интерес, Желание, Действие
В. Анализ, Интерпретация, Дизайн, Аудит
Г. Адаптивность, Интерактивность, Достоверность, Актуальность

4. Выберите вид убеждения в рекламе, опирающийся на использовании авторитетных источников или экспертов:
А. Центральный путь убеждения
Б. Периферийный путь убеждения
В. Эмоциональное убеждение
Г. Рациональное убеждение

Блок 2. Выберите несколько правильных ответов из предложенных

5. На запоминаемость рекламного сообщения влияют:
А. Яркость и новизна
Б. Повторение
В. Соответствие потребностям аудитории
Г. Использование сложных терминов
Д. Юмор и эмоциональная окраска

6. Выберите психологические приемы, использующие для создания чувства дефицита в рекламе:
А. Указание на ограниченное количество товара
Б. Указание на ограниченный срок действия предложения
В. Использование ярких цветов
Г. Создание ощущения эксклюзивности
Д. Использование знаменитостей

7. Элементы дизайна, способствующие созданию положительного впечатления от рекламы:
А. Гармоничные цвета
Б. Четкая типографика
В. Визуальная иерархия
Г. Слишком большое количество текста
Д. Использование агрессивных шрифтов

8. Видами психологического таргетинга в рекламе являются:
А. Демографический
Б. Психографический
В. Поведенческий
Г. Географический
Д. Экономический

Блок 3. Установите соответствие

9. Установите соответствие между психологическим явлением и его определением:

Психологическое явление	Определение
А) Когнитивный диссонанс	1) Склонность судить о чем-либо, основываясь на первом впечатлении
Б) Эффект ореола	2) Состояние дискомфорта, возникающее при наличии противоречивых убеждений
В) Эвристика репрезентативности	3) Склонность оценивать вероятность события на основе его сходства с прототипом
Г) Эффект якоря	4) Склонность чрезмерно полагаться на первую полученную информацию

10. Установите соответствие между типом мотивации и примером рекламного слогана:

Тип мотивации	Пример рекламного слогана
А) Гедонистическая мотивация	1) "Почувствуй вкус свободы!"
Б) Утилитарная мотивация	2) "Экономьте с нами!"
В) Социальная мотивация	3) "Будьте в центре внимания!"
Г) Эгоистическая мотивация	4) "Забота о здоровье вашей семьи!"

11. Установите соответствие между типом рекламного обращения и его характеристикой:

Тип рекламного обращения	Характеристика
А) Рациональное обращение	1) Апелляция к чувству юмора
Б) Эмоциональное обращение	2) Апелляция к разуму и логике
В) Моральное обращение	3) Апелляция к чувствам и эмоциям
Г) Юмористическое обращение	4) Апелляция к моральным принципам

12. Установите соответствие между видом влияния и его проявлением в рекламе:

Вид влияния	Проявление в рекламе
А) Информационное влияние	1) Следование моде, представленной в рекламе
Б) Нормативное влияние	2) Принятие информации от экспертов в рекламе
В) Идентификационное влияние	3) Принятие позиции, выраженной в рекламе, как выражение собственной идентичности
Г) Влияние меньшинства	4) Изменение мнения под воздействием нестандартной рекламы

Блок 4. Установите последовательность действий

13. Установите последовательность этапов процесса восприятия рекламы потребителем:

А. Интерпретация
Б. Внимание
В. Запоминание
Г. Оценка
Д. Воздействие

14. Установите последовательность шагов при разработке рекламной кампании:

А. Определение целевой аудитории
Б. Разработка креативной концепции
В. Оценка эффективности
Г. Определение целей и задач
Д. Выбор каналов коммуникации

15. Установите последовательность этапов в модели принятия решения о покупке:

А. Оценка альтернатив
Б. Осознание потребности
В. Поиск информации
Г. Покупка
Д. Оценка после покупки

16. Установите последовательность этапов в создании эффективного рекламного сообщения:

А. Определение ключевого сообщения
Б. Выбор каналов коммуникации
В. Создание креативного решения
Г. Тестирование и оптимизация
Д. Анализ целевой аудитории

Блок 5. Задание на классификацию

17. Распределите элементы по категориям:

Категория	Элемент
А) Техники убеждения Б) Элементы рекламы	1) Призыв к действию 2) Социальное доказательство 3) Риторические вопросы 4) Конкретизация выгоды 5) Упрощение информации

18. Распределите элементы восприятия по категориям:

Категория	Элемент восприятия
А) Визуальные элементы Б) Влияние на восприятие	1) Цветовая палитра 2) Шрифт 3) Изображения и иллюстрации 4) Композиция 5) Прозрачность

19. Распределите аспекты по видам восприятия:

Вид восприятия	Аспект
А) Эмоциональное восприятие Б) Рациональное восприятие	1) Мотивы, основанные на чувствах 2) Логические доводы и аргументы 3) Убеждение через визуальные образы 4) Использование фактов и статистики 5) Создание ассоциаций и эмоций

20. Распределите элементы воздействия на покупателя по категориям:

Категория	Элемент
А) Компоненты рекламных сообщений Б) Влияние на покупательское поведение	1) Преимущества продукта 2) Обращение к чувствам 3) Уникальное торговое предложение 4) Краткие, убедительные слоганы 5) Примеры успешного использования

Автономная некоммерческая организация среднего профессионального образования
«Цифровой колледж «Синергия»

УТВЕРЖДЕНО
директором колледжа в составе образовательной
программы по специальности *42.02.01 Реклама*

Тест
для промежуточной аттестации
по дисциплине ОП.05. Психология рекламы

Инструкция

Внимательно прочитайте задания и правильные ответы занесите в бланк ответов.
Блок 1 – Выберите один правильный ответ
Блок 2 – Выберите несколько правильных ответов
Блок 3 – Установите соответствие
Блок 4 – Установите последовательность действий
Блок 5 – Задание на классификацию
Время выполнения – 40 минут.

Вариант 2

Блок 1. Выберите один правильный ответ из предложенных

1. Выберите психологический механизм, лежащий в основе эффекта "простое воздействие":
А. Когнитивный диссонанс Б. Условный рефлекс
В. Эффект знакомства Г. Гештальт-восприятие

2. Для долгосрочного вовлечения потребителя наиболее эффективна:
А. Внешняя мотивация, основанная на вознаграждении
Б. Внутренняя мотивация, основанная на интересе
В. Мотивация избегания наказания
Г. Мотивация достижения успеха

3. На запоминаемость рекламного сообщения сильнее всего влияет:
А. Размер шрифта
Б. Яркость цветовой гаммы
В. Эмоциональная окраска
Г. Количество информации

4. Выберите психологический эффект, объясняющий почему люди склонны переоценивать свои знания после прочтения рекламы:
А. Эффект Даннинга-Крюгера Б. Эффект плацебо
В. Эффект ореола Г). Иллюзия знания

Блок 2. Выберите несколько правильных ответов из предложенных

5. На восприятие цены товара влияют следующие психологические факторы:
А. Референтная цена Б. Цвет упаковки В. Контекст предложения
Г. Стереотипы Д. Размер скидки

6. Выберите типы потребностей по Маслоу, чаще всего эксплуатирующиеся в рекламе:
А. Физиологические потребности
Б. Потребности в безопасности
В. Социальные потребности
Г. Потребности в уважении
Д. Потребности в самоактуализации

7. Убедительность рекламного сообщения могут повысить следующие элементы:
А. Юмор Б. Авторитетность источника
В. Аргументированность Г. Использование статистики
Д. Провокация

8. Из перечисленных ниже каналов коммуникации наиболее эффективны для формирования эмоциональной связи с брендом являются:
А. Телевидение Б. Радио В. Социальные сети
Г. Наружная реклама Д. Блоги

Блок 3. Установите соответствие

9. Соотнесите тип рекламного обращения с его целью:

Тип рекламного обращения	Цель
А) Информационное обращение	1) Формирование позитивного отношения к бренду
Б) Убеждающее обращение	2) Предоставление фактов о продукте
В) Напоминающее обращение	3) Стимулирование немедленной покупки
Г) Трансформационное обращение	4) Поддержание осведомленности о бренде

10. Соотнесите когнитивное искажение с его проявлением в рекламе:

Когнитивное искажение	Проявление в рекламе
А) Эффект привязки	1) Сравнение цены товара с завышенной "первоначальной" ценой
Б) Эффект дефицита	2) Ограниченное предложение товара по времени или количеству
В) Эффект потери	3) Акцент на том, что клиент потеряет, если не купит товар
Г) Эффект стадного чувства	4) Демонстрация популярности товара среди других покупателей

11. Соотнесите психологический принцип с его применением в рекламе:

Принцип	Применение в рекламе
А) Принцип взаимности	1) Предоставление бесплатных образцов продукции
Б) Принцип авторитета	2) Использование экспертов в рекламе
В) Принцип симпатии	3) Привлечение известных личностей к рекламе
Г) Принцип социального доказательства	4) Демонстрация положительных отзывов клиентов

12. Соотнесите тип личности с его предпочтениями в рекламе:

Тип личности	Предпочтения в рекламе
А) Экстраверт	1) Реклама, подчеркивающая социальный статус и популярность
Б) Интроверт	2) Реклама, ориентированная на комфорт, уединение и качество
В) Сенсорик	3) Реклама, акцентирующая внимание на конкретных деталях и характеристиках товара
Г) Интуит	4) Реклама, представляющая товар как инновационное решение и возможность для самовыражения

Блок 4. Установите последовательность действий

13. Расположите этапы формирования отношения к бренду в правильной последовательности:

А. Оценка
Б. Информированность
В. Предпочтение
Г. Знание
Д. Приверженность

14. Расположите этапы процесса принятия решения о покупке в правильной последовательности:

А. Оценка альтернатив
Б. Поиск информации
В. Осознание потребности
Г. Покупка
Д. Оценка после покупки

15. Расположите элементы эффективной коммуникации в рекламе в правильной последовательности:

А. Обратная связь
Б. Кодирование
В. Декодирование
Г. Источник
Д. Сообщение
Е. Канал

16. Расположите этапы разработки рекламной кампании в правильной последовательности:

А. Определение целевой аудитории
Б. Разработка креативной концепции
В. Оценка эффективности
Г. Постановка целей и задач
Д. Выбор каналов коммуникации
Е. Реализация кампании

Блок 5. Задание на классификацию

17. Распределите проявления рекламы согласно типу эффекта:

Тип эффекта	Проявление рекламы
А) Краткосрочный эффект Б) Долгосрочный эффект	1) Узнаваемость бренда 2) Немедленная покупка 3) Формирование лояльности 4) Стимулирование импульсивных покупок 5) Создание имиджа компании

18. Распределите примеры из маркетинговой практики по типам подкрепления:

Тип подкрепления	Пример
А) Позитивное подкрепление Б) Негативное подкрепление	1) Акция "Купи один - получи второй в подарок" 2) Предупреждение о последствиях курения 3) Реклама зубной пасты "Защита от кариеса" 4) Призыв "Избегайте подделок!" 5) Розыгрыш призов среди покупателей

19. Распределите приемы рекламы согласно их пути убеждения:

Путь убеждения	Рекламный прием
А) Центральный путь убеждения Б) Периферийный путь убеждения	1) Использование экспертного мнения 2) Привлечение внимания ярким образом 3) Аргументированное представление фактов 4) Влияние через привлекательность источника 5) Детальный анализ характеристик товара

20. Распределите примеры рекламных воздействий согласно их типу восприятия:

Тип восприятия	Рекламное воздействие
А) Осознанное восприятие Б) Неосознанное восприятие	1) Просмотр рекламного ролика в кинотеатре 2) Скрытая реклама (product placement) в фильме 3) Баннерная реклама на сайте, которую замечают не все 4) Чтение рекламной статьи в журнале 5) 25-й кадр в видео

1.2. Сформированность компетенций обучающихся

В результате освоения дисциплины ОП.05. Психология рекламы обучающийся должен показать также и сформированность общих компетенций:

Результат (общие компетенции)	Основные показатели
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам	- самостоятельно организует свою деятельность по выданным заданиям - умеет оценить свои возможности для выполнения поставленных целей, задач, заданий по дисциплине
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	- осуществляет поиск информации в сети Интернет и различных электронных носителях - извлекает информацию с электронных носителей - использует средства ИТ для обработки и хранения информации - представляет информацию в различных формах с использованием разнообразного программного обеспечения - создает презентации в различных формах
ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях ;	- берет на себя ответственность за принятое решение/совершенный поступок - ответственно выполняет разовые/постоянные поручения в группе - может спрогнозировать результат - умеет оценить свои действия, поступки и проанализировать их
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;	- устанавливает позитивный стиль общения - выбирает стиль общения в соответствии с ситуацией - признает чужое мнение - при необходимости отстаивает собственное мнение - принимает критику - ведет деловую беседу в соответствии с этическими нормами - соблюдает официальный стиль при оформлении документов - составляет отчеты, задания в соответствии с запросом и предъявляемыми требованиями - оформляет документы в соответствии с нормативными актами - выполняет письменные и устные рекомендации преподавателя - способен к эмпатии - организует коллективное обсуждение рабочей ситуации
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на	- умеет передавать информацию другому человеку

государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	- способен правильно формулировать свои мысли в устной и письменной формах - способен оценить уровень своих знаний по дисциплине

Критерии сформированности

2 балла - компетенция проявляется постоянно в полной мере (сформирована полностью);

1 балл - компетенция проявляется иногда или неполностью (частично сформирована);

0 баллов - компетенция не проявляется (не сформирована).

Оценка ***профессиональных компетенций (ПК)*** происходит через освоенные знания и умения:

Результат (общие компетенции)	**Основные показатели**
ПК 1.1. Определять целевую аудиторию и целевые группы; ПК 1.3. Проводить анализ конкурентов; ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.	**уметь:** У1 - выявлять различные аспекты рекламного воздействия У2 - владеть технологиями психологического воздействия рекламы на потребителя У3 - владеть основами организации рекламных кампаний **знать:** $З_1$ – основы рекламной коммуникации, ее виды и формы; $З_2$ – основные этапы развития связей с общественностью; $З_3$ - основы психологического воздействия рекламы на потребителя $З_4$ - механизмы рационального и эмоционального влияния рекламы, символических выражений бессознательного и сознательного уровней психики человека в их рационально-эмоциональном балансе.

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.06. Русский язык и культура речи

для специальности 42.02.01 Реклама

Якутск, 2024

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г.

УТВЕРЖДАЮ
Директор АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»
_____ С.Н.Семенов
«15» 04 2024 г.

Рабочая программа дисциплины ОП.06. Русский язык и культура речи разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (далее – ФГОС СПО) по специальности *42.02.01 Реклама,* утвержденного приказом Министерства просвещения РФ от 21.07.2023 г. № 552 (зарегистрирован в Минюсте РФ 22.08.2023 № 74908)

Организация-разработчик: АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»

Составитель:
Жирков Д.Д., преподаватель

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Паспорт рабочей программы дисциплины 4

2. Структура и содержание дисциплины 6

3. Условия реализации рабочей программы дисциплины 10

4. Контроль и оценка результатов освоения дисциплины 13

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.06. РУССКИЙ ЯЗЫК И КУЛЬТУРА РЕЧИ

1.1. Область применения программы

Рабочая программа дисциплины ОП.06. Русский язык и культура речи является частью основной профессиональной образовательной программы СПО – программы подготовки специалистов среднего звена по специальности *42.02.01 Реклама*, входящей в состав укрупненной группы специальностей *42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело.*

1.2 Место дисциплины в структуре образовательной программы:

Дисциплина ОП.06. Русский язык и культура речи является обязательной дисциплиной общепрофессионального учебного цикла.

1.3. Требования к результатам освоения дисциплины:

В результате освоения дисциплины обучающийся **должен уметь:**

У1 - осуществлять речевой самоконтроль; оценивать устные и письменные высказывания с точки зрения языкового оформления, эффективности достижения поставленных коммуникативных задач;

У2 - анализировать языковые единицы с точки зрения правильности, точности и уместности их употребления;

У3 - извлекать необходимую информацию из различных источников: учебно-научных текстов, справочной литературы, средств массовой информации, в том числе представленных в электронном виде на различных информационных носителях;

У4 - создавать устные и письменные монологические и диалогические высказывания различных типов и жанров в учебно-научной (на материале изучаемых учебных дисциплин), социально-культурной и деловой сферах общения;

У5 - применять в практике речевого общения основные орфоэпические, лексические, грамматические нормы современного русского литературного языка;

У6 - соблюдать в практике письма орфографические и пунктуационные нормы современного русского литературного языка;

У7 - соблюдать нормы речевого поведения в различных сферах и ситуациях общения, в том числе при обсуждении дискуссионных проблем;

У8 - использовать основные приемы информационной переработки устного и письменного текста;

знать:

$З_1$ - смысл понятий: речевая ситуация и ее компоненты, литературный язык, языковая норма, культура речи;

$З_2$ - основные единицы и уровни языка, их признаки и взаимосвязь;

$З_3$ - орфоэпические, лексические, грамматические, орфографические и пунктуационные нормы современного русского литературного языка; нормы речевого поведения в социально-культурной, учебно-научной, официально-деловой сферах общения.

с целью овладения **общими компетенциями** (ОК):

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

ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, *предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях*[1];

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;

и **профессиональными компетенциями (ПК):**

ПК 1.1. Определять целевую аудиторию и целевые группы.

ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

1.4. Количество часов на освоение рабочей программы дисциплины:

Объем дисциплины – 42 часа, в том числе

в форме практической подготовки – 22 часа

включает:

объем работы обучающегося во взаимодействии с преподавателем – 36 часов, в том числе

практические занятия – 22 часа;

самостоятельная работа обучающегося – 6 часов

Обязательная часть рабочей программы составляет – 34 часа, вариативная часть – 8 часов.

[1] *Выделенное курсивом не формируется в рамках данной дисциплины*

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Объем дисциплины (всего)	**42**
в том числе:	
в форме практической подготовки	22
Объем работы обучающегося во взаимодействии с преподавателем	**36**
в том числе:	
практические занятия	22
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	**6**
- *выполнение заданий в рабочей тетради*	6

2.2. Формы промежуточной аттестации

1 семестр – дифференцированный зачет

2.2. Тематический план и содержание дисциплины ОП.06. Русский язык и культура речи

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работ (проект) *(если предусмотрены)*		Объем часов	В т.ч. практическая подготовка	Формируемые компетенции
Раздел 1. Нормы русского литературного языка			**30**	*18*	
Тема 1.1. Язык как система речи	*Содержание учебного материала*		*3*		
	1	Понятие о системе языка, его единицах и уровнях, взаимосвязях и отношениях единиц разных уровней языка. Функции языка. Взаимосвязь языкознания с другими дисциплинами	1		ОК 01, ОК 03, ОК 05
	Самостоятельная работа обучающихся		**1**		ОК 01, ОК 03, ОК 05
	Выполнение заданий в рабочей тетради				
Тема 1.2. Понятие культуры речи, её социальные аспекты	*Содержание учебного материала*		*3*		
	1	Понятие культуры речи. Речевая культура. Классификация Стернина. Основные аспекты культуры речи. Языковая норма. Ее особенности. Нормы литературного языка. Качества хорошей речи.	1		ОК 01, ОК 03, ОК 05
	Практические занятия		**2**	2	ОК 01, ОК 03 - ОК 05
	2	**Практическое занятие № 1.** Нормы русского литературного языка			
Тема 1.3 Фонетика и орфоэпия	*Содержание учебного материала*		*3*		
	1	Фонетические единицы языка. Особенности русского ударения. Логическое ударение. Орфоэпические нормы: произносительные и нормы ударения. Варианты русского литературного произношения. Фонетические средства речевой выразительности	1		ОК 01, ОК 03, ОК 05
	Практические занятия		**2**	*2*	ОК 01, ОК 03 - ОК 05
	2	**Практическое занятие № 2**. Орфоэпические нормы			
	Самостоятельная работа обучающихся		**1**		ОК 01, ОК 03, ОК 05
	Выполнение заданий в рабочей тетради				
Тема 1.4 Культура монологической речи	*Содержание учебного материала*		*3*		
	1	Технические характеристики говорения. Особенности монологической речи.	1		ОК 01, ОК 03, ОК 05
	Практические занятия		**2**	2	ОК 01, ОК 03 - ОК 05
	2	**Практическое занятие № 3**. Изобразительно-выразительные средства языка			

Тема 1.5 Общение и коммуникация	*Содержание учебного материала*		*3*		
	1	Общение и коммуникация. Методы успешной коммуникации	1		ОК 01, ОК 03, ОК 05
	Практические занятия		**2**	*2*	ОК 01, ОК 03 - ОК 05
	2	**Практическое занятие № 4.** Техники и упражнения подготовки успешной коммуникации			
Тема 1.6. Невербальное общение	*Содержание учебного материала*		*3*		
	1	Невербальное общение. Визуальные и тактильные средства общения	1		ОК 01, ОК 03, ОК 05
	Практические занятия		**2**	*2*	ОК 01, ОК 03 - ОК 05
	2	**Практическое занятие № 5.** «Такесика, кинесика, проксемика»			
Тема 1.7 Невербальное общение	*Содержание учебного материала*		*2*		
	Практические занятия		**2**	*2*	ОК 01, ОК 03 - ОК 05
	1	**Практическое занятие № 6.** Просодика, гелотология, ольфакция			
Тема 1.8 Лексика	*Содержание учебного материала*		*4*		
	Практические занятия		**4**	*4*	ОК 01, ОК 03 - ОК 05
	1	**Практическое занятие № 7**. Лексические ошибки и их исправления			
	2	**Практическое занятие № 8.** Занимательная фразеология			
	Самостоятельная работа обучающихся		**1**		ОК 01, ОК 03, ОК 05
	Выполнение заданий в рабочей тетради				
Тема 1.9 Словообразование	*Содержание учебного материала*		*2*		ОК 01, ОК 03, ОК 05
	1	Состав слова. Способы словообразования. Словообразовательный анализ и разбор слова по составу. Стилистические ресурсы словообразования	1		
Тема 1.10 Стилистика	*Содержание учебного материала*		***3***		ОК 01, ОК 03, ОК 05
	1	Стили языка. Функциональные стили речи.	1		
	Практические занятия		**2**	*2*	ОК 01, ОК 03 - ОК 05
	2	**Практическое занятие № 9.** Создание текстов разных стилей			
	Самостоятельная работа обучающихся		**1**		ОК 01, ОК 03, ОК 05
	Выполнение заданий в рабочей тетради				
Раздел 2. Культура рекламы			**5**	*3*	
Тема 2.1 Реклама	*Содержание учебного материала*		**2**		
	1	Рекламный слоган	1		ОК 01, ОК 03, ОК 05
	Практические занятия		**1**	*1*	

	2	**Практическое занятие № 10.** Поэзия Маяковского на рекламных вывесках.			ОК 01, ОК 03 - ОК 05 ПК 1.1, ПК 1.4
Тема 2.2 Национальные образы в рекламе	*Содержание учебного материала*				
	Практические занятия		**2**		ОК 01, ОК 03 - ОК 05 ПК 1.1, ПК 1.4
	1	**Практическое занятие № 11.** Национальный характер текста			
	Самостоятельная работа обучающихся		**1**		ОК 01, ОК 03, ОК 05 ПК 1.1, ПК 1.4
	Подбор материалов для выполнения практического задания № 11				
Тема 2.3 Имагологический подход в контексте компаративистики	*Содержание учебного материала*		**5**		
	1	Понятия «межлитературного процесса» и «транснациональной истории литератур» Понятие «художественного сознания». Типы художественного сознания: архаическое/мифопоэтическое; традиционалистское/нормативное, индивидуально-авторское	2		ОК 01, ОК 03, ОК 05 ПК 1.1, ПК 1.4
	Практические занятия		**2**	*1*	ОК 01, ОК 03 - ОК 05 ПК 1.1, ПК 1.4
	2	**Практическое занятие № 12. С**тереотипы в культурном пространстве			
	Самостоятельная работа обучающихся		**1**		ОК 01, ОК 03, ОК 05 ПК 1.1, ПК 1.4
	Выполнение заданий в рабочей тетради				
		Дифференцированный зачет	**2**		
		Всего по ОП.06	**42**	**22**	

2.3 Вариативная часть дисциплины

№ п/п	Наименование тем	Количество часов	Примечание
2	Самостоятельная работа	6	Для совершенствования знаний и умений
3	Промежуточная аттестация	2	Для проверки знаний и умений по ОП.06
	ИТОГО:	**8**	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Материально-техническое обеспечение

Реализация рабочей программы дисциплины проходит в кабинете социально-гуманитарных дисциплин.

Оборудование кабинета:

- Рабочее место для преподавателя: персональный компьютер в сборе (Процессор: Ryzen3 3 5300G (либо аналог, 4 ядра и 4-8 потоков) Оперативная память: 8gb DDR4 3200 Mhz Накопитель: 256GB ssd.) – 1 шт.
- Короткофокусный проектор Optoma X309ST – 1 шт.
- Учебная маркерная доска белая – 1 шт.
- Стол ученический Классик двухместный регулируемый, №4-6 СУР А.02.46 проект НМ-035.04.02 – 29 шт.
- Стул ученический Стандарт, №4-6 СТУР А 02.46.Ф проект НМ-035.30.02 – 57 шт.

3.2. Учебно-методическое обеспечение

По дисциплине ОП.06. Русский язык и культура речи разработана учебно-методическая документация:

- рабочая программа дисциплины;
- оценочные материалы;
- методические указания по выполнению заданий на практических занятиях;
- методические указания по выполнению самостоятельной работы.

3.3. Информационное обеспечение обучения

Нормативные документы

1. Федеральный закон от 01.06.2005 N 53-ФЗ «О государственном языке Российской Федерации»
2. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе»

Учебная литература:

1. Голубева, А. В. Русский язык и культура речи: учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. В. Голубева; под редакцией А. В. Голубевой. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 386 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-7623-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/535492 (дата обращения: 04.04.2024).

2. Русский язык и культура речи. Практикум. Словарь: учебно-практическое пособие для среднего профессионального образования / В. Д. Черняк [и др.]; под общей редакцией В. Д. Черняк. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 525 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03886-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/536765 (дата обращения: 04.04.2024).

Дополнительная литература:

1. Ващенко Е.Д. "Русский язык и культура речи", "Феникс", 2008

2. Бельчиков Ю.А. Практическая стилистика современного русского языка. – М.: АСТ-ПРЕСС КНИГА, 2008.

3. Варламова И.Ю., Будильцева М.Б. Деловой этикет. Основы делового общения. Курс лекций: Учебное пособие. – М.: РУДН, 2011.

4. Сидорова М.Ю., Савельев В.С. Русский язык. Культура речи: конспект лекций. М.: Айрис-пресс, 2008.

5. "Русский язык и культура речи" под ред. В.Д. Черняк. САГА-ФОРУМ, 2006.

6. Сборник упражнений и тестовых заданий по культуре речи, под ред. В.Д. Черняк. САГА-ФОРУМ, 2006

Электронные образовательные ресурсы:

Сайты, блоги, электронные библиотеки

1. Код доступа: как бизнесу грамотно говорить по-русски и не потерять голос. - [Электронный ресурс]. URL: https://sbersova.ru/sections/economy/novye-pravila-russkogo-yazyka-dlya-biznesa-2024

Дополнительная электронная литература/учебные пособия, материалы, статьи

1. Литературное редактирование рекламного текста: Практикум. – Нижний Новгород: Нижегородский госуниверситет, 2016. – 17 с. [Электронный ресурс]. URL: http://www.unn.ru/books/met_files/advertisement.pdf

Видеоматериалы/ виртуальные музеи/интерактивные презентации

1. Русский язык в рекламе. Дмитрий Григорьев. 21.06.2022. [Электронный ресурс]. URL: https://rutube.ru/video/5815d3f7d43e8c0558dab24a60233cec/

Тренажеры/ тесты/ кейсы/ материал для практикума/ бесплатные онлайн курсы

1. Тесты по русскому языку. [Электронный ресурс]. URL: https://testometrika.com/russian/
2. Тест на грамотность. [Электронный ресурс]. URL: https://gram.cerm.ru/
3. Яндекс Игры. Тесты по русскому языку. [Электронный ресурс]. URL: https://yandex.ru/games/app/202616

4 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка запланированных результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе текущего контроля знаний, проверки выполнения заданий практических занятий и самостоятельной работы, а также во время промежуточной аттестации.

Оценка качества подготовки обучающихся осуществляется через оценку знаний, умений по дисциплине и сформированность компетенций.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	**Формы и методы контроля и оценки результатов обучения**	
	Текущий контроль	**Промежуточная аттестация**
уметь:		
У1 - осуществлять речевой самоконтроль; оценивать устные и письменные высказывания с точки зрения языкового оформления, эффективности достижения поставленных коммуникативных задач;	- оценка выполнения заданий на практических занятиях; - оценка выполнения заданий самостоятельной работы	- дифференцированный зачет
У2 - анализировать языковые единицы с точки зрения правильности, точности и уместности их употребления;		
У3 - извлекать необходимую информацию из различных источников: учебно-научных текстов, справочной литературы, средств массовой информации, в том числе представленных в электронном виде на различных информационных носителях;		
У4 - создавать устные и письменные монологические и диалогические высказывания различных типов и жанров в учебно-научной (на материале изучаемых учебных дисциплин), социально-культурной и деловой сферах общения;		
У5 - применять в практике речевого общения основные орфоэпические, лексические, грамматические нормы современного русского литературного языка;		
У6 - соблюдать в практике письма орфографические и пунктуационные нормы современного русского литературного языка;		
У7 - соблюдать нормы речевого поведения в различных сферах и ситуациях общения, в том числе при обсуждении дискуссионных проблем;		
У8 - использовать основные приемы		

информационной переработки устного и письменного текста;		
знать:		
З1 - смысл понятий: речевая ситуация и ее компоненты, литературный язык, языковая норма, культура речи;	оценка выполнения заданий на практических занятиях; - оценка участия обучающегося в беседе; - устный опрос; - оценка выполнения заданий самостоятельной работы	- дифференцированный зачет
З2 - основные единицы и уровни языка, их признаки и взаимосвязь;		
З3 - орфоэпические, лексические, грамматические, орфографические и пунктуационные нормы современного русского литературного языка; нормы речевого поведения в социально-культурной, учебно-научной, официально-деловой сферах общения		

Оценка ***общих компетенций (ОК)***:

Результат (общие компетенции)	**Основные показатели**
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам	- самостоятельно организует свою деятельность по выданным заданиям - умеет оценить свои возможности для выполнения поставленных целей, задач, заданий по дисциплине
ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, *предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях*;	- берет на себя ответственность за принятое решение/совершенный поступок - ответственно выполняет разовые/постоянные поручения в группе - может спрогнозировать результат - умеет оценить свои действия, поступки и проанализировать их
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;	- устанавливает позитивный стиль общения - выбирает стиль общения в соответствии с ситуацией - признает чужое мнение - при необходимости отстаивает собственное мнение - принимает критику - ведет деловую беседу в соответствии с этическими нормами - соблюдает официальный стиль при оформлении документов - составляет отчеты, задания в соответствии с запросом и предъявляемыми требованиями - оформляет документы в соответствии с нормативными актами - выполняет письменные и устные рекомендации преподавателя

	- способен к эмпатии - организует коллективное обсуждение рабочей ситуации
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	- умеет передавать информацию другому человеку - способен правильно формулировать свои мысли в устной и письменной формах - способен оценить уровень своих знаний по дисциплине

Оценка ***профессиональных компетенций (ПК)*** происходит через освоенные знания и умения.

Критерии и методы оценки запланированных результатов освоения дисциплины отражены в оценочных материалах.

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

Русский язык и культура речи

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
по выполнению заданий на практических занятиях
для специальности 42.02.01 Реклама

Якутск, 2024

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г.)

Методические указания составлены в соответствии с рабочей программой по дисциплине ОП.06 Русский язык и культура речи

Разработчик: АНО СПО «Цифровой колледж Синергия»

Составитель:
Жирков Д.Д., преподаватель

Пояснительная записка

Настоящие методические указания для выполнения практических занятий составлены в соответствии с рабочей программой дисциплины общепрофессионального цикла ОП.06 Коммуникативные технологии для специальности 42.02.01 Реклама.

Дисциплина ОП.06. Русский язык и культура речи является обязательной дисциплиной общепрофессионального учебного цикла.

В результате освоения дисциплины обучающийся **должен**

уметь:

У1 - осуществлять речевой самоконтроль; оценивать устные и письменные высказывания с точки зрения языкового оформления, эффективности достижения поставленных коммуникативных задач;

У2 - анализировать языковые единицы с точки зрения правильности, точности и уместности их употребления;

У3 - извлекать необходимую информацию из различных источников: учебно-научных текстов, справочной литературы, средств массовой информации, в том числе представленных в электронном виде на различных информационных носителях;

У4 - создавать устные и письменные монологические и диалогические высказывания различных типов и жанров в учебно-научной (на материале изучаемых дисциплин), социально-культурной и деловой сферах общения;

У5 - применять в практике речевого общения основные орфоэпические, лексические, грамматические нормы современного русского литературного языка;

У6 - соблюдать в практике письма орфографические и пунктуационные нормы современного русского литературного языка;

У7 - соблюдать нормы речевого поведения в различных сферах и ситуациях общения, в том числе при обсуждении дискуссионных проблем;

У8 - использовать основные приемы информационной переработки устного и письменного текста;

знать:

З1 - смысл понятий: речевая ситуация и ее компоненты, литературный язык, языковая норма, культура речи;

З2 - основные единицы и уровни языка, их признаки и взаимосвязь;

З3 - орфоэпические, лексические, грамматические, орфографические и пунктуационные нормы современного русского литературного языка; нормы речевого поведения в социально-культурной, учебно-научной, официально-деловой сферах общения.

с целью овладения **общими компетенциями** (ОК):

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

ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, *предпринимательскую деятельность в профессиональной*

сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях[1];

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;

и **профессиональными компетенциями (ПК):**

ПК 1.1. Определять целевую аудиторию и целевые группы.

ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

[1] *Выделенное курсивом не формируется в рамках данной дисциплины*

Практическое занятие № 1
Тема: Нормы русского литературного языка

Цель: формирование навыков норм сочетания лексических единиц.

Оснащение: тетрадь для практических работ, раздаточный материал.

Время выполнения: 2 часа

Ход работы

1. Прочитайте и законспектируйте нормы литературного языка, указанные в раздаточном материале.

2. Решите тест

1. В каком случае вопросы не соответствуют нормам управления?
   1) поражаться — кому? чему?
   2) восхищаться — кем? чем?
   3) возмущаться — кем? чем?
   4) удивляться — на кого? что?

2. В каком случае вопросы не соответствуют нормам управления?
   1) рад — кому? чему?
   2) обеспокоен — кем? чем?
   3) доволен — за кого? что?
   4) спокоен — за кого? за что?

3. В каком случае вопросы не соответствуют нормам управления?
   1) отзыв — на что?
   2) вера — во что?
   3) рецензия — на что?
   4) уверенность — в чем?

4. В каком предложении содержится ошибка, вызванная нарушением норм управления?
   1) Надо пожелать школьникам новых успехов в учебе.
   2) Некоторые предприятия тормозят выполнение общих планов.
   3) Экскурсии по городу вызывают интерес не только туристов, но и коренных жителей.
   4) А потом оказалось, что эти претензии ни на чем не обоснованы.

5. В каком предложении содержится ошибка, вызванная нарушением норм управления?
   1) Уверенность в свои силы была его отличительной чертой.
   2) Поэт воспевает свою Родину, отчий край.

3) Нужно не только говорить о проблемах бездомных детей, но и что-то делать для улучшения их жизни.

4) Молодые хоккеисты были разочарованы результатами первой встречи.

6. Найдите вариант правильного употребления падежных форм.

1) Эти факты говорят за то, что школьники совсем перестали читать.

2) О трудностях я остановлюсь в дальнейшем.

3) Неоднократно подчеркивалось то, что прямолинейный подход к предмету обедняет результаты исследования.

4) Участники обсуждения подтверждали свои предложения на примерах.

7. Найдите вариант правильного употребления падежных форм.

1) Девочка очень бережно относилась с книгами.

2) Мой одноклассник недавно поделился о своих впечатлениях от поездки в Москву.

3) В поэме «Кому на Руси жить хорошо» Некрасов подробно описывает положение крестьян.

4) При входе в автобус необходимо оплатить за проезд.

8. В каком случае глагол требует постановки существительного в форме дательного падежа?

1) препятствовать (развитие)

2) примириться (недостатки)

3) отчитаться (работа)

4) приветствовать (победители)

9. В каком случае глаголы требуют постановки существительного в форме творительного падежа?

1) поздравить (награда)

2) уклониться (ответ)

3) разочароваться (профессия)

4) убедиться (правота)

10. Какого падежа требуют предлоги согласно, благодаря, вопреки?

1) родительного падежа

2) винительного падежа

3) дательного падежа

4) творительного падежа

Система оценивания:

Каждый правильный ответ – 1 балл. Всего – 10 баллов

«отлично» - 10 баллов **«удовлетворительно» - 6-5 балла**

«хорошо» - 9-7 балла **«неудовлетворительно» - ниже 5 баллов**

Практическое занятие № 2
Тема: Орфоэпические нормы

Цель: закрепление орфоэпических правила.
Оснащение: тетрадь для лекционных, практических работ, раздаточный материал.
Время выполнения :2 часа

Ход работы

Используя теоретический материал в лекционной тетради, выполните следующие задания:
1. Сделайте фонетический разбор выделенных жирным шрифтом слов.
Что может **быть** драгоценнее, как **ежедневно** входить в **общение** с мудрейшими **людьми** мира.

2. Затранскрибируйте выделенные слова.
Умная, **вдохновенная** книга **нередко решает** судьбу человека.

3. Спишите слова. Расставьте правильно ударение.
Творог, баловать, газопровод, диспансер, звонишь, закупорить, искра, красивее, намерение, новорожденный, обеспечение, осведомиться, премировать, принял, приняла, пуховый, кухонный, ржаветь, свекла, симметрия, средства, убыстрить, усугубить, хаос, ходатайствовать, черпать, шелохнуться, щавель, договор, зубчатый, кремень, облегчить, принудить, характерный (человек), характерный (поступок), маркетинг, торты, банты, включишь, завидно, жалюзи, иконопись, каталог, обнял, обняла, поднял, подняла, сливовый, танцовщица, яслей, оптовый, кулинария, уведомить.

4. Найдите и выпишите те слова, у которых написание полностью совпадает с произношением.
Асфальт, астматик, бадминтон, грести, конечно, яичница, дикобраз, дуршлаг, инцидент, квартплата, противень, коридор, крыжовник, почерк, праздничный, макулатура, лаборатория, пельмени, почтамт, пуловер, пиджак, сандалии, туристский, троллейбус, уплачено.

5. Определите и запишите слова, в которых ударение является фиксированным.
Аэропорт, средства, шарады, блюда, должностей, областей, простыней, прибылей, шарфов, яслей, госпиталей, граблей, кружевец, сажень, мехи, перепела, побасенок.

6. Разделите слова на три группы в зависимости от произношения сочетания ЧН:
а) ЧН; б) ШН; в) ЧН/ШН:
Булочная, горчичник, подсолнечник, перечница, конечно, копеечный, Кузьминична, нарочно, очечник, порядочный, скворечник, сливочный, шапочный, ячневая, яичница.

Система оценивания:
95-100% - «5» 75-94 % - «4» 50-74 % - «3» Менее 50 % - «2»

Практическое занятие № 3
Тема: Изобразительно-выразительные средства языка

Цель: уметь определять средства выразительности языка в стихотворных текстах.
Оснащение: тетрадь для лекционных, практических работ, раздаточный материал.
Время выполнения:2 часа

Ход работы

1. Найдите средства выразительности в данном стихотворении: риторический вопрос, метафора, олицетворение.

Ну, здравствуй, осень! Ты так печальна…
Я буду кофе… Давай со мной?
Хандра на сердце… Уже банально…
И город в мыслях совсем чужой.

В записках чувства иссякли светом,
Ты разучила меня писать.
Одни вопросы… и ноль ответов…
От слез промокла опять тетрадь.

И сны не снятся, а раньше в красках
Цветных летала я до утра…
Но жизнь сломала упрямо сказку.
Жестокость смысла таит игра.

Да, ладно… Хватит… Забыла зонтик…
Простуда, кашель и боль стрелой…
Ну, здравствуй, осень… седой синоптик…
Я буду кофе… А ты со мной?

2. Найдите средства выразительности в данном стихотворении: ирония, инверсия, метафора.

А мы будем гулять по листве в ноябре,
Бросив бизнесы и машины.
Мне так нравится вся эта чушь о ребре
Богом созданного мужчины.
И я руки сомкну под твоим пальто,
Вроде как, на законном месте.
Под рубцом забинтованная бинтом
Богом созданная невеста.

3. Найдите средства выразительности в данном стихотворении: сравнение, аллитерация, анафора.

Будто монетки на мокром асфальте
Листья березы в лужах лежат.
Медленно падают, все устилают
Желтым ковром…осинки дрожат.

Можно шуршать, по аллеи шагая…
Можно в лукошко их собирать
Вместе с грибами, что скрылись под елкой…
Осень пришла и пришла — благодать!

4. Найдите средства выразительности в данном стихотворении: градация, олицетворение, инверсия.

Ваза вишнёвая, полная роз,
Роз из соцветий изменчивых теней,
С листьями ветра, бутонами грёз,
Запахом колким ночи осенней.

Паук одевает мой дом паутиной,
А пёс неуклюже мечтает о рае.
Я тушью рисую созвездья под сливой –
Нелепые мысли и осень сырая.

Дождь, звёздами полный, сочится сквозь крышу,
и капель круги разбавляют мой чай.
О, я бы впустила бездомную вишню
в мой дом как в придуманный рай!

5. Найдите средства выразительности в данном стихотворении: риторическое восклицание, анафора, градация.

Солнце плечи лижет,
Полуплечи-крылья.
Стой!
Не надо ближе, -
Рядом станешь пылью!
Пусть теперь – упала,
Пусть крыло измято,
Тени от металла
Вьются косовато.
Смерть своим дыханьем
Лик посеребрила,
Но душе страданья
Лучше, чем могила.
Ввысь! До капель пресных,
До лучей горячих!
Умереть – воскреснуть,
Ввысь! а как иначе
Быть?

6. Найдите средства выразительности в данном стихотворении: метафора, олицетворение, эпитет.

Свет от луны этой сонной долины,
Словно невеста, дрожит на реке,
Меркнут деревьев рубцовые спины,
Взбило зверье травяные перины,
Словно все умерло… словно во сне…
Лишь тишина навострила дыханье…
Ждет, опасается…стук топора!
Звон! И трещит тишина умирая,
Корчится в муках, в болото ныряя,
Там не воскреснет всю ночь до утра!
В эту лесную дремОту из ада
Нечисть слетается, пляшут костры!
Эти красивы, одни без парада…
Этим одежда – их козьи хвосты.
Дикие вопли, причастья из кубка,
Кровь и желанье – в единый клубок,
Посох из ивы, из черепа ступка,
Рук веревье и сплетение ног.
В этом чарующем шабаше ночи,
В стонах бесовских, под пение сов,
Из-под земли и от адовых зодчих
Вырвалась прочь королева лесов.

7. Найдите средства выразительности в данном стихотворении: инверсия, риторический вопрос, гипербола.

Облака плывут большие…
Ничего не скажем, ничего не спросим,
Словно мы совсем чужие.
А за нами где-то середина лета,
И прошедших встреч тепло,
У берез и сосен тихо бродит осень,
Неужели всё прошло…
Ветер тронет лужи и листву закружит,
Там, где шли с тобой когда-то,
Пусть в обиде каждый, но поймем однажды,
Что любовь не виновата.
Только где ж ты, где ты, середина лета,
В полевых цветах земля?
У берез и сосен тихо бродит осень,
А в глазах, а в глазах уже зима…
А за нами где-то середина лета
И прошедших встреч тепло.
У берез и сосен тихо бродит осень,
Неужели всё прошло.

8. Найдите средства выразительности в данном стихотворении: сравнение, анафора, метафора.

Так таинственны и так прозрачны,
Словно капельки не выпитой росы,
Словно чье-то паутиновое счастье.

Я хочу задать один вопрос,
Но ответьте на него мне только честно…

Вы влюблялись осенью всерьез,
Когда листьям под ногами тесно?

Если нет, то это не беда.
Не грустите, лучше улыбнитесь.
Осень – это чудная пора!
Осенью – попробуйте влюбитесь!

9. Найдите средства выразительности в данном стихотворении: олицетворение, аллитерация, сравнение.

Весть о том, что лету вышел срок,
Мне принес, тихонько стукнув в раму,
Маленький оранжевый листок.
Ветер стал на время почтальоном.
Всем спешит доставить по письму,
Рассыпает под ноги влюбленным
Яркую осеннюю листву.
Солнце разливает щедро краски,
В кронах тихо зазвучал ноктюрн,
Мир преображается как в сказке,
Получив наряды "от кутюр".
Осень рассыпается на гаммы,
Ветер кружит в танце озорном.
Пару листьев, словно гвоздь программы,
Мне подарит рыжий почтальон.
Осень рассылает телеграммы
Яркие, веселые, живые...

10. Найдите средства выразительности в данном стихотворении: оксюморон, анафора, сравнение.

Как мимолетна тень осенних ранних дней,
Как хочется сдержать их раннюю тревогу
И этот желтый лист, упавший на дорогу,
И этот чистый день, исполненный теней, -
Затем, что тени дня – избытки красоты,
Затем, что эти дни спокойного волненья
Несут, дарят последним вдохновеньям
Избыток отлетающей мечты.

11. Найдите средства выразительности в данном стихотворении: сравнение, риторическое восклицание, олицетворение.

Три раза пытать приходила.
Я с криком тоски просыпалась
И видела тонкие руки
И темный насмешливый рот.
«Ты с кем на заре целовалась,
Клялась, что погибнешь в разлуке?
И жгучую радость таила,
Рыдая у черных ворот?
Кого ты на смерть проводила,
Тот скоро, о, скоро умрет».
Был голос как крик ястребиный,
Но странно на чей-то похожий.
Все тело мое изгибалось,
Почувствовав смертную дрожь,
И плотная сеть паутины
Упала, окутала ложе…
О, ты не напрасно смеялась,
Моя непрощенная ложь!

12. Найдите средства выразительности в данном стихотворении: градация, олицетворение, инверсия.

Небо, такое небо.
Горы, прекрасные горы.
Море, бескрайнее море.
Ветер гуляет в поле.
Дождик, как мальчик, плачет.
В шортах по лужам скачет.
Дождик, он тёплый дождик.
В мире он что-то значит.
Волны печалью полны,
Берег любимый ищут.
Тихо шумят и дышат,
Берег далёкий слышат.
Где-то ручей заплакал.
Струйками слёз закапал.
В речку, как в мать, влюбился.
С ней воедино слился.
Стонет гитара, стонет.
Пальцами струны тронет.
В душу любовь вливает,
Ранит и убивает.
Разве он не прекрасен.
Мир этот мой от Бога.
Я нарисую солнце.
Радости счастья много.

13. Найдите средства выразительности в данном стихотворении: аллегория, риторический вопрос, инверсия.

Я дверь, к которой нет ключа;
Мне жребий тягостный достался,
Мной кто-то хлопнул сгоряча
И ключ доверия сломался.
Я дверь, к которой нет ключа,
Напрасно воры по привычке
У ржавых скважин хлопоча,
Украдкой ищут к ним отмычки.
Я дверь, к которой нет ключа;
Не раз разбить меня пытались,
Ногами грязными стуча,
Но так за дверью и остались.
Я дверь, к которой нет ключа;
Зачем ключи к открытой двери?
Войди – за ней горит свеча,
Она зовет любить и верить.
Ты дверь откроешь лишь любя,
Поверь, открыть меня не сложно,
Не от себя, а на себя,
Открой, войди, но осторожно.

14. Найдите средства выразительности в данном стихотворении: метонимия, сравнение, олицетворение.

Был полон воздух вспышек искровых,
Бежали дни - товарные вагоны,
Летели дни. В неистовстве боев,
В изодранной шинели и обмотках
Мужала Родина - и песней-вьюгой
Кружила по истоптанным полям.

Бежали дни... Январская заря,
Как теплый дым, бродила по избушке,
И, валенками уходя в сугроб,
Мы умывались придорожным снегом,
Пока огонь завертывал бересту
На вылизанном гарью очаге.

15. Найдите средства выразительности в данном стихотворении: ирония, метафора, олицетворение.

Стучат часы. Шуршит газетой мышь.
"Ну что ж! Пора!"- мне говорит товарищ,
Хороший, беспокойный человек
С веселым ртом, с квадратным подбородком,
С ладонями шершавее каната,
С висками, обожженными войной.

Опять с бумагой шепчется перо,
Бегут неостывающие строки
Волнений, дум. А та, с которой жизнь,
Как звездный ветер, умными руками,
Склонясь к огню, перебирает пряжу –
Прекрасный шелк обыкновенных дней.

16. Найдите средства выразительности в данном стихотворении: градация, риторическое восклицание, анафора.

Когда на лице твоем холод и скука,
Когда ты живешь в раздраженье и споре,
Ты даже не знаешь, какая ты мука,
И даже не знаешь, какое ты горе.

Когда ж ты добрее, чем синь в поднебесье,
А в сердце и свет, и любовь, и участье,
Ты даже не знаешь, какая ты песня,
И даже не знаешь, какое ты счастье!

17. **Найдите средства выразительности в данном стихотворении: гипербола, сравнение,**
К чему копить ничтожные обиды,
Им не давать исчезнуть без следа,
Их помнить, не показывая виду
И даже улыбаясь иногда?

Они мелки, но путь их страшно долог,
И с ними лучший праздник нехорош.
Они – как злой блуждающий осколок:
Болит внутри, а где – не разберешь.
Вот почему я их сметаю на пол,
Пускай не все, но большую их часть.
Осколок только кожу оцарапал,
А мог бы в сердце самое попасть.

18. Найдите средства выразительности в данном стихотворении: ирония, анафора, метафора.

Лапа моя, лапа,
Носа моя, носа,
Я научусь плакать
Тихо и безголосо.
Я научусь думать
Много и без истерик,
Гордость запру в трюмы
И научусь ВЕРИТЬ!

Чуда моя, чуда,
Рада моя, рада,
Хочешь, с тобой буду
Весь выходной рядом?
Хочешь, прижмись с лаской
Мокрым своим носом.
Хочешь про снег сказку?
Только ЖИВИ, пёса!

19. Найдите средства выразительности в данном стихотворении: анафора, градация, сравнение.

Медлительной чредой нисходит день осенний,
Медлительно крутится желтый лист,
И день прозрачно свеж, и воздух дивно чист -
Душа не избежит невидимого тленья.

Так, каждый день стареется она,
И каждый год, как желтый лист кружится,
Всё кажется, и помнится, и мнится,
Что осень прошлых лет была не так грустна.

20. Найдите средства выразительности в данном стихотворении: эпитет, инверсия, гипербола.

Пускай был день мучителен до слёз,
Исполненный язвительной печали. –
Твой поцелуй и аромат волос
Меня в ночи отдохновеньем ждали.

Пусть злого дня безжалостный пожар
Во мне доверье к жизни жег без меры –
Твоя ладонь, как благодатный дар,
Мне ночью возвращала скрепы веры.

И пусть весь мир, с бессмысленной борьбой,
От альфы до омеги тек в забвенье –
Серебряно парило надо мной
Твоих блаженных рук успокоенье.

21. Найдите средства выразительности в данном стихотворении: метафора, градация, инверсия.

Ну, здравствуй, осень! Ты так печальна…
Я буду кофе… Давай со мной?
Хандра на сердце… Уже банально…
И город в мыслях совсем чужой.

В записках чувства иссякли светом,
Ты разучила меня писать.
Одни вопросы… и ноль ответов…
От слез промокла опять тетрадь.

И сны не снятся, а раньше в красках
Цветных летала я до утра…
Но жизнь сломала упрямо сказку.
Жестокость смысла таит игра.

Да, ладно… Хватит… Забыла зонтик…
Простуда, кашель и боль стрелой…
Ну, здравствуй, осень… седой синоптик…
Я буду кофе… А ты со мной?

22. Найдите средства выразительности в данном стихотворении:

Продышу я на кухне глазок,
Как в монокль, на улицу гляну.
И отправлюсь за хлебом в киоск
По тропинке, притихшей в тумане.

С тишиною домов заодно
На дворе нет ни лая, ни шума.
Облепила деревья чудно
Зимних гусениц белая уйма.

Заплутался огонь ветерка
У лица в рукавичине старой.
Из-под хмурых бровей куржака
Дверь взирает судьбою усталой.

Немота и туман, что сквозит,
И мороз, что сильнее и строже –
Все похоже на новую жизнь,
Никудышную жизнь все похоже.

Что-то вдруг вдалеке застучит.
Что-то вдруг загудит попозже.
Может, это тачанка строчит
Или мчится уже бронепоезд?..

Критерии оценивания:
Каждое средство – 1 балл
Всего – 66 баллов
65-66 – «отлично»
64-49 – «хорошо»
48-33 – «удовлетворительно»
менее 33 – «неудовлетворительно»

Практическое занятие № 4
Тема: Техники и упражнения подготовки успешной коммуникации

Цель: научиться управлять своим голосом, контролировать себя во время выступления на публике.

Оснащение: тетрадь для практических работ, тетрадь для лекций, раздаточный материал.

Время выполнения: 2 часа

Ход работы

Используя теоретический материал в лекционной тетради, закрепите каждый метод практическими упражнениями.

1. Метод «Фальшивые ноты»
Техника «Настройщики»
Проанализируйте выступление. Найдите «фальшивые ноты» спикера.

2. Метод «Говорите так, чтобы на вас хотелось взглянуть»
Упражнение «Основа речи» (Дикция)
Составьте скороговорку для отработки дикции.

ОБРАЗЕЦ ВЫПОЛНЕНИЯ:
ОСИП ОХРИП,
АРХИП ОСИП

Упражнение «Мелодия джунглей» (Интонация)
Составьте такой набор звуков, чтоб с помощью их произнесения можно было отработать дикцию и интонацию.

ОБРАЗЕЦ ВЫПОЛНЕНИЯ:
КЛЕ РЛУ ФЛА ЛРО
Произнести фразу разными интонациями (базовыми):

- грусти
- радости
- злости
- спокойствия

Упражнения для развития речи
Запишите небольшой текст для чтения вслух для отработки навыков чтения и говорения вслух.
Запишите составленный текст на диктофон, прослушайте. Запишите услышанные недостатки (если таковые имеются).

3. Метод «Работайте над своим телом»
Упражнение «Стержень коммуникации»
Придумайте и запишите упражнение, которое вам бы помогло сосредоточиться, успокоиться перед выступлением.

ОБРАЗЕЦ ВЫПОЛНЕНИЯ:
Представьте, что вам сейчас необходимо выступить перед слушателями. Сделайте вдох через рот, тянуться головой вверх, выпрямляя позвоночник. Выдыхать медленно.

4. Метод «Доносите мыль каждому индивидуально»

Упражнение «Чемоданчик спикера»
Используя раздаточный материал и Интернет-ресурсы, найдите и запишите в тетрадь для практических работ необходимую информацию, которая будет вами использована для успешного выступления по выбранной ранее теме, и ориентируясь на 4 типа слушателей:

- факт
- цитату
- стихотворение/ притча
- новость

ОБРАЗЕЦ ВЫПОЛНЕНИЯ:
Тема выступления «Успешный спикер».

Факт: страх перед публичным выступлением стоит на 2 месте после страха войны.

«Красноречие – искусство покорять умы» (Платон, 347 в. до н.э., греческий философ)

Стихотворение:

Оратор, кто ты? Открой уста свои,
Людей бездумных за собой веди!
Молю тебя, о жизни ты нам спой,
Строки слагая, будто бы игрой.

Новость: появились в Интернет-ресурсах полезные чек-листы для успешной коммуникации.

Система оценивания:
95-100% - «5» 75-94 % - «4» 50-74 % - «3» Менее 50 % - «2»

Практическое занятие № 5
Тема: Такесика, кинесика, проксемика

Цель: узнать виды невербального общения, влияние невербального общения на коммуникацию.

Оснащение: тетрадь для практических работ, мультимедиа.

Время выполнения: 2 часа

Ход работы

1. Ознакомьтесь с видеофайлом и ответьте на следующие вопросы:

1. Что такое такесика?
2. Перечислите виды рукопожатий. Какие из них допустимы при деловом общении?
3. Что такое кинесика?
4. Перечислите составляющие элементы кинесики.
5. Перечислите виды жестов. Приведите примеры на каждый вид.
6. Что такое проксемика? Перечислите виды дистанций.
7. Возможен ли переход из одной дистанции в другую? Объясните свой ответ.
8. Какие факторы необходимо учитывать при использовании невербальных средств?
9. На какие сферы деятельности вы бы разделили все невербальные средства? Перечислите.

2. Прокомментируйте следующие высказывания:

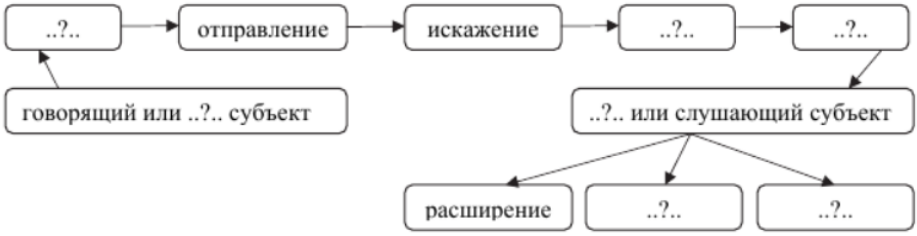
Молчат гробницы, мумии и кости, – лишь слову жизнь дана:
Из древней тьмы, на мировом погосте, звучат лишь Письмена.
И нет у нас иного достоянья! Умейте же беречь
Хоть в меру сил, в дни злобы и страданья, наш дар бессмертный – речь.

И.А. Бунин «Слово»

Всякий, кого занимает вопрос, почему у каждого человеческого сообщества свое миропонимание, как последнее воспринимается, сохраняется и становится общим достоянием, должен прислушаться к речи, правящей этим сообществом, прислушаться к разговорам.

Майкл Моэрман «Говорящая культура»

3. Заполните пустые графы схемы передачи информации при вербальной коммуникации.



4. Прочитайте текст и объясните причины расхождения информации на «входе» и «выходе», используя свои знания о механизмах коммуникации.

09.01.1991 министр иностранных дел Ирака Тарик Азиз и госсекретарь США Джеймс Бейкер встретились в Женеве, чтобы в последний раз попытаться найти компромисс и избежать войны. Рядом с Азизом сидел брат иракского президента Саддам Хусейн. Бейкер в ходе переговоров использовал только вербальный канал коммуникации, не учитывая особенностей использования паралингвистических средств коммуникации в арабской культуре. Он четко и ясно заявил, что США атакуют Ирак, если тот не выведет свои войска из Кувейта. Однако члены иракской делегации больше внимания уделили не тому, что он сказал, а тому, как это было сказано, и пришли к выводу о том, что американцы своей угрозы не реализуют. В Багдад было передано следующее: «The Americans will not attack. They are weak. They are calm. They are not angry. They are only talking» (букв. «Американцы атаковать не будут. Они слабы. Они спокойны. Они не сердиты. Они только говорят»). Через 6 дней американцы начали операцию «Буря в пустыне», унесшую жизни 175 человек.

(Ларина Т. В. Категория вежливости и стиль коммуникации: Сопоставление английских и русских лингво-культурных традиций. Режим доступа: http://www.e-reading.org.ua/ bookreader.php/137743/Larina_)

5. Прочитайте письмо, посланное редактором одной из пекинских газет британскому журналисту, и ответьте на вопросы:

1) Какова была коммуникативная цель высказывания?

2) Чем характеризуется речевой стиль данного письма?

3) Является ли он типичным для китайской деловой коммуникации?

4) Как, по вашему мнению, воспринял ответ редакции журналист?

5) Предположите возможную интерпретацию этого сообщения представителями русской, японской и немецкой лингвокультур.

Мы прочитали Вашу рукопись с безграничным наслаждением. Но если бы мы напечатали Вашу работу, то лишили бы себя возможности в будущем публиковать работы более слабого уровня. Поскольку представляется совершенно исключённым увидеть что-либо равноценное в ближайшее тысячелетие, мы, к нашему глубочайшему сожалению, вынуждены отклонить Вашу божественную рукопись. Мы приносим тысячу извинений и просим снисхождения за нашу неосмотрительность и боязливость».

Практическое занятие № 6
Тема: Просодика, гелотология, ольфакция

Цель: узнать виды невербального общения, влияние невербального общения на коммуникацию.

Оснащение: тетрадь для практических работ, мультимедиа.

Время выполнения: 1 час

Ход работы

1. Ознакомьтесь с видеофайлом и ответьте на следующие вопросы:

1. Что такое просодика? Перечислите составляющие элементы просодики. Какие из элементов, по вашему мнению, особенно влияют на коммуникацию, объясните свой выбор.
2. Что такое гелотология? Укажите, какие типы характера человека выделяет наука.
3. К какому типу характера человека принадлежит смех героя в видеофале? Объясните свой ответ.
4. Что такое ольфакторная система? На какие виды делится ольфакция.
5. Перечислите, из каких компонентов складывается образ идеального собеседника/ спикера, учитывая ранее изученный материал.

2. Прокомментируйте следующее высказывание Э. Сепира:

We respond to gestures with an extreme alertness and, one might always say, in accordance with an elaborate and secret code that is written nowhere, known by none, and understood by all.

– Мы чрезвычайно чутко реагируем на жесты и, можно даже сказать, в соответствии с неким детально разработанным и потайным кодом, нигде не записанным, никому неизвестным и в то же время понятным для всех.

3. Посмотрите на позы, жесты и мимику человека на фотографии и определите, о чем они вам «говорят».


1


2


3


4


5


6


7


8


9

(*http://www.cosmo.ru/your_life/yazyk_tela/*)

4. Определите, к какой культуре (монохронной или полихронной) относится бизнесмен, если он…

1 … ценит те деловые встречи, на которых одновременно рассматриваются несколько вопросов?

2 … считает, что заглядывать в будущее противоречит его религиозным убеждениям?

3 … отрицательно относится к изменениям в повестке дня заседаний?

4 … уверен, что выполнение задачи является более важным, чем отношения с людьми, которые оказывают ему содействие?

5 … стремится закончить порученное дело к установленному сроку?

6 … полагает, что опоздание – это проявление грубости и неуважения?

7 … отдает предпочтение работе с гибкими временными рамками?

5. Одинаковые или очень похожие друг на друга жесты могут иметь в разных культурах разные смыслы. Прочтите текст и определите, какие различия в интерпретации жеста послужили основой для коммуникативной неудачи. Найдите собственные примеры подобных несовпадений и обсудите, какое влияние на ход межкультурной коммуникации они могут оказать.

Чернокожий студент из Колумбии, встретив на территории кампуса Мичиганского университета двигавшихся ему навстречу двух девушек, белых американок-англосаксонок, которые в тот момент шли на факультет славистики писать контрольную работу по польскому языку, поднял правую руку вверх и

выставил ее чуть вперед в сторону девушек. Указательный палец и мизинец руки тоже были вытянуты вверх, а остальные пальцы были сомкнуты в кулак. В тот же момент молодой человек несколько раз повел, покрутил рукой из стороны в сторону. По лицам студенток и их поведению было ясно видно, что они этим чрезвычайно оскорблены и возмущены. Девушки моментально резко отвернулись, развернулись и пошли другой дорогой. Самым поразительным в этой неприятной ситуации было неприкрытое удивление и недоумение, которые легко читались на лице колумбийца. В Америке жест рога считается очень неприличным, особенно применительно к лицу противоположного пола. Жест обозначает «рогоносца», имеет четко выраженные сексуальные коннотации и крайне оскорбителен для адресата. Но вот чему тогда, казалось бы, мог удивляться юноша – ведь подобная реакция девушек не должна была бы оказаться для него слишком неожиданной?

(Крейдлин Е. Г. Невербальная семиотика: Язык тела и естественный язык. – М.: Новое литературное обозрение, 2002 С. 140-141)

Практическое занятие № 7
Тема: Лексические ошибки и их исправление

Цель: научиться определять лексические ошибки. Научиться исправлять лексические ошибки в речи и тексте.

Оснащение: тетрадь для практических работ, раздаточный материал.

Время выполнения: 2 часа

Ход работы

1. **Прочитайте теорию в раздаточном материале и выполните следующее задание в тетрадях.**

В приведенных ниже предложениях найдите речевые ошибки. Выпишите ошибки, исправьте их.

1. Трамвай остановился у почтамта.
2. Ты позвонишь мне завтра?
3. Какие у вас перспективы на будущее?
4. Девочка нарисовала рисунок и подарила его маме.
5. Он пригласил нас на дачу, чтобы там отметить свой день рождения.
6. В пакете полтора килограмма абрикосов.
7. Прочитайте правила на двести тринадцатой странице.
8. Вы выходите на следующей остановке?
9. Непрофессиональная реклама обычно менее совершеннее, чем подготовленная специалистами.
10. Ребенок, учащийся хорошим учителем, обязательно полюбит школу.
11. Этот вопрос, благодаря обстоятельно рассказа лектора, стал нам более или менее ясен.
12. Заведующий терапевтическим отделением дал пояснения журналисту.
13. В комедии Н.В Гоголя «Ревизор» выведено ряд чиновников, типичных для царской России.
14. По истечении установленного срока хранения депозит может быть переоформлен на любой другой вид вклада.
15. Останавливая водителя с доверенностью, написанной от руки, у инспектора ГАИ возникает сомнение в ее подлинности.
16. Фонд гарантирует дополнительное пенсионное обеспечение.
17. Постановка запятой может обусловливаться несколькими причинами.
18. Сегодня трудно найти человека, не имевшего бы представления о том, как устроена наша Вселенная.
19. Чистая простынь лежит в шкафу.
20. Медсестры поддерживали его с обоих сторон.
21. Застенчивость никогда не была свойственна для Ольги.
22. По прошествии некоторого времени мы узнали правду.
23. Согласно правилам нашей игры, на площадке остались трое человек.
24. Почему это должны делать кто-то другие?

25. Подойдя к автовокзалу, автобуса уже не было.
26. Преподаватель высказал замечания по всем главам дипломной работы, которые я должен обязательно учесть.
27. Гоголь изображает образ Хлестакова сатирически.
28. Тетради нужно класть на место.
29. Он был известным диалектиком, всю жизнь изучал народные говоры.
30. Познакомьтесь, это мой коллега по работе.

Критерии оценивания:
Ошибка и ее исправление – 1 балл
Всего – 13 баллов
«отлично» - 13 баллов
«хорошо» - 12-10 баллов
«удовлетворительно» - 9-8 баллов
«неудовлетворительно» - ниже 8 баллов

Практическое занятие № 8
Тема: Занимательная фразеология

Цель: повторить и закрепить материал по фразеологическим единицам русского языка, отработать умение правильно использовать фразеологизмы.

Оснащение: тетрадь для практических работ, раздаточный материал, фразеологические словари.

Время выполнения: 2 часа

Ход работы

1. Студенты группы делятся на 5 команд, придумывают название команды, взяв какой-либо фразеологизм.

2. Разбившись на команды, студенты получают задание в виде раздаточного материала. После выполнения каждого задания новый материал. Выполнение заданий на время.

№ п/п	Название задания	Время на выполнение	Максимальное кол-во баллов
1	Выявите фразеологизм из пары словосочетаний, определите его значение	7 мин.	7
2	Подберите слово-синоним для каждого фразеологизма	5 мин.	7
3	В предложенных фразеологизмах выявите антонимические отношения	7 мин.	8
4	В тексте «На кисельных берегах реки молочной» найдите скрытые фразеологизмы, запишите их в правильной форме	20 мин.	18
5	Расположите фразеологизмы в порядке возрастания	5 мин.	4
6	Распределите фразеологизмы на 2 группы: библеизмы и литературные крылатые выражения	5 мин.	9
7	Составьте и запишите миниатюру «В лес за грибами», используя предложенные фразеологизмы	15 мин.	15
8	Найдите соответствие «Фразеологизм – объяснение фразеологизма»	7 мин.	5
9	Узнайте фразеологизм по изображению	10 мин.	5
10	Подведение итогов, выставление оценок	9	

Критерии оценивания:

78-77 баллов – «отлично»

76-59 баллов – «хорошо»

58-40 баллов – «удовлетворительно»

ниже 40 – «неудовлетворительно»

Практическое занятие № 9
Тема: Создание текстов разных стилей

Цель: научиться создавать тексты разных стилей.

Оснащение: учебник [1], тетрадь для практических работ, раздаточный материал.

Время выполнения:2 часа.

Ход работы

Используя теорию и таблицы на стр. 36-58 [1], а также образец выполнения, составьте и запишите 5 кратких текстов на каждый стиль речи.

ОБРАЗЕЦ ВЫПОЛНЕНИЯ

1. Научный стиль: Кошка - домашнее животное, млекопитающее, семейства кошачьих, отряда хищных. В мире насчитывается около 600 млн. домашних кошек, выведено около 200 пород, признанных и зарегистрированных различными фелинологическими организациями.

2. Художественный стиль: Кошка - удивительно красивое и грациозное животное. Неслышной поступью она движется по комнате. Прыжок - и она уже на коленях, тычется своей мордашкой в раскрытые ладони. "Погладь меня, я соскучилась! – всем своим видом говорит она.

3. Разговорный стиль: Моя кошка - вредная злюка. Когда я возвращаюсь домой с работы она встречает меня в прихожей, а затем уходит в комнату, чтобы из-за двери бросится мне на ноги. Играет она так. От этой игры мои ноги периодически имеют очень специфичный полосатый вид.

4. Официально-деловой стиль: На нашем сайте собраны самые полные сведения о кошках. Сайт разделен на темы: породы кошек, болезни кошек, окрасы кошек, язык кошек, питание кошек, воспитание и обучение кошек. Все темы освящены достаточно подробно и понятно. К вашим услугам консультации зоопсихолога и фелинолога.

5. Публицистический стиль: Кошка и человек знакомы давно - более шести тысяч лет. И все равно кошка остается загадкой. Она вполне может обойтись без человека, чего не скажешь о последнем. Изучив много материалов о кошках, можно ничего не узнать о них. Как же познать это животное? Очень просто - заведите себе кота и наслаждайтесь!

Темы для составления текстов:

1. Русский язык
2. Книга
3. Социальные сети
4. Моя профессия
5. Доброта

Критерии оценивания:
95-100% - «отлично»
75-94 % - «хорошо»
50-74 % - «удовлетворительно»
Менее 50 % - «неудовлетворительно»

Практическое занятие № 11.
Тема: Национальный характер текста

Цель: научиться понимать национальные особенности восприятия различных текстов

Оснащение: учебник [1], тетрадь для практических работ, раздаточный материал.

Время выполнения:2 часа.

Ход работы

1. Прокомментируйте следующее высказывание Ксении Касьяновой (www.prison.org/nravy/ponyat/doc007.shtml):

«Культура может быть только национальной, то есть должна соответствовать своему этническому генотипу. Она должна адаптировать человека. И успешно функцию адаптации может выполнять только своя, национальная культура. Чужая культура как бы навязывается человеку. Человек может вести себя по ее стандартам, но внутренне это ему нелегко дается.

Возникает своего рода невроз навязанной культуры, который все время держит человека в напряжении, усиливает внутреннюю неадаптированность, а также увеличивает вероятность бунта человека против культуры».

2. Составьте перечень черт национального характера русских, американцев, англичан, шотландцев, ирландцев, немцев, французов, китайцев, японцев, основываясь на следующем списке:

сдержанность, законопослушность, дисциплина, дружелюбие, самостоятельность как качество личности, открытость, доверчивость, самоуверенность, прижимистость, любовь к пиву, терпение, соборность, тонкое чувство юмора и слова, вежливость, трудолюбие, осторожность, патриотизм, чувствительность, неприхотливость, невмешательство в частную жизнь, чувство команды, культ частной жизни, расчетливость, пунктуальность, независимость, жизнерадостность, самоотверженность, профессионализм, пессимизм, бережливость, широта натуры, равенство, тяга доходить до крайностей, алкоголизм, рационализм, соперничество, непринужденность в общении.

Приведите примеры из книг, фильмов, опыта общения, подтверждающие эти стереотипные представления.

3. Какие психологические особенности американского и русского характера отражаются в следующем диалоге? Чем отличаются американские высказывания о будущем от русских?

Американец: Congratulations on your imminent car purchase!

Русский: Oh, don’t congratulate mw in advance. Take your congratulations back!

Американец: I take my congratulations back, but this superstition is another thing I cannot understand about you. For an expecting mother, understandable. But a car?

Что отражают следующие фразеологизмы русского языка?

Бабушка надвое сказала; Бог весть; что Бог пошлет; это еще вилами на воде писано.

4. На каких стереотипных представлениях основаны следующие анекдоты? Приведите собственные примеры международных анекдотов, отражающих стереотипное представление о национальном характере представителей разных культур.

1) Тонет корабль. Капитан просит всех пассажиров перебраться в шлюпки, но пассажиры боятся спрыгнуть с борта. Тогда капитан подходит к каждому пассажиру, что-то говорит им на ухо, и все быстро прыгают в шлюпки. Помощник интересуется:

– Капитан, а что вы им такое сказали?

– К каждому свой подход. Немцам я сказал, что это приказ. Американцам сказал, что это патриотично. А русским – что это запрещено.

2) Социологический эксперимент: двое мужчин и женщина на необитаемом острове.

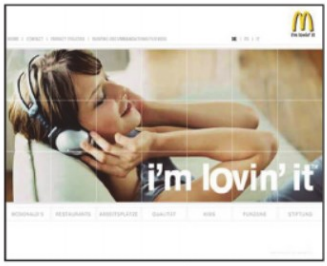
Французы: мило живут втроем.

Англичане: все живут порознь, потому что их забыли представить друг другу при высадке.

Русские: Маша любит Васю, но живет с Петей; никто не помнит, с чего это началось; все ужасно запутано, все несчастны.

Евреи: достали где-то еще одну женщину.

5. Проанализируйте предложенные рекламные проспекты веб-сайтов различных стран и определите, каким образом в них отображены ценности анализируемых культур.







Практическое занятие № 12.
Стереотипы в культурном пространстве

Цель: научиться понимать стереотипы некоторых национальностей

Оснащение: учебник [1], тетрадь для практических работ, раздаточный материал.

Время выполнения:2 часа.

Ход работы

1. Заполните пробелы в следующих идиоматических выражениях. Часто ли употребляются данные выражения в разговорной речи?

Какая оценка этнических групп в них содержится? Можете ли вы на основании личного опыта подтвердить или опровергнуть выводы, заключенные в данных оборотах?

1) Горячие ……. парни.
2) ……. – дело тонкое.
3) Чисто ……. юмор.
4) ……. – не читатель, ……. – писатель.
5) Какой ……. не любит быстрой езды.
6) Чисто ……. шарм.

2. По определениям, характеризующим представителей различных национальностей, определите, к каким этническим группам относятся данные характеристики. Какие из перечисленных качеств вы считаете положительными, какие – отрицательными? Как вы сами оцениваете характеристику русских?

1) Вежливый, сдержанный, педантичный, малообщительный, невозмутимый, аккуратный, добросовестный, изящный.

2) Элегантный, галантный, болтливый, лживый, обаятельный, развратный, скупой, легкомысленный, раскованный.

3) Бесшабашный, щедрый, ленивый, необязательный, простодушный, неорганизованный, бесцеремонный, широкая натура, любящий выпить.

4) Аккуратный, педантичный, исполнительный, экономный, неинтересный, въедливый, сдержанный, упорный, работоспособный.

5) Трудолюбивый, любящий природу, дисциплинированный, скромный, вежливый, улыбчивый, ответственный, аккуратный, бережливый, любознательный, этноцентричный, преданный авторитету.

Задание 3 Животные часто выступают как стереотипные образы, бытующие в национально-культурном пространстве. Подберите к примерам из русского языка эквиваленты в английском, немецком китайском и японском языках. Где наблюдаются сходство и различие? Приведите примеры, иллюстрирующие стереотипные образы собаки, рыбы, барана, осла, свиньи, льва, зайца, волка, сороки, голубя.

1) Аист – любит стоять на одной ноге. Связан с земным счастьем и благополучием (Аист на крыше – мир на земле. Что стоишь на одной ноге, как аист? Шагать, поднимая ноги, как аист).

2) Ворон – птица вещая, приносит весть о смерти, горе. Вместе с тем – птица мудрая, может давать советы (Полиция кружит надо мной подобно стае воронья. Накаркать беду. Цвет вороного крыла.).

3) Змея – холодна, лишена эмоций и добрых чувств, коварна, может нанести неожиданный удар (Хитер, как змея. Не язык, а змеиное жало. Змея подколодная. Пригреть змею на груди.).

4) Кошка – существо домашнее, уютное, но гордое и самостоятельное. Отличается живучестью. Сексуально активна. Быстра в нападении, часто превращает охоту в развлечение (Нрав, как у дикой кошки. Улыбка сытой кошки. Живуча, как кошка. Повернулся по-кошачьи мягко. Поиграла, как кошка с мышкой. Драная кошка. Как кошка с собакой. Мышей не ловит. Черная кошка пробежала.).

5) Кот – вальяжен, ленив в движениях, но ловок и быстр в нападении. Хищник по своей природе, но его охота часто превращается в азартную игру. (Как кот на сметану. Орать как мартовский кот. Кошачий концерт. Кот в мешке. Кот наплакал. Коту под хвост. Тянуть кота за хвост.)

4. Проанализируйте следующие тексты, иллюстрирующие представления о красоте у разных народов. Приведите свои примеры, отражающие такого рода представления.

1) Эраст Петрович, вздохнув, приоткрыл дверь и заглянул в щель. У стола, сложив руки на коленях, сидела золотоволосая девушка в траурном платье и широкополой шляпе с черной вуалью. Были видны опущенные длинные ресницы, тонкий нос с легкой горбинкой, точеный овал лица.

Услышав скрип, незнакомка подняла глаза, и Фандорин замер – до того они были прекрасны. Инстинктивно отпрянув от двери, коллежский асессор прошипел:

– Маса, ты же говорил, немолодая. Ей не больше двадцати пяти!

– Европейские женщины так старо выглядят, – покачал головой Маса. – Да и потом, господин, разве двадцать пять лет – это молодая?

– Ты говорил, некрасивая!

– Некрасивая и есть, бедняжка. Желтые волосы, большой нос и водянистые глаза – совсем, как ваши, господин.

– Ну да, – прошептал уязвленный Эраст Петрович, – ты один у нас красавец.

(фрагмент из романа Б. Акунина «Смерть Ахиллеса»)

2) Как-то смотрели мы с подругами телевизор. На экране появился кореец, который показался мне очень привлекательным: крепкого сложения, широкоплечий, мускулистый, со смуглым румянцем во всю щеку (у корейцев румяное лицо можно увидеть довольно редко), с белозубой улыбкой – в общем, воплощение мужественности и здоровья.

Я поделилась своими положительными эмоциями с кореянками, и те буквально покатились со смеху. Оказалось, что с их точки зрения – это чуть ли не урод, ибо у него широкое лицо и недостаточно выступающий нос, некрасивые уши, узкие глаза и слишком смуглая кожа. Что же касается восхитившего меня румянца,

то для них эта деталь была безусловным минусом, ибо румянец придавал нашему герою «излишне деревенский вид». Главный же порок, по мнению женщин, заключался в том, что он был недостаточно «лонг-тари», то есть не длинноногий (популярный термин: смесь английского «лонг» – длинный и корейского «тари» – ноги).

Я-то судила о внешности по общему впечатлению, не вдаваясь в подробный анатомический разбор. Кореянки же смотрели на детали. Подобный подход к внешности для корейцев очень характерен.

(статья Татьяны Габрусенко «Юг Чосона» //«Путешествие вокруг света», май 2001).

5. Прокомментируйте следующие примеры интерпретации национального праздника чужой культуры по стандартам своей. В каком свете предстает знаменитый Кёльнский карнавал в первом сюжете и во втором? Выскажите свое отношение к проблеме «свои» / «чужие».

«Тысячи людей, собравшихся на площади, скандируют лозунги в состоянии экстаза; они идут по улице в одном направлении, выпадая из пивных и распевая песни. Вы в Кёльне конца второго тысячелетия – городе, в котором остановилось время. Полтора миллиона человек, выпавших из реальности, забывших о своем бюргерстве, экономности и добропорядочности, впали в языческую оргию, бродят пьяными по улицам, целуются с незнакомыми, пристают к девушкам и засыпают в чужих постелях. Это Кёльн, который сменил свое деловое лицо на хохочущую физиономию средневекового шута. Немец в ауте, переходящий дорогу на красный свет, одетый в рясу монаха-доминиканца, заставляет любого иностранца, махнув на все рукой, завалиться вслед за гражданином цивилизованной Германии в грязный кабак, раскачиваться там за столом, залитым пивом, и орать песни. ...Всего шесть марок, и будь ты президентом компании или простым мусорщиком – пьянство и разгул сравняют вас. Благородные фрау, студентки-отличницы, матери семейств превращаются в уличных девок. ...Человек живет душой, которая уходит куда-то в глубину, теперь его душа – это желудок, огромный живот, который надо набить сосисками, пирожками, залить пивом. Новая душа – желудок – жрет, она пожирает эти мгновения праздника, который живет всего несколько дней, – и не может насытиться»

(Муравлёва Н.В. Понимание и интерпретация фактов чужой культуры // Россия и Запад: диалог культур. Вып. 7 М., 1999.)

ЛИТЕРАТУРА

Нормативные документы

1. Федеральный закон от 01.06.2005 N 53-ФЗ «О государственном языке Российской Федерации»
2. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе»

Учебная литература:

1. Голубева, А. В. Русский язык и культура речи: учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. В. Голубева; под редакцией А. В. Голубевой. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 386 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-7623-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/535492 (дата обращения: 04.04.2024).
2. Русский язык и культура речи. Практикум. Словарь: учебно-практическое пособие для среднего профессионального образования / В. Д. Черняк [и др.]; под общей редакцией В. Д. Черняк. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 525 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03886-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/536765 (дата обращения: 04.04.2024).

Дополнительная литература:

1. Ващенко Е.Д. "Русский язык и культура речи", "Феникс", 2008
2. Бельчиков Ю.А. Практическая стилистика современного русского языка. – М.: АСТ-ПРЕСС КНИГА, 2008.
3. Варламова И.Ю., Будильцева М.Б. Деловой этикет. Основы делового общения. Курс лекций: Учебное пособие. – М.: РУДН, 2011.
4. Сидорова М.Ю., Савельев В.С. Русский язык. Культура речи: конспект лекций. М.: Айрис-пресс, 2008.
5. "Русский язык и культура речи" под ред. В.Д. Черняк. САГА-ФОРУМ, 2006.
6. Сборник упражнений и тестовых заданий по культуре речи, под ред. В.Д. Черняк. САГА-ФОРУМ, 2006

Электронные образовательные ресурсы:

Сайты, блоги, электронные библиотеки

1. Код доступа: как бизнесу грамотно говорить по-русски и не потерять голос. - [Электронный ресурс]. URL: https://sbersova.ru/sections/economy/novye-pravila-russkogo-yazyka-dlya-biznesa-2024

Дополнительная электронная литература/учебные пособия, материалы, статьи

1. Литературное редактирование рекламного текста: Практикум. – Нижний Новгород: Нижегородский госуниверситет, 2016. – 17 с. [Электронный ресурс]. URL: http://www.unn.ru/books/met_files/advertisement.pdf

Видеоматериалы/ виртуальные музеи/интерактивные презентации

1. Русский язык в рекламе. Дмитрий Григорьев. 21.06.2022. [Электронный ресурс]. URL: https://rutube.ru/video/5815d3f7d43e8c0558dab24a60233cec/

Тренажеры/ тесты/ кейсы/ материал для практикума/ бесплатные онлайн курсы

1. Тесты по русскому языку. [Электронный ресурс]. URL: https://testometrika.com/russian/
2. Тест на грамотность. [Электронный ресурс]. URL: https://gram.cerm.ru/
3. Яндекс Игры. Тесты по русскому языку. [Электронный ресурс]. URL: https://yandex.ru/games/app/202616

РУССКИЙ ЯЗЫК И КУЛЬТУРА РЕЧИ

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
по выполнению заданий на практических занятиях

для специальности 42.02.01 Реклама

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

РУССКИЙ ЯЗЫК И КУЛЬТУРА РЕЧИ

РАБОЧАЯ ТЕТРАДЬ

по выполнению самостоятельной работы

для специальности 42.02.01 Реклама

Якутск, 2024

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г.)

Методические указания составлены в соответствии с рабочей программой по дисциплине ОП.06 Русский язык и культура речи

Разработчик: АНО СПО «Цифровой колледж Синергия»

Составитель:
Жирков Д.Д., преподаватель

Пояснительная записка

Дисциплина ОП.06. Русский язык и культура речи является обязательной дисциплиной общепрофессионального учебного цикла.

В результате освоения дисциплины обучающийся **должен**

уметь:

У1 - осуществлять речевой самоконтроль; оценивать устные и письменные высказывания с точки зрения языкового оформления, эффективности достижения поставленных коммуникативных задач;

У2 - анализировать языковые единицы с точки зрения правильности, точности и уместности их употребления;

У3 - извлекать необходимую информацию из различных источников: учебно-научных текстов, справочной литературы, средств массовой информации, в том числе представленных в электронном виде на различных информационных носителях;

У4 - создавать устные и письменные монологические и диалогические высказывания различных типов и жанров в учебно-научной (на материале изучаемых дисциплин), социально-культурной и деловой сферах общения;

У5 - применять в практике речевого общения основные орфоэпические, лексические, грамматические нормы современного русского литературного языка;

У6 - соблюдать в практике письма орфографические и пунктуационные нормы современного русского литературного языка;

У7 - соблюдать нормы речевого поведения в различных сферах и ситуациях общения, в том числе при обсуждении дискуссионных проблем;

У8 - использовать основные приемы информационной переработки устного и письменного текста;

знать:

З1 - смысл понятий: речевая ситуация и ее компоненты, литературный язык, языковая норма, культура речи;

З2 - основные единицы и уровни языка, их признаки и взаимосвязь;

З3 - орфоэпические, лексические, грамматические, орфографические и пунктуационные нормы современного русского литературного языка; нормы речевого поведения в социально-культурной, учебно-научной, официально-деловой сферах общения.

с целью овладения **общими компетенциями** (ОК):

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

ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, *предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях*[1];

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;

---

[1] *Выделенное курсивом не формируется в рамках данной дисциплины*

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;

и **профессиональными компетенциями (ПК):**

ПК 1.1. Определять целевую аудиторию и целевые группы.

ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

Дорогой студент!

В обязательном порядке выполни все задания, имеющиеся в рабочей тетради! Заполняй тетрадь аккуратно! Пиши разборчиво! При условии правильного выполнения заданий. в полном объеме ты можешь рассчитывать на успешную сдачу зачета.

Таблица 1.

Модель современного конкурентоспособного специалиста



Высказывания о русском языке

Язык и золото - вот наш кинжал и яд.

М.Ю. Лермонтов

Богатство языка — есть богатство мыслей.

Н.М. Карамзин

...Наш язык - это важнейшая часть нашего общего поведения в жизни. И по тому, как человек говорит, мы сразу и легко можем судить о том, с кем мы имеем дело....

Д.С. Лихачев

Родной язык надо любить, как мать, как музыку...,

М. Горький

Грамматика не предписывает законов языку, но изъясняет и утверждает его обычаи.

А.С. Пушкин

Каждое художественное слово тем-то и обличается, что вызывает бесчисленное множество мыслей, представлений и объяснений.

Л.Н. Толстой

Учитель обязательно должен чувствовать, что без овладения родным языком человек не способен постлать красоты литературы, а без литературы он не может вполне овладеть русским языком.

А.Т. Твардовский

Языку мы учимся и должны учиться непрерывно до последних дней жизни.

К.Г. Паустовский

Сердцем старайся сберечь
Как звездное небо России
Обычную русскую речь. В. Сиянов

Русский язык неисчерпаемо богат и все обогащается с быстротой поражающей.

М. Горький

Что русский язык – один из богатейших языков в мире, в этом нет никакого сомнения.

В. Белинский

Нам дан во владение самый богатый, меткий, могучий и поистине волшебный русский язык.

К.Г. Паустовский

Богатый, звучный, живой, отличающийся гибкостью ударений и бесконечно разнообразный в звукоподражаниях, способный к передаче тончайших оттенков, наделенный, подобно греческому, почти безграничной творческой мыслью, русский язык кажется нам созданным для поэзии.

П. Мериме

Русский язык! Тысячелетие создавал народ это гибкое и пышное неисчерпаемо богатое, умное, поэтическое и трудовое орудие своей социальной жизни, своей мысли, своих чувств, своих надежд, своего гнева, своего великого будущего.

А.Н. Толстой

Язык не может быть плохим или хорошим... Ведь язык - это только зеркало. То самое зеркало, на которое глупо пенять. П

С. Довлатов

Язык – инструмент; едва ли он труднее самой скрипки можно бы ещё заметить, что посредственность как на одном, так и на другом инструменте нетерпима.

П. Вяземский

В дни сомнения, в дни тягостных раздумий о судьбах моей родины, ты один мне поддержка и опора, о великий, могучий, правдивый и свободный русский язык.

И.С. Тургенев

Раздел 1

Тема 1.1 Язык как система речи

Тема 1.2 Понятие культура речи, ее социальные аспекты

Содержание

Язык и речь. Основные единицы языка. Понятие о литературном языке и языковой норме. Функции языка.

Словари русского языка.

Понятие культуры речи, ее аспекты.

Требования к знаниям: знать различия между языком и речью, функции языка, признаки литературного языка, основные компоненты культуры речи.



Задание 1.

Прочитайте по учебнику «Русский язык и культура речи» под ред. Е.Д. Ващенко §§ 1-4

Задание 2.

2.1. По толковому «Словарю русского языка» С.И. Ожегова определите и запишите значение понятий:

Язык_____

_____

_____

_____

Речь_____

_____

_____

_____

Общение_____

_____

_____

_____

_____

2.2. В чём отличие языка от речи? Как связаны язык и речь с общением? Сделайте письменный вывод

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____

Задание 3.

Тест. Дополните ответ

1. Фонетика, графика, лексика, стилистика, орфоэпия, орфография – это есть _____
_____
_____
_____

2. Звук, морфема, слово, словосочетание, предложение являются _____
_____
_____

3. Основные функции языка – это _____
_____
_____
_____

4. В современной лингвистике различают два уровня речевой культуры
_____
_____
_____

5. Правильность речи, соблюдение норм русского литературного языка предусматривает _____
_____
_____

6. Высший уровень культуры речи предусматривает не только правильную, но и
_____
_____
_____

7. Признаками хорошей речи являются _____
_____
_____
_____

Тема 1.3 Фонетика и орфоэпия

Содержание

Фонетические единицы языка (фонемы). Особенности русского ударения, основные тенденции в развитии русского ударения. Логическое ударение.

Орфоэпические нормы: произносительные и нормы ударения, орфоэпия грамматических форм и отдельных слов.

Варианты русского литературного произношения: произношение гласных и согласных звуков; произношение заимствованных слов; сценическое произношение и его особенности.

Требования к знаниям: знать особенности русского ударения и произношения, орфоэпические нормы,

Требования к умениям: владеть понятием фонемы, фонетическими средствами речевой выразительности, пользоваться орфоэпическими словарями.



Задание 1.

Прочитайте по учебнику «Русский язык и культура речи» под ред. Е.Д. Ващенко §§ -12.

Задание 2. Прочитайте дополнительную информацию по теме 1 «Фонетика».

Каждый язык имеет сравнительно небольшое количество звуков - типов, называемых в науке фонемами. В русском языке 41 фонема.

Звуки делятся на две неравные группы: большую из них образуют согласные, а меньшую - гласные. Их роль в слоге различна: гласные - это звуки, состоящие из голоса и шума и образующие слог: согласные - это звуки, встречающиеся в слоге только с гласными, о чем свидетельствует и их название: согласный, т.е. вместе с гласным (как и *соавтор, соученик, собеседник).*

Количество гласных и согласных звуков в языках бывает разным. В современном русском языке гласных звуков 6, а в древнерусском их было 11, в молдавском языке 7 гласных, в польском 9. согласных звуков обычно в 3-4 раза больше.

Каждый язык имеет сравнительно небольшое количество звуков - типов, называемых в науке фонемами. В русском языке 41 фонема.

Звуки делятся на две неравные группы: большую из них образуют согласные, а меньшую - гласные. Их роль в слоге различна: гласные - это звуки, состоящие из голоса и шума и образующие слог: согласные - это звуки, встречающиеся в слоге только с гласными, о чем свидетельствует и их название: согласный, т.е. вместе с гласным (как и *соавтор, соученик, собеседник).*

Количество гласных и согласных звуков в языках бывает разным. В современном русском языке гласных звуков 6, а в древнерусском их было 11, в молдавском языке 7 гласных, в польском 9. согласных звуков обычно в 3-4 раза больше.

Однако есть языки, в которых соотношение гласных и согласных несколько иное: в кавказских языках, например, подавляющее количество согласных звуков и минимальное - гласных. В одном из кавказских языков 70 согласных и только 2 гласных звука. А в гаванском языке примерно одинаковое количество гласных и

согласных звуков (7 согласных и 5 гласных). Поэтому в этом языке возможны слова, состоящие только из гласных. А. Кондратов в книге «Звуки и знаки» приводит гавайское слово *оиаио — «правда»,* состоящее только из пяти гласных звуков, что совершенно невозможно в русском языке. Для иллюстрации можно привести ещё и гавайские географические названия: *о, Оаху (3* гласных и один согласный), *г. Саламауа* (3 согласных и 5 гласных). Как видите, здесь также преобладают гласные звуки.

Три особенности русского ударения

Ударение - это тот музыкальный тон, на который настраивается слово.

Все слова, являющиеся самостоятельными частями речи, обычно имеют ударение.

Усвоение правильного ударения сопряжено с рядом трудностей, объясняющихся его особенностями.

1**) Первая состоит** в том, что ударение в русских словах не прикреплено к определенному слогу в слове (как, напротив, в других языках: в большинстве тюркских языков, во французском языке оно падает на последний слог слова, в польском – на предпоследний, в чешском и венгерском – на первый). Такое ударение называют *свободным*, оно может быть на любом слоге слова: первом (во′ля, го′род, вски′нуть, го′рдый, о′стрый), втором (свобо′да, приро′да, приве′т, писа′ть, краси′вый), третьем (молодо′й, молоко′, часовщи′к, поняла′) и т.д.; приставке (за′суха, при′город, вы′лететь, вы′нести); корне (сто′лик, кни′жка, желе′зный, запе′ть, раскра′сить); суффиксе (лесни′к, обуче′ние, золоти′стый, заземли′ть); окончании (звезда′, тишина′, большо′й, везти′).

2) **Второй особенностью** русского ударения является его подвижность, его способность менять свое-место в зависимости от формы слова. Например, глагол поня′ть, в неопределенной форме имеет ударение на втором слоге, в прошедшем времени в мужском роде оно передвигается на первый слог – по′нял, а в женском роде — на последний — и сняла′. Таких слов с перемещающимся ударением в русском языке очень много.

3) **Третьей особенностью** русского ударения является его изменчивость с течением времени. Откройте произведения Крылова, Грибоедова, Пушкина, Лермонтова, Некрасова, 'И вы найдете в них много слов с совершенно другим ударением, чем сейчас. Приведем некоторые примеры:

Зубастой Щуке в мысль пришло
За ко′шачье приняться ремесло.
И. Крылов

Погасло дне′вное светило;
На море синее вечерний пал туман.
А. Пушкин

Слова *при'зрак, си'мвол, авто'граф, авто'бус, аге'нт,, аго'ния, эпи'граф, па'хота, разоружи'ть, магази'н, ап'атия, слу'чай* и много других слов в XIX в. имели другое ударение.

Процесс изменения ударения идет и сейчас, на наших глазах. В 1983 году вышел академический «Орфоэпический словарь русского языка», в котором мы находим большие изменения в ударении как в отдельных словах, так и в целых группах форм. Много вариантов ударения объявлены равноправными. Так, можно говорить *пе'тля и петл'я,* те′фтели и тефте′ли. Многие варианты, считавшиеся нелитературными, теперь являются допустимыми: *договор, камбала, кулинария, феномен, августовский, нормировать* и др. эти допустимые варианты могут употребляться наравне с общелитературными, хотя и являются менее желательными, но, может быть, за ними будущее?

Причины таких перемен в ударении различны, их исследуют ученые. Мы только можем сказать, что язык служит обществу, он развивается, улучшается, изменяется, как всё в природе. Из этого следует вывод: нужно быть чуткими, внимательными к языку, наблюдать за изменениями, которые в нем происходят, следить за новыми словарями, отражающими эти изменения.

Задание 3.

Поставьте ударение в словах.

Аристократия, баловать, буржуазия, газопровод, демократия, диспансер, звонишь, индустрия, закупорить, заржаветь, искра, комбайнер, красивее, металлургия, намерение, новорожденный, обеспечение, осведомиться, первенствующий, премировать, принял, приняла, пуховый, кухонный, ржаветь, свекла, симметрия, средства, убыстрить, усугубить, хаос, ходатайствовать, хозяева, черпать, шелохнуться, щавель, договор, зубчатый, кремень, облегчить, принудить, столяр, характерный (человек), характерный (поступок), маркетинг,

Задание 4.

Тест. Дополните ответ.

1. Основной единицей языка является _____
_____
_____

2. Звуки русского языка по особенностям образования, акустическим свойствам делятся на _____
_____

3. Звонкие и глухие согласные бывают _____
_____
_____
_____

4. В русском языке не имеют парных глухих звуки _____
_____
_____

5. В русском языке гласных звуков _____
_____

6. В русском языке в начале некоторых слов пишется СЧ, а произносится _____

7. Три особенности русского ударения – это _____
_____
8. В русском языке не имеют парных мягких звуков _____
_____
_____

Задание 5.
Напишите 10 правил литературного произношения (звуков и сочетаний звуков). Приведите примеры.

Тема 1.8. Лексика

Содержание

Лексические и фразеологические единицы русского языка.

Изобразительно-выразительные возможности лексики и фразеологии. Употребление профессиональной лексики и научных терминов.

Лексические ошибки и их исправление. Ошибки в употреблении фразеологизмов и их исправление.

Требования к знаниям: знать лексические и фразеологические единицы языка.

Требования к умениям: владеть нормами словоупотребления, определять лексическое значение слова; уметь пользоваться толковыми, фразеологическими, этимологическими словарями, словарем устаревших слов русского языка; находить и исправлять в тексте лексические ошибки, ошибки в употреблении фразеологизмов.

Задание 1.



Прочитайте по учебнику «Русский язык и культура речи» под ред. Е.Д. Ващенко §§7- 9, учебник «Русский язык и культура речи» под. ред. В.Д. Черняк с.139-154.

Задание 2.

Пользуясь «Справочником лингвистических терминов» и толковым словарем С.И. Ожегова, выпишите значение следующих слов:

Антонимы _____

_____

_____

_____

Архаизмы –_____

_____

_____

_____

_____

Бытовая лексика – _____

_____

_____

_____

Варваризмы – _____

_____

_____

_____

Диалект – _____

_____

_____

_____

_____

Историзмы - _____

_____
_____
_____
Общеславянская лексика – _____
_____
_____
_____
Восточнославянская лексика – _____
_____
_____
_____
Поговорка - _____
_____
_____

Задание 3.

Речевые нормы или их нарушение. Отметьте предложения с нарушением речевых норм.

1. Трамвай остановился у почтамта.
2. Ты позвонишь мне завтра?
3. Какие у вас перспективы на будущее?
4. Девочка нарисовала рисунок и подарила его маме.
5. Он пригласил нас на дачу, чтобы там отметить свой день рождения.
6. В пакете полтора килограмма абрикосов.
7. Прочитайте правило на двести тринадцатой странице.
8. Вы выходите на следующей остановке?
9. Непрофессиональная реклама обычно менее совершеннее, чем подготовленная специалистами.
10. Ребенок, учащийся хорошим учителем, обязательно полюбит школу.
11. Этот вопрос, благодаря обстоятельного рассказа лектора, стал нам более или менее ясен.
12. Заведующий терапевтическим отделением дал пояснения журналисту.
13. В комедии Н.В. Гоголя «Ревизор» выведено ряд чиновников, типичных для царской России.
14. По истечении установленного срока хранения депозит может быть переоформлен на любой другой вид вклада,
15. Останавливая водителя с доверенностью, написанной от руки, у инспектора ГАИ возникает сомнение в её подлинности.
16. Фонд гарантирует дополнительное пенсионное обеспечение.
17. Постановка запятой может обусловливаться несколькими причинами.
18. Сегодня трудно найти человека, не имевшего бы представления о том, как устроена наша Вселенная.
19. Чистая простынь лежит в шкафу.
20. Медсестры поддерживали его с обоих сторон.
21. Застенчивость никогда не была свойственна, для Ольги.

22. По прошествии некоторого времени мы узнали правду.
23. Согласно правилам нашей игры, на площадке осталось трое человек.
24. Почему это должны делать кто-то другие?
25. Подойдя к автовокзалу, автобуса уже не было.
26. Преподаватель высказал замечания по всем главам дипломной работы, которые я должен обязательно учесть.
27. Гоголь изображает образ Хлестакова сатирически.
28. Тетради и учебники нужно класть на место.
29. Он был известным диалектиком, всю жизнь изучал народные говоры.
30. Познакомьтесь, это мой коллега по работе.

Задание 4.

Прочитайте дополнительную информацию по теме «Фразеологизмы».

Фразеологическая единица *(фразеологизм, фразеологический оборот).* Лексически неделимое, устойчивое в своем составе и структуре, целостное по значению словосочетание, воспроизводимое в виде готовой речевой единицы. С точки зрения семантической слитности, различаются:

1) Фразеологические сращения (идиомы). Фразеологические обороты с абсолютной семантической спаянностью частей, целостное значение которых не выводится из значений составляющих их слов (нередко устарелых, сохраняющих архаическую грамматическую форму, и не оправданную современными правилами синтаксическую связь). *Бить баклуши, диву даваться, железная дорога, из рук вон, как пить дать.*
2) Фразеологические единства. Фразеологические обороты, целостное значение которых (обычно образное) в той или иной степени мотивировано отдельными значениями составляющих их слов. *Вылететь в трубу, держать камень за пазухой, довести до белого каления, зарыть талант в землю, ломиться в закрытую дверь, наклонная плоскость, играть в прятки.*
3) Фразеологические сочетания. Фразеологические обороты, в состав которых входят слова со свободным и фразеологически связанным значением, причем целостное значение вытекает из значения отдельных слов. *Воздушный замок, восклицательный знак, закадычный друг, затронуть чувство чести, насупить брови, одержать победу.*

Фразеологические выражения. Устойчивые в своем составе обороты, семантически делимые и состоящие полностью из слов со свободными значениями (что сближает их со свободными словосочетаниями), но в процессе общения воспроизводимые как готовые речевые единицы (что сближает их с фразеологическими единицами). К фразеологическим выражениям относятся поговорки и пословицы, носящие характер образной типизации, разного рода изречения, крылатые слова, а также устойчивые сочетания, выполняющие номинативную функцию *(социалистическое соревнование, сторонники мира, трудовые успехи и т.д.). См.* также крылатые слова, поговорка, пословица.

Задание 5.
Отметьте диалектизмы грамматические, лексические, лексико-семантические, фонетические:
Мимо избе - _____
В степе - _____
Широкие степя - _____
Слабше - _____
Чует кошка, чью мясу съела - _____
Вострый - _____
Павук - _____
Пинжак - _____
Куржак - _____
Девцонка - _____
Бурак - _____
Зараз - _____
Векша - _____
Сало - _____
Свитка - _____
Рига - _____

Задание 6.
Найдите среди перечисленных фразеологизмов известные вам разновидности. Отметьте сверху цифрами: единства – 1, сочетания – 2, сращения – 3.

Например: шутка сказать-1, слепая кишка-2.

Кесарево сечение, ничтоже сумняшеся, остаться с носом, очертя голову, положа руку на сердце, попасть впросак, собаку съесть, точить балясы, труса праздновать, первая скрипка, первый блин комом, плыть по течению, положить зубы на полку, пускать пыль в глаза, семь пятниц на неделе, стереть в порошок, точка замерзания, тянуть лямку, удельный вес, уйти е свою скорлупу, центр тяжести, квасить нос, сгорать от стыда, скалить зубы, скоропостижная смерть, тоска берет, трескучий мороз, утлый челн, щекотливый вопрос, щекотливое положение.

Задание 7.
Отметьте среди перечисленных ниже слов архаизмы, варваризмы, историзмы, неологизмы.

Авеню –	Фрау –	Опричник –
Мадам –	Кредитор –	Фунт –
Мосье –	Телемост –	Пристав –
Дьяк –	Боярин –	Урядник –
Хобби –	Верста –	Боярин –
Пуд –	Круиз –	Чело –

Задание 8.

В следующих предложениях отметьте примеры плеоназма и тавтологии (подчеркнуть слово и сверху над словом поставить букву «П» или «Т»).

1. Каждая минута времени дорога очень занятому человеку.
2. В апреле месяце зацвели сады и запели птицы.
3. Отступить назад от задуманного было уже поздно.
4. У каждого человека неповторимая своя автобиография.
5. Впервые знакомиться не каждому человеку легко даётся.
6. В борьбе за свои права рабочие объединились воедино.
7. Следует отметить следующие особенности произведения.
8. К недостаткам пособия можно отнести недостаточное количество иллюстративного материала.
9. Более в лучшем положении оказались в данной ситуации пенсионеры.
10. Самые высочайшие вершины покоряются сильным и упорным.

Задание 9.

Напишите по 5 пословиц, поговорок и крылатых выражений.

Тема 1.10 Стилистика
Содержание

Текст и его структура. Функционально-смысловые типы речи: описание, повествование, рассуждение.

Функциональные стили литературного языка: разговорный, научный, официально-деловой, публицистический, художественный; сфера использования, их языковые признаки, особенности построения текста разных стилей.

Жанры деловой и учебно-научной речи.

Требования к знаниям: знать функциональные стили литературного языка, иметь представление о социально-стилистическом расслоении современного русского языка.

Требования к умениям: различать тексты по их принадлежности к стилям; анализировать речь с точки зрения ее нормативности, уместности и целесообразности; создавать тексты учебно-научного и официально-делового стилей в жанрах, соответствующих требованиям профессиональной подготовки студентов.



Задание 1.
Прочитайте по учебнику «Русский язык и культура речи» под ред. Е.Д. Ващенко §§ 5-6.

Задание 2. Дополните ответ.

1. В обыденной речи, беседах со знакомыми людьми в непринужденной обстановке используется стиль _____
2. Его цель - _____
_____
_____
3. Обычная форма реализации этого стиля - _____
_____
4. Основные черты данного стиля_____
_____
_____
5. Цель научного стиля - _____
_____
_____
6. В научном стиле используются языковые средства:_____
_____
_____
7. Официально-деловой стиль используется _____
_____
_____
8. Жанры официально-делового стиля следующие:_____
_____
_____
9. Форма реализации официально-делового стиля - _____

_____
_____
10. Публицистический стиль используется _____
_____
_____
11. Цель публицистического стиля _____
_____
_____
12. Характерные языковые приметы публицистического стиля следующие _____
_____
_____
_____
_____
13. Основная функция стиля художественной литературы_____
_____
_____
_____
_____

Задание 3

Приведите пример научного стиля, используя данные любой изучаемой вами дисциплины

_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____

Задание 4
Прочитайте пример заявления. Найдите ошибки. Запишите в исправленном виде.

Директору птицефабрики
И.И. Петрову
птичницы Васильевой А.Г.

заявление.

Прошу Вас, дорогой Иван Иванович, отпустить меня денечка на два с работы, чтобы я могла скатать к своим ненаглядным деткам, Лешеньке и Иринке, в пионерлагерь, а то я о них сильно соскучилась.

С приветом Анна Григорьевна

_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____

Задание 5.
Соблюдая правила написания деловых бумаг, составьте:
а) Объявление

_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____

б) Заявление

в) Доверенность

Задание 6.
Напишите информационную заметку в газету, отразив в ней одно из событий общественной жизни учебной группы.

Задание 7.
Напишите сочинение-миниатюру о любом времени года.

Задание 8. Напишите текст-рассуждение на одну из предложенных тем, либо выберите тему самостоятельно: «Счастье в моем понимании», «У природы нет плохой погоды», «Делу время, потехе час».

Литература

Нормативные документы

1. Федеральный закон от 01.06.2005 N 53-ФЗ «О государственном языке Российской Федерации»
2. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе»

Учебная литература:

1. Голубева, А. В. Русский язык и культура речи: учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. В. Голубева; под редакцией А. В. Голубевой. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 386 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-7623-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/535492 (дата обращения: 04.04.2024).
2. Русский язык и культура речи. Практикум. Словарь: учебно-практическое пособие для среднего профессионального образования / В. Д. Черняк [и др.]; под общей редакцией В. Д. Черняк. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 525 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03886-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/536765 (дата обращения: 04.04.2024).

Дополнительная литература:

1. Ващенко Е.Д. "Русский язык и культура речи", "Феникс", 2008
2. Бельчиков Ю.А. Практическая стилистика современного русского языка. – М.: АСТ-ПРЕСС КНИГА, 2008.
3. Варламова И.Ю., Будильцева М.Б. Деловой этикет. Основы делового общения. Курс лекций: Учебное пособие. – М.: РУДН, 2011.
4. Сидорова М.Ю., Савельев В.С. Русский язык. Культура речи: конспект лекций. М.: Айрис-пресс, 2008.
5. "Русский язык и культура речи" под ред. В.Д. Черняк. САГА-ФОРУМ, 2006.
6. Сборник упражнений и тестовых заданий по культуре речи, под ред. В.Д. Черняк. САГА-ФОРУМ, 2006

Электронные образовательные ресурсы:

Сайты, блоги, электронные библиотеки

1. Код доступа: как бизнесу грамотно говорить по-русски и не потерять голос. - [Электронный ресурс]. URL: https://sbersova.ru/sections/economy/novye-pravila-russkogo-yazyka-dlya-biznesa-2024

Дополнительная электронная литература/учебные пособия, материалы, статьи

1. Литературное редактирование рекламного текста: Практикум. – Нижний Новгород: Нижегородский госуниверситет, 2016. – 17 с. [Электронный ресурс]. URL: http://www.unn.ru/books/met_files/advertisement.pdf

Видеоматериалы/ виртуальные музеи/интерактивные презентации

1. Русский язык в рекламе. Дмитрий Григорьев. 21.06.2022. [Электронный ресурс]. URL: https://rutube.ru/video/5815d3f7d43e8c0558dab24a60233cec/

Тренажеры/ тесты/ кейсы/ материал для практикума/ бесплатные онлайн курсы

1. Тесты по русскому языку. [Электронный ресурс]. URL: https://testometrika.com/russian/
2. Тест на грамотность. [Электронный ресурс]. URL: https://gram.cerm.ru/
3. Яндекс Игры. Тесты по русскому языку. [Электронный ресурс]. URL: https://yandex.ru/games/app/202616

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г.)

УТВЕРЖДАЮ
Директор АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»
_____ С.Н.Семенов
«15» 04 2024 г.

Оценочные материалы
для промежуточной аттестации
по дисциплине
ОП.06 Русский язык и культура речи

для специальности 42.02.01 Реклама

Разработчик: Жирков Д.Д., преподаватель

Якутск, 2024

1. Пояснительная записка

Оценочные материалы для промежуточной аттестации по дисциплине ОП.06 Русский язык и культура речи предназначены для оценки запланированных результатов освоения дисциплины, общих и профессиональных компетенций обучающихся по специальности *42.02.01 Реклама.*

1.1. Оценка освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины ОП.06 Русский язык и культура речи обучающийся должен

В результате освоения дисциплины обучающийся **должен**

уметь:

$У_1$ - осуществлять речевой самоконтроль; оценивать устные и письменные высказывания с точки зрения языкового оформления, эффективности достижения поставленных коммуникативных задач;

$У_2$ - анализировать языковые единицы с точки зрения правильности, точности и уместности их употребления;

$У_3$ - извлекать необходимую информацию из различных источников: учебно-научных текстов, справочной литературы, средств массовой информации, в том числе представленных в электронном виде на различных информационных носителях;

$У_4$ - создавать устные и письменные монологические и диалогические высказывания различных типов и жанров в учебно-научной (на материале изучаемых дисциплин), социально-культурной и деловой сферах общения;

$У_5$ - применять в практике речевого общения основные орфоэпические, лексические, грамматические нормы современного русского литературного языка;

$У_6$ - соблюдать в практике письма орфографические и пунктуационные нормы современного русского литературного языка;

$У_7$ - соблюдать нормы речевого поведения в различных сферах и ситуациях общения, в том числе при обсуждении дискуссионных проблем;

$У_8$ - использовать основные приемы информационной переработки устного и письменного текста;

знать:

$З_1$ - смысл понятий: речевая ситуация и ее компоненты, литературный язык, языковая норма, культура речи;

$З_2$ - основные единицы и уровни языка, их признаки и взаимосвязь;

$З_3$ - орфоэпические, лексические, грамматические, орфографические и пунктуационные нормы современного русского литературного языка; нормы речевого поведения в социально-культурной, учебно-научной, официально-деловой сферах общения.

с целью овладения **общими компетенциями** (ОК):

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

ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, *предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях*[1];

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;

и **профессиональными компетенциями (ПК):**

ПК 1.1. Определять целевую аудиторию и целевые группы.

ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

Форма промежуточной аттестации – **дифференцированный зачет**
Вид – тест и публичное выступление.

Перечень тем для публичного выступления

Задание: используя не менее 2—3 интересных и показательных факта, вставляя аргументы, составьте речь на одну из следующих тем и подготовьтесь к публичному выступлению:

[1] *Выделенное курсивом не формируется в рамках данной дисциплины*

1. Дорога к Храму.
2. Отцы и дети.
3. Кто твой ближний.
4. Ученье — свет.
5. России верные сыны.
6. Уважайте старость.
7. О пользе тишины.
8. Еще раз про любовь.
9. Ода здоровому образу жизни.
10. Ода студенчеству.
11. Легко ли быть молодым?
12. О пользе путешествий.
13. Ода автомобилю.
14. У природы нет плохой погоды.
15. О красоте.
16. Дарите людям радость.
17. Ода улыбке.
18. Человек в большом городе.
19. Берегите лес!
20. Человек и природа.
21. Читайте, читайте, читайте!
22. Вот моя деревня, вот мой дом родной.
23. О времена! О нравы!
24. Мой дом - моя крепость!
25. Реклама — двигатель торговли.
26. Нашей группе скоро год.
27. Примите меня на работу!
28. Ох уж эти экзамены!
29. Мужчины 8 Марта и всегда.
30. Вручение премии (благодарственная речь).

Критерии оценивания

Уровень подготовки студентов оценивается в баллах: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Максимальное количество баллов за публичное выступление **– 40 баллов**

«Отлично» - 40-34 балла

«Хорошо» - 33-27 баллов

«Удовлетворительно» - 26-20 баллов

«неудовлетворительно» - менее 20 баллов

Критерии публичного выступления

№ пп.	Аспекты	Возможные ситуации	Кол-во баллов
1	Соответствие содержания речи теме	а) соответствует полностью	**2**
		б) не полностью	**1**
		в) не соответствует	**0**
2	Использование фактов	а) в достаточном количестве	**2**
		б) в недостаточном количестве	**1**
		в) в излишнем количестве	**1**
		г) не использованы	**0**
3	Характер использованных фактов	а) интересные факты	**2**
		б) свежие факты	**2**
		в) всем известные факты	**0**
4	Интерпретация фактов	а) удачная интерпретация	**2**
		б) не вполне удачная (не все факты освещены полно, объективно)	**1**
		в) неудачная (большинство фактов объясняется неверно, неумело или явно предвзято)	**0**

5	Количество аргументов	а) аргументы содержатся в достаточном количестве	**2**
		б)в недостаточном количестве	**1**
		в) в излишнем количестве	**1**
		г) аргументов по существу нет	**0**
6	Характер аргументов	а) аргументы впечатляющие (убедительные, оригинальные, броские и др.)	**3**
		б) аргументы среднего качества (недостаточно логичны, недоказательны, растянуты)	**1**
		в) аргументы слабые (совсем неубедительные, недейственные)	**0**
7	Использование типов аргументов (аргументы к делу, аргументы к человеку, к пользе)	а) использование аргументов разных типов	**3**
		б) типовое однообразие аргументов	**1**
8	Ориентация содержания речи на аудиторию (насколько высту-пающий ощущает конкретный состав слушателей)	а) заметная ориентация на всю аудиторию	**2**
		б) ориентация только на часть аудитории	**1**
		в) отсутствие ориентации	**0**
9	Композиционна я (структурная) сторона речи	а) композиция четкая (хорошо различаются приступ, основная часть, заключение); приступ и заключение не затянуты; части последовательны и логически связаны	**4**
		б) композиция неполная (отсутствует одна из частей), недостаточно четкая (не всегда логичны переходы от одной части или подчасти к другой)	**1**
		в) композиция и структура речи нечеткие (речь сумбурна, есть неоправданные и длительные отступ-ления; какие-то моменты информационно не закончены; имеются неоправданные возвращения к уже сказанному, повторы; за речью трудно следить)	**0**
10	Выразительность речи	а) используется большой запас слов, богатый словарь; представлены разнообразные грамматические конструкции, множество фигур речи; удачно и в нужной мере используются периоды	**4**
		б) лексикон оратора средний; грамматические конструк-ции однообразны; используется небольшое число фигур речи немногих типов; периоды не используются	**1**
		в) лексикон скудный, грамматика бедна, фигуры речи отсутствуют	**0**
11	Ортологическая сторона речи	а) ошибки произношения слов, грамматические неточнос-ти, употребления слов в неправильном значении, тавтологии и т. п.	**3**
		б) перечисленное имеется в небольшом количестве и носит случайный характер	**1**
		в) перечисленное наблюдается в большом количестве (четыре случая и более)	**0**
12	Подготовленность речи	а) речь хорошо подготовлена (выступающий лишь изредка пользуется конспектом; не создает впечатления, что он что-то забыл и припоминает; не делает поправок;	**4**

		речь уверенна и естественна)	
		б) речь недостаточно подготовлена (выступающий часто смотрит в текст, делает заметные неоправданные паузы, несколько раз делает поправки и т. п.)	**1**
		в) речь плохо подготовлена (оратор фактически читает ее либо долго вспоминает, что нужно сказать, часто и заметно сбивается и поправляется и т. п.).	**0**
13	Соблюдение правил произнесения речи	а) речь произносится мастерски (темп средний, варьирующийся при изменении содержания; голос не тихий и не слишком громкий; речь не монотонна; умело используются жесты и мимика; выступающий обозревает всю аудиторию, а не смотрит в одну точку; отсутствуют отвлекающие моменты - частое использование платка и т. п.)	**4**
		б) речь произносится на среднем уровне: произносится скороговоркой или замедленно, тихо или очень громко; взойдя на трибуну, выступающий сразу начинает речь; жесты и выражение лица не соответствуют содержанию речи; выступающий проявляет внешнюю робость и неуверенность в себе; речь монотонна	**1**
		в) речь произносится плохо: присутствуют все перечисленные недостатки или большинство из них	**0**
14	Реакция выступающего на поведение аудитории	а) выступающий внимательно следит за аудиторией и чутко реагирует на восприятие его речи (по необходимости перестраиваясь; заметен его интерес к аудитории как к собеседникам	**3**
		б) выступающий не следит за реакцией аудитории и не склонен обращать на неё внимание, сосредоточившись лишь на своих рассуждениях и размышлениях, на том, как лучше выразить мысль	**0**

Каждый тест состоит из 20 вопросов и имеет 2 варианта.
Время выполнения задания – 40 мин.

Критерии оценивания теста

Каждый правильный ответ оценивается в 1 балл.

Максимальное количество баллов – 20.

Оценка	Критерии оценивания
«Отлично»	правильное выполнено 20-18 заданий
«Хорошо»	правильное выполнено 17-15 заданий
«Удовлетворительно»	правильное выполнено 14-11 заданий
«Неудовлетворительно»	правильное выполнено 10 и менее заданий.

Автономная некоммерческая организация среднего профессионального образования
«Цифровой колледж «Синергия»

УТВЕРЖДЕНО
директором колледжа в составе образовательной
программы по специальности *42.02.01 Реклама*

Тест
для промежуточной аттестации
по дисциплине ОП 06. Русский язык и культура речи
для специальности 42.02.01 Реклама

Инструкция

Внимательно прочитайте задания и правильные ответы занесите в бланк ответов.
Блок 1 – Выберите один правильный ответ
Блок 2 – Выберите несколько правильных ответов
Блок 3 – Установите соответствие
Блок 4 – Установите последовательность действий
Блок 5 – Задание на классификацию
Время выполнения – 40 минут.

Вариант 1

Блок 1. Выберите один правильный ответ из предложенных

1. Выберите синонимом к слову «эрудированный»:
а) невежественный б) образованный
в) глупый г) равнодушный

2. Укажите номер предложения с грамматической ошибкой:
а) Я благодарю вас за помощь.
б) Согласно расписанию, занятия начнутся в 9:00.
в) Благодаря вашей помощи, мы справились с задачей.
г) Вопреки ожиданий, погода улучшилась.

3. Слово, относящееся к разговорному стилю речи:
а) диссертация б) исследование в) доклад г) болтовня

4. «Лексическое значение слова» это...
а) правильное произношение слова
б) его грамматические характеристики
в) смысл, который слово передает
г) его написание

Блок 2. Выберите несколько правильных ответов из предложенных

5. Признаками хорошей речи являются следующие качества:
а) ясность б) многословие в) логичность
г) выразительность д) неточность

6. Выберите антонимы:
а) холодный б) теплый в) горячий
г) добрый д) злой

7. Найдите сложноподчинённые предложения:
а) Кто пахать не ленится, у того хлеб родится.
б) Анфиса поняла, что они пролетают над фронтом.
в) Живопись Левитана, как считают искусствоведы, отражает неброскую красоту средней полосы России.
г) В ком добра нет, в том правды нет.
д) Аист, говорит народное поверье, стережёт счастье, не подпускает беду.

8. Выберите слова, относящиеся к книжной лексике:
а) воззвание б) приговор в) привет г) базар д) изъявить

Блок 3. Установите соответствие

9. Соотнесите стиль речи и его характеристику:

Стиль речи	Характеристика
1) Научный 2) Официально-деловой 3) Публицистический 4) Художественный	А. Точность, объективность, использование терминов Б. Образность, эмоциональность, выразительность В. Краткость, четкость, стандартизация Г. Актуальность, воздействие на аудиторию, сочетание разных стилей

10. Соотнесите термин и его определение:

Термин	Определение
1) Паронимы 2) Омонимы 3) Синонимы 4) Антонимы	А. Слова, различные по написанию и звучанию, но схожие по значению. Б. Слова, различные по написанию и звучанию, но противоположные по значению. В. Слова, близкие по звучанию, но разные по значению. Г. Слова, одинаковые по написанию и звучанию, но разные по значению.

11. Соотнесите виды фразеологизмов и их примеры:

Вид фразеологизма	Пример
1) Пословица 2) Поговорка 3) Идиома 4) Крылатое выражение	А. “Не все коту масленица” Б. “Бить баклуши” В. “Семь раз отмерь, один раз отрежь” Г. “А ларчик просто открывался”

12. Соотнесите виды ошибок и их примеры:

Вид ошибки	Пример
1) Лексическая ошибка 2) Грамматическая ошибка 3) Орфографическая ошибка 4) Стилистическая ошибка	А. “Ложить книги на стол” Б. “Он был одет в синий костюм с белой рубашкой” (неудачное сочетание слов) В. “Президент поздравил с праздником” Г. “Немедленно преступить к выполнению обязанностей”

Блок 4. Установите последовательность действий

13. Расположите этапы подготовки к публичному выступлению в правильном порядке:

а) Подготовка текста выступления
б) Анализ аудитории
в) Репетиция выступления
г) Определение цели выступления
д) Выбор темы выступления

14. Укажите правильную последовательность действий при написании делового письма:

а) Формулировка основной мысли и изложение аргументов
б) Приветствие и обращение
в) Подпись и указание должности отправителя
г) Указание темы письма (при необходимости)
д) Заключение (выводы, просьбы)

15. Установите правильную последовательность работы над сочинением:

а) Написание черновика
б) Обдумывание темы и определение цели
в) Редактирование и исправление ошибок
г) Составление плана
д) Написание чистовика

16. Расположите в логической последовательности этапы деловой беседы:

а) ответы на вопросы
б) приветствие
в) принятие решения
г) аргументирование
д) передача информации

Блок 5. Установите соответствие по классификации

17. Распределите предложенные термины по подходящим категориям:

Категория	Термины
А) Виды речевой деятельности Б) Этапы создания текста	1) Чтение 2) Редактирование 3) Анализ темы 4) Письмо 5) Поиск информации

18. Распределите предложенные понятия по подходящим категориям:

Категория	Понятие
А) Качества хорошей речи Б) Барьеры коммуникации	1) Логичность 2) Шум 3) Точность 4) Стереотипы 5) Непонимание контекста

19. Распределите предложенные термины по подходящим категориям:

Категория	Термины
А) Компоненты коммуникации Б) Виды слушания	1) Активное 2) Отправитель 3) Неотфильтрованное 4) Сообщение 5) Эмпатическое

20. Распределите предложенные термины по подходящим категориям:

Категория	Термины
А) Формы речи Б) Способы аргументации	1) Доказательство от противного 2) Устная 3) Письменная 4) Ссылка на авторитет 5) Дедукция

Автономная некоммерческая организация среднего профессионального образования
«Цифровой колледж «Синергия»

УТВЕРЖДЕНО
директором колледжа в составе образовательной
программы по специальности *42.02.01 Реклама*

Тест
для промежуточной аттестации
по дисциплине ОП 06. Русский язык и культура речи
для специальности 42.02.01 Реклама

Инструкция

Внимательно прочитайте задания и правильные ответы занесите в бланк ответов.
Блок 1 – Выберите один правильный ответ
Блок 2 – Выберите несколько правильных ответов
Блок 3 – Установите соответствие
Блок 4 – Установите последовательность действий
Блок 5 – Задание на классификацию
Время выполнения – 40 минут.

Вариант 2

Блок 1. Выберите один правильный ответ из предложенных

1. Плеоназм — это...
А) Использование иноязычных слов.
Б) Избыточность выражения, повторение близких по смыслу слов.
В) Намеренное упрощение речи.
Г) Использование терминов.

2. Нормы произношения слов изучает:
А) Морфология Б) Синтаксис
В) Орфоэпия Г) Лексикология

3. Выберите из перечисленных слов паро́нимом к слову "эффектный":
А) Эффективный Б) Дефектный В) Аффектный Г) Эффект

4. Укажите номер предложения, построенного грамматически верно:
А) Благодаря дождю, урожай был спасен.
Б) Согласно приказа директора, сотрудники обязаны…
В) Вопреки прогнозам синоптиков, погода была отличной.
Г) По окончанию работ, необходимо…

Блок 2. Выберите несколько правильных ответов из предложенных

5. Официально-деловой стиль речи характеризуют следующие признаки:
А) Эмоциональность Б) Точность
В) Объективность Г) Экспрессивность
Д) Стандартизированность

6. К невербальным средствам общения относятся:
А) Мимика Б) Жесты В) Интонация
Г) Слова Д) Позы

7. Выберите ошибки, которые могут быть связаны с употреблением фразеологизмов:
А) Неправильный порядок слов.
Б) Замена компонентов.
В) Искажение грамматической формы.
Г) Употребление синонимов.
Д) Использование антонимов.

8. Хорошую речь характеризуют следующие качества:
А) Богатство Б) Точность В) Логичность
Г) Краткость Д) Эмоциональность

Блок 3. Установите соответствие

9. Установите соответствие между типом речевой ошибки и примером:

Тип речевой ошибки	Пример
А) Тавтология	1) "Свободная вакансия"
Б) Плеоназм	2) "Масло масляное"
В) Канцеляризм	3) "Данный вопрос"
Г) Речевая недостаточность	4) "Автор сказал"

10. Установите соответствие между стилем речи и его функцией:

Стиль речи	Функция
А) Научный стиль Б) Официально-деловой стиль В) Публицистический стиль Г) Разговорный стиль	1) Информирование и воздействие на общественное мнение 2) Общение в неофициальной обстановке 3) Точная и объективная передача информации 4) Регламентация отношений

11. Установите соответствие между понятием и его определением:

Понятие	Определение
А) Омоним Б) Синоним В) Антоним Г) Пароним	1) Слова, близкие по значению 2) Слова, противоположные по значению 3) Слова, одинаковые по звучанию, но разные по значению 4) Слова, сходные по звучанию, но разные по значению

12. Установите соответствие между разделом лингвистики и объектом изучения:

Раздел лингвистики	Объект изучения
А) Фонетика Б) Лексикология В) Морфология Г) Синтаксис	1) Слово как часть речи 2) Звуки речи 3) Словарный состав языка 4) Строение предложений

Блок 4. Установите последовательность действий

13. Установите последовательность этапов подготовки к публичному выступлению:

А) Анализ аудитории.
Б) Определение цели выступления.
В) Составление плана выступления.
Г) Репетиция выступления.
Д) Подготовка визуальных материалов.

14. Установите последовательность действий при работе с текстом:

А) Написание текста.
Б) Редактирование текста.
В) Планирование текста.
Г) Сбор материала.
Д) Публикация текста.

15. Установите последовательность шагов при разрешении конфликтной ситуации в общении:

А) Анализ причин конфликта.
Б) Поиск компромиссных решений.
В) Определение проблемы.
Г) Обсуждение позиций сторон.
Д) Оценка последствий и выбор оптимального решения.

16. Установите последовательность этапов восприятия информации:

А) Осмысление
Б) Восприятие
В) Запоминание
Г) Оценка
Д) Интерпретация

Блок 5. Установите соответствие по классификации

17. Распределите предложенные виды литературы по соответствующим категориям, учитывая их характерные особенности:

Категория	Вид литературы
А) Художественная литература Б) Научная литература	1) Роман 2) Учебник 3) Повесть 4) Монография 5) Сборник стихов

18. Распределите средства выразительности по классификациям:

Классификация	Средство выразительности
А) Средства выразительности на лексическом уровне Б) Средства выразительности на синтаксическом уровне	1) Метафора 2) Эпитет 3) Инверсия 4) Градация 5) Сравнение

19. Распределите термины по категориям:

Категория	Термин
А) Типы речевых ошибок Б) Причины речевых ошибок	1) Плеоназм 2) Тавтология 3) Незнание значения слова 4) Влияние диалекта 5) Неправильное согласование

20. Распределите понятия по категориям:

Категория	Понятие
А) Качества хорошей речи Б) Характеристики речи	1) Богатство 2) Чистота 3) Скудность 4) Шаблонность 5) Лаконичность

1.2. Сформированность компетенций обучающихся

В результате освоения дисциплины ОП.06 Русский язык и культура речи обучающийся должен показать также и сформированность общих компетенций:

Результат (общие компетенции)	**Основные показатели**
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам	- самостоятельно организует свою деятельность по выданным заданиям - умеет оценить свои возможности для выполнения поставленных целей, задач, заданий по дисциплине
ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, *предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях*;	- берет на себя ответственность за принятое решение/совершенный поступок - ответственно выполняет разовые/постоянные поручения в группе - может спрогнозировать результат - умеет оценить свои действия, поступки и проанализировать их
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;	- устанавливает позитивный стиль общения - выбирает стиль общения в соответствии с ситуацией - признает чужое мнение - при необходимости отстаивает собственное мнение - принимает критику - ведет деловую беседу в соответствии с этическими нормами - соблюдает официальный стиль при оформлении документов - составляет отчеты, задания в соответствии с запросом и предъявляемыми требованиями - оформляет документы в соответствии с нормативными актами - выполняет письменные и устные рекомендации преподавателя - способен к эмпатии - организует коллективное обсуждение рабочей ситуации
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	- умеет передавать информацию другому человеку - способен правильно формулировать свои мысли в устной и письменной формах - способен оценить уровень своих знаний по дисциплине

Критерии сформированности

2 балла - компетенция проявляется постоянно в полной мере (сформирована полностью);
1 балл - компетенция проявляется иногда или неполностью (частично сформирована);
0 баллов - компетенция не проявляется (не сформирована).

Оценка ***профессиональных компетенций (ПК)*** происходит через освоенные знания и умения:

Результат (общие компетенции)	**Основные показатели**
ПК 1.1. Определять целевую аудиторию и целевые группы. ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.	**уметь:** $У_1$ - осуществлять речевой самоконтроль; оценивать устные и письменные высказывания с точки зрения языкового оформления, эффективности достижения поставленных коммуникативных задач; $У_2$ - анализировать языковые единицы с точки зрения правильности, точности и уместности их употребления; $У_3$ - извлекать необходимую информацию из различных источников: учебно-научных текстов, справочной литературы, средств массовой информации, в том числе представленных в электронном виде на различных информационных носителях; $У_4$ - создавать устные и письменные монологические и диалогические высказывания различных типов и жанров в учебно-научной (на материале изучаемых дисциплин), социально-культурной и деловой сферах общения; $У_5$ - применять в практике речевого общения основные орфоэпические, лексические, грамматические нормы современного русского литературного языка; $У_6$ - соблюдать в практике письма орфографические и пунктуационные нормы современного русского литературного языка; $У_7$ - соблюдать нормы речевого поведения в различных сферах и ситуациях общения, в том числе при обсуждении дискуссионных проблем; $У_8$ - использовать основные приемы информационной переработки устного и письменного текста; **знать**: $З_1$ - смысл понятий: речевая ситуация и ее компоненты, литературный язык, языковая норма, культура речи; $З_2$ - основные единицы и уровни языка, их признаки и взаимосвязь; $З_3$ - орфоэпические, лексические, грамматические, орфографические и пунктуационные нормы современного русского литературного языка; нормы речевого поведения в социально-культурной, учебно-научной, официально-деловой сферах общения.

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.07. Охрана труда

для специальности 42.02.01 Реклама

Якутск, 2024

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г.

УТВЕРЖДАЮ
Директор АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»
_____ С.Н.Семенов
«15» 04 2024 г.

Рабочая программа дисциплины ОП.07. Охрана труда разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (далее – ФГОС СПО) по специальности *42.02.01 Реклама,* утвержденного приказом Министерства просвещения РФ от 21.07.2023 г. № 552 (зарегистрирован в Минюсте РФ 22.08.2023 № 74908)

Организация-разработчик: АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»

Составитель:
Сидорова А.Ю., зам.директора по УВР

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Паспорт рабочей программы дисциплины 4

2. Структура и содержание дисциплины 6

3. Условия реализации рабочей программы дисциплины 10

4. Контроль и оценка результатов освоения дисциплины 12

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.07. ОХРАНА ТРУДА

1.1. Область применения программы

Рабочая программа дисциплины ОП.07. Охрана труда является частью основной профессиональной образовательной программы СПО – программы подготовки специалистов среднего звена по специальности *42.02.01 Реклама*, входящей в состав укрупненной группы специальностей *42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело.*

1.2 Место дисциплины в структуре образовательной программы:

Дисциплина ОП.07. Охрана труда является дисциплиной общепрофессионального учебного цикла из часов вариативной части.

1.3. Требования к результатам освоения дисциплины:

В результате освоения дисциплины обучающийся **должен**

уметь:

$У_1$ - проводить анализ травмоопасных и вредных факторов в сфере профессиональной деятельности;

$У_2$ - принимать меры для исключения производственного травматизма;

$У_3$ - применять безопасные методы выполнения работ.

знать:

$З_1$ - особенности обеспечения безопасных условий труда в сфере профессиональной деятельности;

$З_2$ – организационные основы охраны труда в организации.

С целью овладения **общими компетенциями** (ОК):

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.

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

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команд

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.

ОК 07. *Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению*[1], *применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства,* эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях.

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

и **профессиональными компетенциями (ПК):**

ПК 1.2. Проводить анализ объема рынка.

ПК 1.3. Проводить анализ конкурентов.

ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий

ПК 2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

ПК 2.2. Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий

ПК 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.

ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.

ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.

ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.

ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.

ПК. 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.

1.4. Количество часов на освоение рабочей программы дисциплины:

Объем дисциплины – 32 часа, в том числе

в форме практической подготовки – 7 часов

включает:

объем работы обучающегося во взаимодействии с преподавателем – 32 часа, в том числе

практические занятия – 7 часов;

самостоятельная работа обучающегося – 00 часов

Обязательная часть рабочей программы составляет – 00 часов, вариативная часть – 32 часа.

[1] Выделенное курсивом не формируется в рамках данной дисциплины

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Объем дисциплины (всего)	**32**
в том числе:	
в форме практической подготовки	7
Объем работы обучающегося во взаимодействии с преподавателем	**32**
в том числе:	
практические занятия	7
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	**0**

2.2. Формы промежуточной аттестации

2 семестр – дифференцированный зачет

2.2. Тематический план и содержание дисциплины ОП.07. Охрана труда

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работ (проект) *(если предусмотрены)*		Объем часов	В т.ч. практическая подготовка	Формируемые компетенции
Раздел 1. Управление безопасностью труда			**12**		
Тема 1.1. Правовые нормы и организационные основы безопасности труда	*Содержание учебного материала*		*6*		
	1	Конституция РФ (статьи 7, 37, 39, 41, 42), Трудовой кодекс, нормативно-правовые акты, содержащие нормативные государственные требования по охране труда. Психические процессы, свойства и состояние, влияющие на БТ. Виды и условия трудовой деятельности, классификация условий трудовой деятельности по тяжести и напряжённости трудового процесса, классификация условий труда по факторам производственной среды. Основные психические причины травматизма	2		ОК 01, ОК 05, ОК 07
	2	Организационные основы БТ: органы управления БТ, надзор и контроль БТ, обучение, инструктаж и проверка знаний по ОТ, аттестация рабочих мест по условиям труда и сертификация производственных объектов на соответствие требованиям по охране труда. Функции и обязанности работников службы охраны труда.	2		
	Практические занятия		**2**		
	3	**Практическое занятие № 1.** Оценка состояния безопасности рабочего места		2	ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 08, ПК 1.2-ПК 1.4, ПК 2.1-ПК 2.2, ПК 3.1-ПК 3.3 ПК 4.1-4.3
Тема 1.2. Расследование и учёт несчастных случаев (Н/С) на производстве, основные мероприятия по улучшению условий труда, анализ травматизма	*Содержание учебного материала*		*6*		
	1	Основные понятия и определения по производственному травматизму (ОВПТ, травма, Н/С, их классификация, профзаболевания). Причины Н/С. Положение о расследовании и учёте Н/С на производстве.	2		ОК 01, ОК 05, ОК 07
	2	Мероприятия по улучшению условий труда. Возмещение вреда причинённого здоровью работника. Социально–экономическое значение, экономический механизм и источники финансирования охраны труда. Экономические последствия (ущерб) от производственного травматизма и профзаболеваний	2		

	Практические занятия		**2**		ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 08, ПК 1.2-ПК 1.4, ПК 2.1-ПК 2.2, ПК 3.1-ПК 3.3 ПК 4.1-4.3
	3	**Практическое занятие № 2.** Заполнение акта о расследовании несчастного случая (форма Н-1)		2	
Раздел 2. Идентификация и воздействие на человека негативных факторов производственной среды			**8**		
Тема 2.1. Негативные производственные факторы	*Содержание учебного материала*		*8*		
	1	Негативные производственные факторы, их идентификация, характеристики, воздействие на человека. Классификация ОВПФ. Опасные механические факторы: механические движения и действия технологического оборудования, инструмента, механизмов и машин. Другие источники и причины механического травмирования	2		ОК 01, ОК 05, ОК 07
	2	Физические негативные факторы: виброакустические колебания, ЭМПи излучения ионизирующие излучения, электрический ток.	2		
	3	Химические негативные факторы (вредные вещества), их классификация и нормирование. ПДК токсичных веществ для рабочей зоны, методы и приборы для определения вредных газов и паров в воздухе рабочей зоны.	2		
	Практические занятия		**2**		ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 08, ПК 1.2-ПК 1.4, ПК 2.1-ПК 2.2, ПК 3.1-ПК 3.3 ПК 4.1-4.3
	4	**Практическое занятие № 3**. Расчет интегральной балльной оценки тяжести труда		2	
Раздел 3. Условия создания защиты человека от вредных и опасных			**4**		

производственных факторов					
Тема 3.1. **Защита человека от вредных и опасных производственных факторов (ОВПФ)**	*Содержание учебного материала*		*2*		
	1	Защита человека от вибраций, шумов, ультразвука Защита от ЭМПи излучений, лазерного излучения, защита от радиации. Защита от загрязнения воздушной среды: вентиляция и системы вентиляции.	2		ОК 01, ОК 05, ОК 07
Тема 3.2. Электробезопасность	*Содержание учебного материала*		*2*		ОК 01, ОК 05, ОК 07
	1	Методы и средства защиты при работе с технологическим оборудованием и инструментом.	2		
Раздел 4. Обеспечение комфортных условий для трудовой деятельности			**6**		
Тема 4.1. Микроклимат и освещение	*Содержание учебного материала*		*4*		ОК 01, ОК 05, ОК 07
	1	Механизмы теплообмена между человеком и окружающей средой. Влияние климата на здоровье человека. Терморегуляция организма человека. Гигиеническое нормирование параметров микроклимата. Методы обеспечения комфортных климатических условий в рабочих помещениях	2		
	2	Характеристика освещения и световой среды. Виды освещения и его нормирование. Искусственные источники света и светильники, организация рабочего места для создания комфортных зрительных условий	1		
	Практические занятия		**1**	1	ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 08, ПК 1.2-ПК 1.4, ПК 2.1-ПК 2.2, ПК 3.1-ПК 3.3 ПК 4.1-4.3
	3	**Практическое занятие № 4**. Расчёт искусственного освещения методом светового потока.			
Тема 4.2. Пожарная безопасность	*Содержание учебного материала*		***2***		ОК 01, ОК 05, ОК 07
	1	Пожарная безопасность. Виды и классификация пожаров. Требования пожарной безопасности к промышленным объектам	2		
		Дифференцированный зачет	**2**		
		ВСЕГО	**32**	7	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Материально-техническое обеспечение

Реализация рабочей программы дисциплины проходит в кабинете экологии и безопасности жизнедеятельности.

Оборудование учебного кабинета:

- Рабочее место преподавателя: Персональный компьютер в сборе (Процессор: Ryzen3 3 5300G (4 ядра и 4-8 потоков) Оперативная память: 8gb DDR4 3200 Mhz Накопитель: 256GB ssd.) – 1 шт.
- Короткофокусный проектор Optoma X309ST – 1 шт.
- Стол ученический Классик двухместный регулируемый, №4-6 СУР А.02.46 проект НМ-035.04.02 – 10 шт.
- Стул ученический Стандарт, №4-6 СТУР А 02.46.Ф проект НМ-035.30.02 – 19 шт.
- Учебная маркерная доска белая – 1 шт.
- Многофункциональное устройство HP (МФУ HP), А4, ч/б – 1 шт.

3.2. Учебно-методическое обеспечение

По дисциплине ОП.07. Охрана труда разработана учебно-методическая документация:

- рабочая программа дисциплины;
- оценочные материалы;
- методические указания по выполнению заданий на практических занятиях.

3.3. Информационное обеспечение обучения

Кодексы

1. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 № 197-ФЗ (ред. От 02.08.2020) // «Российская газета», № 256, 31.12.2001.

2. Уголовный кодекс Российской Федерации : Федер. закон от 13 июня 1996 г. № 63-ФЗ : принят Гос. Думой 24 мая 1996 г.

3. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях : Федер. закон от 30 дек. 2001 г. № 195-ФЗ : принят Гос. Думой 20 дек. 2001 г.

Федеральные законы

1. Федеральный закон от 24 июля 1998 г. №125-ФЗ «Об обязательном социальном страховании от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний».

2. Федеральный закон от 10 января 2003 г. №17-ФЗ «О страховых тарифах на обязательное социальное страхование от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваниях».

3. Федеральный закон от 30 марта 1999 г. №52-ФЗ «О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения».

4. Федеральный закон от 21 декабря 1994 г. №69-ФЗ «О пожарной безопасности».

Учебная литература:

1. Беляков, Г. И. Охрана труда и техника безопасности : учебник для среднего профессионального образования / Г. И. Беляков. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 353 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16364-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/530881 (дата обращения: 12.01.2024).

Электронные образовательные ресурсы:

Сайты, блоги, электронные библиотеки

1. Журнал труда от А до Я – Официальный сайт. – [Электронный ресурс]. URL:https://coko1.ru/articles/protection/ohrana-truda-ot-a-do-ya/

2. Государственное бюджетное учреждение Республики Саха (Якутия) «Республиканский информационно-аналитический центр мониторинга условий труда – Исследовательская лаборатория экспертизы условий труда». Памятка. [Электронный ресурс]. URL: 5f9f820091030.pdf (riacmut.ru)

Дополнительная электронная литература/учебные пособия, материалы, статьи

1. Лекции по охране труда [Электронный ресурс]. URL: Lekzii_OT.pdf (vlsu.ru)

2. Общие вопросы охраны труда и функционирования системы управления охраной труда. [Электронный ресурс]. URL: курс лекций (ptpit.ru)

3. Лекции по курсу: «Общие вопросы охраны труда и функционирования системы управления охраной труда». [Электронный ресурс]. URL: 911665572700.pdf (focdoc.ru)

Видеоматериалы/ виртуальные музеи/интерактивные презентации

1. Видеолекция «Основы охраны труда. Безопасная и здоровая рабочая среда». [Электронный ресурс]. URL Видеолекция «Основы охраны труда. Безопасная.. — Видео | ВКонтакте (vk.com)

Тренажеры/ тесты/ кейсы/ материал для практикума/ бесплатные онлайн курсы

1. Тест по теме «Тесты с ответами по теме Охрана труда» [Электронный ресурс]. URL: Подробнее: https://zaochnik.com/online-tests/bgd/68-s-otvetami-po-ohrane-truda/

2. Тест по охране труда с новыми вопросами 2024 года онлайн. [Электронный ресурс]. URL: https://arkons.biz/test-po-ohrane-truda-s-novymi-voprosami-2024-goda-onlayn-avtopodschet-ballov

4 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка запланированных результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе текущего контроля знаний, проверки выполнения заданий практических занятий и самостоятельной работы, а также во время промежуточной аттестации.

Оценка качества подготовки обучающихся осуществляется через оценку знаний, умений по дисциплине и сформированность компетенций.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	**Формы и методы контроля и оценки результатов обучения**	
	Текущий контроль	**Промежуточная аттестация**
уметь:		
$У_1$ - проводить анализ травмоопасных и вредных факторов в сфере профессиональной деятельности;	- оценка выполнения заданий на практических занятиях;	- дифференцированный зачет
$У_2$ - принимать меры для исключения производственного травматизма;		
$У_3$ - применять безопасные методы выполнения работ.		
знать:		
$З_1$ - особенности обеспечения безопасных условий труда в сфере профессиональной деятельности;	- оценка выполнения заданий на практических занятиях; - устный опрос;	- дифференцированный зачет
$З_2$ – организационные основы охраны труда в организации.		

Оценка ***общих компетенций (ОК)***:

Результат (общие компетенции)	**Основные показатели**
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам	- самостоятельно организует свою деятельность по выданным заданиям - умеет оценить свои возможности для выполнения поставленных целей, задач, заданий по дисциплине
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	- осуществляет поиск информации в сети Интернет и различных электронных носителях - извлекает информацию с электронных носителей - использует средства ИТ для обработки и хранения информации - представляет информацию в различных формах с использованием разнообразного программного обеспечения - создает презентации в различных формах

ОК 04. Работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами.	- устанавливает позитивный стиль общения - выбирает стиль общения в соответствии с ситуацией - признает чужое мнение - при необходимости отстаивает собственное мнение - принимает критику - ведет деловую беседу в соответствии с этическими нормами - соблюдает официальный стиль при оформлении документов - составляет отчеты, задания в соответствии с запросом и предъявляемыми требованиями - оформляет документы в соответствии с нормативными актами - выполняет письменные и устные рекомендации преподавателя - способен к эмпатии - организует коллективное обсуждение рабочей ситуации
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	- умеет передавать информацию другому человеку - способен правильно формулировать свои мысли в устной и письменной формах - способен оценить уровень своих знаний по дисциплине
ОК 07. *Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению*[2], *применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства,* эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях.	- поддерживает чистоту в учебном кабинете и на своем рабочем месте - адекватно реагирует на внезапное изменение ситуации (звонок, сирена, сигнал тревоги)
ОК 08. Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности.	- посещает учебные занятия, практику; - отсутствие пропусков по болезни

Оценка ***профессиональных компетенций (ПК)*** происходит через освоенные знания и умения.

Критерии и методы оценки запланированных результатов по дисциплине отражены в оценочных материалах.

[2] Выделенное курсивом не формируется в рамках данной дисциплины

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

ОХРАНА ТРУДА

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
по выполнению заданий на практических занятиях

по специальности 42.02.01 Реклама

Якутск, 2024

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г.)

Методические указания составлены в соответствии с рабочей программой по дисциплине ОП.07. Охрана труда

Разработчик: АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»

Составитель:
Слепцова М.И., преподаватель

1. Пояснительная записка

Дисциплина ОП.07 Охрана труда является общепрофессиональной дисциплиной профессионального цикла ППССЗ и изучается в течение одного семестра.

В результате освоения дисциплины ОП.07. Охрана труда обучающиеся должны **уметь:**

$У_1$ - проводить анализ травмоопасных и вредных факторов в сфере профессиональной деятельности;

$У_2$ - принимать меры для исключения производственного травматизма;

$У_3$ - применять безопасные методы выполнения работ.

знать:

$З_1$ - особенности обеспечения безопасных условий труда в сфере профессиональной деятельности;

$З_2$ – организационные основы охраны труда в организации.

с целью овладения **общими компетенциями (ОК)**:

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

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

ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, *предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания* по правовой *и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях*[1]*;*

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;

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

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

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и *иностранном я*зыках.

и профессиональными компетенциями (ПК):

ПК 1.2. Проводить анализ объема рынка.

ПК 1.3. Проводить анализ конкурентов.

ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий

[1] *Выделенное курсивом не формируется в рамках данной дисциплины*

ПК 2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

ПК 2.2. Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий

ПК 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.

ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.

ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.

ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.

ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.

ПК. 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.

Требования к выполнению заданий

Практические задания выполняются обучающимися в обязательном порядке по указанию преподавателя.

Работы выполняются в рабочей тетради и сдаются для проверки преподавателю. Полученная оценка выставляется в журнал и учитывается при освоении дисциплины в целом.

Критерии оценивания выполненных заданий

Работа оценивается по 5 балльной шкале:

Оценка «**отлично»** ставится, если студент выполнил работу в полном объеме с соблюдением необходимой последовательности действий; в ответе правильно и аккуратно выполняет все записи, таблицы, рисунки, чертежи, графики, вычисления; правильно выполняет анализ ошибок.

Оценка **«хорошо»** ставится, если студент выполнил требования к оценке "5", но допущены 2-3 недочета.

Оценка **«удовлетворительно»** ставится, если студент выполнил работу не полностью, но объем выполненной части таков, что позволяет получить правильные результаты и выводы; в ходе проведения работы были допущены ошибки.

Оценка **«неудовлетворительно»** ставится, если студент выполнил работу не полностью или объем выполненной части работы не позволяет сделать правильных выводов

Практическое занятие № 1
Оценка состояния безопасности рабочего места

Цель: формирование умения $У_1$ - проводить анализ травмоопасных и вредных факторов в сфере профессиональной деятельности.

Время выполнения работы – 2 часа

ПОРЯДОК ВЫПОЛНЕНИЯ:

Безопасность рабочего места

Любая, даже самая безобидная на первый взгляд профессия может негативно сказаться на здоровье. Проблем не будет, если соблюдать технику безопасности. Каждый работодатель обязан составить инструкцию, придерживаясь которой, можно будет обеспечить **безопасность на рабочем месте** рабочего. С этим документом должен ознакомиться любой специалист, который поступает на ту или иную должность. Если проблемы со здоровьем возникли по причине несоблюдения техники безопасности на рабочем месте, работодатель никакой ответственности нести не будет.

Первичный инструктаж и оценка безопасности рабочего места

Безопасность на рабочем месте рабочего полностью зависит от навыков специалиста той или иной профессии, а также умения пользоваться основным оборудованием. Перед тем как человек приступит к выполнению своих обязанностей, он должен пройти инструктаж. Сотрудник, который работает на предприятии или фирме уже продолжительное время, знакомит новичка с особенностями профессии. Обязательно описываются наиболее опасные зоны, а также правила работы со сложными механизмами. Новым сотрудником должна быть выполнена оценка безопасности рабочего места. Это очень важно. Только так можно получить сведения о наиболее опасных факторах выполнения своих служебных обязанностей.

Порядок выполнения:

1. Ознакомиться с Приказом Минтруда России от 29.10.2021 N 774н "Об утверждении общих требований к организации безопасного рабочего места" (Зарегистрировано в Минюсте России 25.11.2021 N 65987)
2. На основании раздела 2. Требования к организации рабочего места составить памятку.
3. Ознакомиться с Федеральным законом "О специальной оценке условий труда" от 28.12.2013 N 426-ФЗ.
4. Записать определения следующих слов:
- специальная оценка труда –
- классы условий труда

5. Выписать права и обязанности работника в связи с проведением специальной оценки условий труда.

6. Выписать права и обязанности работодателя в связи с проведением специальной оценки условий труда

7. Определить вредные и опасные факторы производства, связанные со своей будущей работой. Определить класс условий труда.

8. Какая ответственность работодателя за невыполнение СОУТ? (ч. 2 ст. 5.27.1 КоАП)

9. Сколько времени дается на проведение проведении СОУТ для вновь созданных рабочих мест?

Практическая работа № 2
Заполнение акта о расследовании несчастного случая и микротравмы

Цель работы: формировать умения $У_2$ - принимать меры для исключения производственного травматизма;

$У_3$ - применять безопасные методы выполнения работ.

Время выполнения – 2 часа.

Несчастный случай (НС) — событие, в результате которого работник получает телесное повреждение (травму) и которое приводит к временной или стойкой потере трудоспособности, либо к смерти (ч. 3 ст. 227 ТК РФ).

Как правило, НС происходит внезапно и связан с воздействием опасных производственных факторов (электроток, ударная волна при взрыве, падение с высоты и др.). В этом его отличие от профессиональных заболеваний, которые часто развиваются постепенно и связаны с вредными факторами (излучение, шум, вибрация, вредные вещества и др.).

Работодатель обязан расследовать только те НС, для которых выполняется одновременно два условия:

- они произошли с работником или другим лицом, участвующим в производственной деятельности работодателя (ч. 2 ст. 227 ТК РФ);
- травма получена в обстоятельствах, обусловленных трудовыми отношениями с работодателем или в его интересах (ч. 3 ст. 227 ТК РФ).

При этом расследуются все несчастные случаи, для которых выполняются два указанных выше условия, в том числе с дистанционными работниками, физлицами по договорам ГПХ, командированными сотрудниками других организаций.

Все НС классифицируются как связанные с производством и не связанные с производством (не обязательно бытовые). Особняком выделяют страховые случаи. Это НС на производстве с застрахованным лицом или лицом, подлежащим страхованию от «травматизма» (ст. 3 Федерального закона от 24.07.98 № 125-ФЗ).

Учитывайте, что суды широко трактуют обстоятельства, указанные в ч. 3 ст. 227 ТК РФ. Смотрите, например, Постановление Президиума ВАС от 28.12.2010 № 11775/10, когда Высший Арбитражный Суд встал на сторону пострадавшего в споре с ФСС. Фонд не хотел признавать страховым случаем ДТП на личном автомобиле в рабочее время по пути в хозяйственный магазин. Суд учел, что поездка совершалась в интересах работодателя, а комиссия по расследованию признала, что НС связан с производством.

Порядок действий работодателя при несчастном случае определен в главе 36.1 Трудового кодекса и в Положении об особенностях расследования несчастных случаев на производстве (Приказ Минтруда России от 20.04.2022 № 223н). По микротравмам и профессиональным заболеваниям действуют другие правила.

Микротравма — это незначительное повреждение, не имеющее серьёзных последствий для здоровья и трудоспособности человека. Например, небольшой порез или ушиб, неглубокий и небольшой по площади ожог, ссадину или царапину. Такие повреждения, в отличие от травм средней и значительной тяжести, расследуют редко, да и сами работники обычно не сообщают о них руководству. Однако с 1 марта 2022 года ситуация изменилась. Теперь полученные на производстве микроповреждения придётся регистрировать и расследовать. Это требование коснётся всех работодателей — и государственных учреждений, и коммерческих организаций, и ИП, у которых есть наёмный персонал. Если работодатель проанализирует причины и обстоятельства получения микротравм, а также своевременно примет все необходимые меры по их устранению, серьёзных ЧП удастся избежать.

Порядок выполнения работы

1. Ознакомиться с основными положениями по расследованию несчастных случаев. **"Трудовой кодекс Российской Федерации" от 30.12.2001 N 197-ФЗ**

2. Составить алгоритм действий при возникновении несчастного случая на производстве.

Как документируются результаты расследования

В каких случаях оформляется	**Название формы, где взять образец (с 01.09.2024)**
При несчастном случае, связанном с производством. Если НС групповой, то акт Н-1 оформляется на каждого пострадавшего	Акт о несчастном случае на производстве Н-1 форма № 2 в приложении 2 к Приказу № 223н

В каких случаях оформляется	Название формы, где взять образец (с 01.09.2024)
Частный случай акта Н-1. Оформляется при НС со спортсменами	Акт о несчастном случае на производстве Н-1ПС форма № 3 в приложении 2 к Приказу № 223н
Частный случай акта Н-1. Оформляется: • до завершения расследования НС, если расследование продлено в соответствии с п. 21.5 — 21.6 Приказа № 223н *(с 1 сентября 2024 года)*; • при НС вследствие чрезвычайных ситуаций — по письменному решению комиссии, согласованному с Рострудом, страховщиком	Акт о несчастном случае на производстве «Форма Н-1ЧС (Форма Н-1С)» форма № 4 в приложении 2 к Приказу № 223н
Оформляется: • дополнительно к акту о НС на производстве при каждом несчастном случае, кроме легкого; • при НС, не связанном с производством	Акт о расследовании группового несчастного случая (легкого несчастного случая, тяжелого несчастного случая, несчастного случая со смертельным исходом) форма № 5 в приложении 2 к Приказу № 223н
Оформляется при НС, которые произошли в труднодоступных местах, где затруднено расследование, и предполагают гибель работников (вахта, морские суда, буровые вышки на морском шельфе)	Акт о расследовании обстоятельств происшествия, предполагающего гибель работника при несчастном случае форма № 6 в приложении 2 к Приказу № 223н
Оформляется: • при дополнительном расследовании НС	Заключение государственного инспектора труда

В каких случаях оформляется	Название формы, где взять образец (с 01.09.2024)
(ст. 229.3 ТК РФ); • при групповых, тяжелых и смертельных НС с лицами, работающими по договору ГПХ (п. 17 Положения № 223н); • при квалификации происшествия как НС, произошедшего в труднодоступном месте и предполагающего гибель работников (п. 18 Положения № 223н)	форма № 7 в приложении 2 к Приказу № 223н

3. Скачайте и заполните Акт о несчастном случае на производстве Н-1
4. Скачайте и заполните акт о расследовании микротравмы

Практическое занятие № 3
Требования по электробезопасности для специалистов по наладке аппаратных и программных средств инфокоммуникационных систем

Цель: знакомство с методами реализации концепции бережливого производства, формирование общего представления о содержании методов, условиях их применения

Время выполнения работы – 2 часа

На практике установлено, что путь прохождения тока через тело человека играет существенную роль в исходе поражения. Так, если на пути тока оказываются жизненно важные органы – сердце, легкие, головной мозг, то опасность поражения весьма велика, поскольку ток воздействует непосредственно на них.

Если же ток проходит иными путями, то воздействие его может быть лишь рефлекторным, а не непосредственным.

Возможных путей тока через тело человека, которые именуются также петлями тока, очень много. Самые распространенные петли тока приведены в таблице 3.1.

Таблица 3.1 - Характеристика наиболее распространенных путей электрического тока через тело человека*

Путь тока	Как часто возникает данный путь, %	Доля терявших сознание во время воздействия тока, %	Доля тока, проходящего через область сердца, %
Рука – рука	40	83	3,3
Правая рука – ноги	20	87	6,7
Левая рука – ноги	17	80	3,7
Нога – нога	6	15	0,4
Голова – ноги	5	88	6,8
Голова – руки	4	92	7,0
Прочие	8	65	–

** В таблице приведены данные поражения человека электрическим током, вызвавшего потерю трудоспособности, т.е. приведшего к несчастному случаю.*

Наиболее опасными являются петли: *голова – руки и голова – ноги*, когда электрический ток может проходить через головной и спинной мозг. К счастью, эти петли возникают относительно редко.

Следующим по опасности является путь *правая рука – ноги*, который по частоте занимает второе место.

Наименее опасным является путь *нога – нога*, который именуется нижней петлей и возникает при воздействии на человека так называемого напряжения шага.

Действие электрического тока на человека

Электрический ток, проходя через тело человека, оказывает термическое, химическое, биологическое и механическое воздействие на его организм.

Термическое – ведет к опасным нагревам тканей и возникновению таких травм, как ожоги, электрические знаки, металлизация кожи.

Химическое – приводит к электролизу крови и других содержащихся в организме растворов, изменению их химического состава, нарушению их физиологических функций.

Биологическое – выражается в раздражении живых тканей организма, резких, непроизвольных судорожных сокращениях мышц, рефлекторном возбуждении нервной системы и нарушении внутренних биоэлектрических процессов.

Многообразие действий электрического тока на организм человека нередко приводит к различным электротравмам, которые можно свести к двум видам: местное повреждение организма и общие электротравмы – так называемый электрический удар, когда поражается весь организм из-за нарушения нормальной

деятельности жизненно важных органов и систем. Установлено, что наиболее уязвимым органом тела человека при прохождении через него электрического тока является сердце (таблица 5.2).

К местным электротравмам относятся:

- *электрические ожоги двух типов* – токовый (контактный) и дуговой. Различают четыре степени ожогов: I – покраснение кожи; II – образование пузырей; III – омертвление всей толщи кожи; IV– обугливание тканей. Токовые возникают при напряжении не выше 1–2 кВ и являются в большинстве случаев ожогами I и II степени. Дуговые между токоведущей частью и телом человека (дуга с весьма большой энергией и температурой свыше 3500ºС) вызывают тяжелые ожоги III и IVстепени;
- *электрические знаки*– четко очерченные пятна серого или бледно-желтого цвета на поверхности кожи человека, подвергшейся действию тока. Знаки бывают также в виде царапин, ран, порезов или ушибов, бородавок, кровоизлияний в кожу и мозолей;
- *электроофтальмия*– поражение глаз, вызванное интенсивным излучением электрической дуги, спектр которой содержит вредные для глаз ультрафиолетовые и инфракрасные лучи;
- *механические повреждения*– возникают в результате резких непроизвольных судорожных сокращений мышц под действием тока, проходящего через тело человека; в результате могут произойти разрывы кожи, кровеносных сосудов и нервных тканей, а также вывихи суставов и даже переломы костей.

Электрические удары (возбуждение живых тканей организма проходящим через него электрическим током, сопровождающееся непроизвольными судорожными сокращениями мышц) в зависимости от исхода воздействия тока на организм бывают четырех степеней:

I степень– судорожное сокращение мышц без потери сознания;

II степень- судорожное сокращение мышц, потеря сознания, но сохранение дыхания и работы сердца;

III степень– потеря сознания и нарушение сердечной деятельности и/или дыхания;

IV степень – клиническая смерть, т.е. отсутствие дыхания и кровообращения.

Таблица 3.2 - Действие электрического тока на организм человека

Виды электротравм		Клинические проявления	
Местные электро-травмы	Электрический ожог (60–65%) от всех электротравм	Токовый ожог (контактный)	Ожоги I и II степени кожи в месте контакта тела с токоведущей частью. Возникают на электроустановках напряжением не выше 1–2кВ.

		Дуговой ожог	Ожоги кожи III и IV степени, могут быть обширными с выгоранием ткани на большую глубину. Возникают в сетях напряжением свыше 1–2 кВ.
	Электрические знаки; знаки тока; электрические метки (19–21% от всех электротравм)	Появление пятен серого или желто-серого цвета на коже в месте прикосновения к токоведущим частям (иногда вид царапин, порезов, бородавок, мозолей)	
	Металлизация кожи (10 % от всех пострадавших)	Проникновение металлических включений в кожу в местах контакта с электрической дугой, сопровождающееся болью из-за ожога и напряжением кожного покрова	
	Электроофтальмия (1–2 % от всех пострадавших)	Воспаление слизистых оболочек глаз, вызываемое ультрафиолетовым излучением при возникновении электрической дуги; проявляется через 2–6 ч. Сопровождается слезоточением, светобоязнью, частичным ослеплением	
	Механические повреждения (редко)	Разрывы кожи, сосудов, нервных волокон, вывихи вследствие судорожных сокращений мышц под действием электрического тока	
Электри-ческий удар	I степень	Судорожное сокращение мышц без потери сознания	
	II степень	Судорожное сокращение мышц и потеря сознания. Сохранение дыхания и работа сердца	
	III степень	Потеря сознания, нарушена деятельность сердца либо дыхание	
	IV степень	Клиническая (мнимая) смерть; отсутствие дыхания и работы сердца; зрачки расширены, не реагируют на свет	Прекращение работы сердца (прямое действие тока на мышцу сердца), фибрилляция мышцы сердца (совпадение действия тока с *Т*-фазой работы сердца). Прекращение дыхания, паралич (прямое или рефлекторное действие тока

			на мышцы грудной клетки). Электрический шок (тяжелая нервно-рефлекторная реакция, сопровождающаяся расстройством кровообращения, дыхания, обмена веществ); длится от нескольких десятков минут до суток

Принцип работы защитного отключения

Защитное отключение– быстродействующая защита, обеспечивающая автоматическое отключение электроустановки при возникновении в ней опасности поражения током.

Такая опасность может возникнуть, в частности, при замыкании фазы на корпус электрооборудования; при снижении сопротивления изоляции фаз относительно земли ниже определенного предела; появлении в сети более высокого напряжения; прикосновении человека к токоведущей части, находящейся под напряжением. В этих случаях в сети происходит изменение некоторых электрических параметров: например, могут измениться напряжение корпуса относительно земли, напряжение фаз относительно земли, напряжение нулевой последовательности и др. Любой из этих параметров, а точнее говоря – изменение его до определенного предела, при котором возникает опасность поражения человека током, может служить импульсом, вызывающим срабатывание защитно-отключающего устройства, т.е. автоматическое отключение опасного участка сети.

Устройства защитного отключения (УЗО) должны обеспечивать отключение неисправной электроустановки за время не более 0.2 с.

Основными частями УЗО являются прибор защитного отключения и автоматический выключатель.

Прибор защитного отключения – совокупность отдельных элементов, которые реагируют на изменение какого-либо параметра электрической сети и дают сигнал на отключение автоматического выключателя.

Автоматический выключатель– устройство, служащее для включения и отключения цепей, находящихся под нагрузкой, и при коротких замыканиях.

Типы УЗО

УЗО, реагирующее на напряжение корпуса относительно земли, имеют назначение устранить опасность поражения током при возникновении на заземленном или зануленном корпусе повышенного напряжения.

УЗО, реагирующие на оперативный постоянный ток, предназначены для непрерывного контроля изоляции сети, а также для защиты человека, прикоснувшегося к токоведущей части, от поражения током.

1.6. Принцип работы заземления и зануления

Основная задача защитного заземления и защитного зануления одинаковая - предотвратить электротравму человека при повреждении изоляции между элементами, находящимися под напряжением и металлическим корпусом оборудования.

Однако эти приспособления выполняют свои функции по-разному и главное, чем отличается зануление от заземления это способом защиты и используемой защитной аппаратуры.

Принцип работы заземления

Для поражения электрическим током необходима разность потенциалов между корпусом оборудования и поверхностью, на которой стоит человек. Обычно это заземлённый пол или сантехника. При повреждении изоляции заземляющий провод отводит высокое напряжение в землю и шунтирует тело человека.

Согласно нормам ПУЭ п.1.8.39 сопротивление контура заземления должно быть не более 4 Ом, что намного меньше сопротивления тела человека, даже если контакт был произведён мокрыми руками.

В результате ток, протекающий через организм, становится намного меньше величины, при которой он начинает ощущаться как лёгкое покалывание.

Ток, протекающий через заземляющий провод, называется ток утечки и его появление приводит к срабатыванию дифференциальной защиты, а при его увеличении выше уставки автоматического выключателя происходит аварийное отключение автомата линии.

Принцип работы зануления

Зануление является менее надёжной защитой и предназначено для отключения линии в аварийных ситуациях защитным автоматом. Это защитное устройство сработает только при коротком замыкании между внутренней частью электрооборудования и корпусом.

Фактически, нулевой проводник в сетях с глухозаземлённой нейтралью выполняет две функции - заземления и зануления и является совмещённым проводом PEN, однако его сопротивление не нормируется и разность потенциалов между занулённым корпусом и заземлёнными элементами здания может достигать значительной величины, особенно если линия проложена тонким проводом и имеет значительную протяжённость и сопротивление.

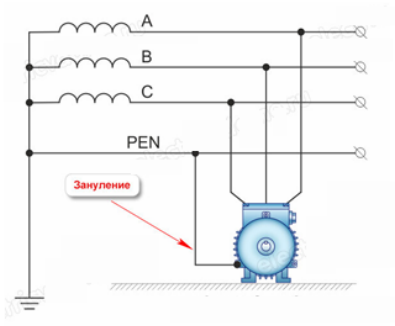


Рисунок 3.1 - Схема зануления

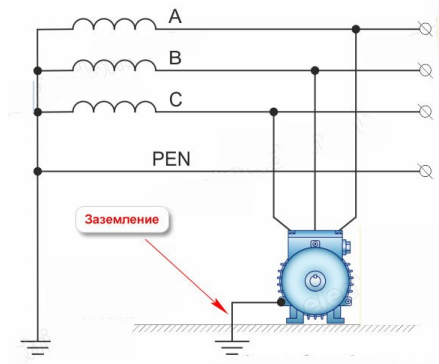


Рисунок 3.2 - Схема заземления

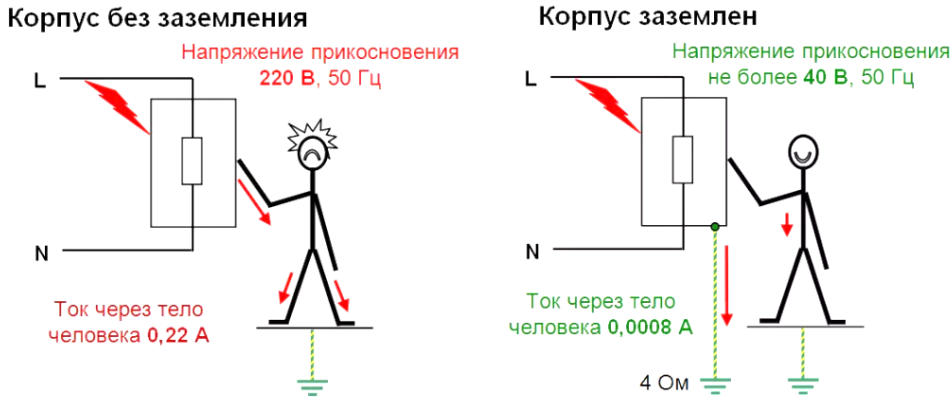


Рисунок 3.3 - Сравнение действия тока на человека при заземлении и без заземления

Как работает зануление

Подходящий к квартире или частному дому однофазный двухжильный кабель кроме двухполюсного автомата проходит через дифреле, которое не отключает питание при нарушении изоляции. Такая защита сработает только при прикосновении к корпусу оборудования с повреждённой изоляцией.

В чем практическая разница между заземлением и занулением

Если заземляющий и нейтральный проводники оба проходят от потребителя к глухозаземлённой нейтрали трансформаторной подстанции, где подключаются к контуру заземления, то возможно не имеет значения, как их использовать?

Несмотря на то, что с точки зрения электротехники эти проводники равнозначные, отличия в монтаже делают недопустимым произвольное подключение земли и ноля в щитке и к электроприборам. Согласно ПУЭ, у каждого из этих проводов свои требования и область применения:

- Заземление. Используется для того, чтобы обеспечить отсутствие напряжения на корпусе электроприбора. При нарушении изоляции

напряжение по заземляющему проводнику отводится в землю, при этом появляется ток утечки. Если его величина превышает 30мА, то срабатывает УЗО или дифавтомат, установленные в электрощитке. Заземляющий провод должен проходить от контура заземления до розетки или корпуса оборудования без автоматов или выключателей без контакта с нейтралью.

- Зануление. Согласно ПУЭ п.1.7.132 использовать подключение к рабочему нулевому проводнику для защиты от поражения электричеством запрещено, поэтому зануление применяется для разделения трёхфазного электропитания на три однофазных линии. Для подключения к нейтрали корпуса оборудования необходимо выполнить отвод от нулевого провода с дополнительным заземлением места разделения. В этом случае дополнительный провод считается заземляющим.

Заземление и зануление служат для защиты человека от поражения электрическим током. Основное отличие зануления от заземления в том, что они по-разному осуществляют эту защиту. Заземление обеспечивает безопасность путем снижения напряжения прикосновения до безопасной величины (электрический ток уходит в землю). Зануление - путем отключения поврежденного оборудования от сети.

Что лучше

Главное, чем отличается заземление от зануления, это надёжностью *защиты от поражения электрическим током*. По нейтральному проводу протекает электрический ток, что может привести к разрушению мест соединений и подгоранию контактов автоматов и рубильников.

Согласно ПУЭ, нулевой проводник должен отключаться одновременно с фазным, но это не гарантирует одновременного включения контактов выключателя. В этом случае на корпусе занулённого электроприбора через электросхему появится фазное напряжение.

В отличие от защитного заземления, установленное в схеме зануления УЗО будет отключать питание только в случае попадания человека под напряжение.

Ток утечки, протекающий через повреждённую изоляцию и зануление, вызовет только *срабатывание автоматического выключателя* при коротком замыкании. Незначительный ток может привести к полному разрушению электроприбора и его возгоранию.

Задание 1. Рассчитайте силу тока, действующую на человека (рисунок 3.4) при однофазном прикосновении (справа) и двухфазном прикосновении (слева).

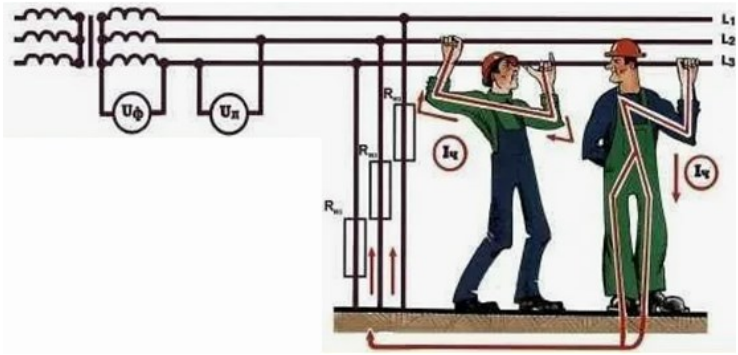


Рисунок 3.4 – Опасность однофазного и двухфазного прикосновения

2. Составьте инструкцию по электробезопасности на свою профессию.

3. Ответьте на контрольные вопросы

1. Что означает термин «электробезопасность»?
2. Какие части электроустановок и электрооборудования подлежат заземлению или занулению?
3. В чем отличие заземления от зануления?
4. Назовите электрозащитные средства.
5. Приведите примеры запрещающих, предписывающих, указательных и предупреждающих знаков.
6. В чем заключается поражающее действие электрического тока на организм человека?
7. Какое напряжение считается опасным для жизни человека? Какая величина тока считается смертельным для человека?
8. Какова последовательность оказания первой помощи пострадавшим от электрического тока?
9. Каковы правила освобождения пострадавшего от электрического тока?

Практическое занятие № 4
Расчёт искусственного освещения методом светового потока

Цель: формирование умений

$У_1$ - проводить анализ травмоопасных и вредных факторов в сфере профессиональной деятельности;

$У_2$ - принимать меры для исключения производственного травматизма;

$У_3$ - применять безопасные методы выполнения работ.

Время выполнения – 2 часа.

Порядок выполнения:

Задача 1. Расчет общего освещения рабочего помещения

Рассчитать общее электрическое освещение заданного помещения **методом использования светового потока**. Размеры помещения a_1 – длина помещения; b_1 – ширина помещения; h_1 – высота помещения, высота расположения светильников над уровнем рабочей поверхности $h_{св1}$. Минимальная освещенность $E_{н1}$определяется на основании заданного разряда зрительной работы Р. Коэффициенты отражения потолка, стен и пола соответственно $c_{пт}$; $c_{ст}$; $c_п$

В соответствии с условиями внутренней среды и характеристикой зрительной работы выбрать светильники и разместить их на плане помещения.

Определить необходимое количество светильников, мощность одной лампы и всей осветительной установки.

Исходные данные для расчета приведены в таблице Б.9.

№	Тип помещения	a_1 , м	b_1 , м	h_1 , м	$h_{св1}$, м	Р	$c_{пт}$; $c_{ст}$; $c_п$
13	Аккумуляторный цех	8	8	4	2	Vв	0,5;0,3;0,1

Таблица Б. 9

Исходные данные для решения задач 1 и 3

Решение:

Определим расстояние $\mathbf{L_1}$ от стены до первого ряда светильников:

$L_1 = (0{,}4…0{,}5)L_{св} = 0{,}5L_{св} = 0{,}5 \cdot 2 \approx 1$ м

Расстояние между крайними рядами светильников по ширине помещения

$L_2 = b_1 – 2 \cdot L_1 = 8 – 2 \cdot 1 = 6$ м

Число рядов светильников, которые можно расположить между крайними рядами по ширине помещения

$n_{св.ш} = (L_2 / L_{св}) – 1 = (6/2) – 1 = 2$

Общее число рядов светильников по ширине

$n_{св\ .ш.о} = n_{св\ .ш} + 2 = 2 + 2 = 4$

Расстояние между крайними рядами светильников по длине помещения

$L_3 = a_1 - 2 \cdot L_1 = 8 - 2 \cdot 1 = 6$ м

Число рядов светильников, которые можно расположить между крайними рядами по длине помещения

$n_{св.д} = (L_3 / L_{св}) - 1 = (6/2) - 1 = 2$

Общее число рядов светильников по длине

$n_{св.д.о} = n_{св.д} + 2 = 2 + 2 = 4$

Общее число устанавливаемых в помещении светильников

$n_{св} = n_{св.д.о} \cdot n_{св.ш.о.} = 4 \cdot 4 = 16$

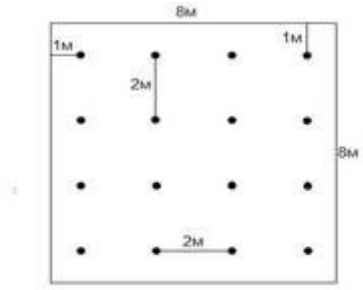


Рисунок 1 - План помещения с размещением светильников

Показатель формы помещения

$ц = (a_1 \cdot b_1) / (h_{св1} \cdot (a_1 + b_1)) = (8 \cdot 8) / (2 \cdot (8+8)) = 2$

$ц = 2$

Коэффициент неравномерности освещенности **Z** примем равным **Z = 1,15** (таб. Б.3)

Для светильника типа **ЛБ**

$з_и = 0,55$

$К_з = 1,6$

Минимальную освещенность $\mathbf{E_{min}}$

$E_{min} = 200$ Лк

Световой поток одного светильника

$F_{св} = E_{min} \cdot К_з \cdot Z \cdot S_п / (n_{св} \cdot з_и) = 200 \cdot 1,6 \cdot 1,15 \cdot 64 / (16 \cdot 0,55) = 2676$ Лм

По таб. Б.4 выберем люминесцентные лампы марки ЛБ40-4 со световым потоком $\mathbf{F_л = 2580}$ **Лм** по **одной** лампе на светильник, и тогда $\mathbf{F_{св} = 2580}$ **Лм** , что укладывается в 10% отклонение от нормы.

Мощность одной лампы

$P_л = 40$ Вт

Мощность всей осветительной установки

$P_{оу} = P_{св} \cdot n_{св} = 40 \cdot 16 = 640$ Вт

Ответ: $n_{св} = 16$; $P_л = 40$ Вт; $P_{оу} = 640$ Вт

Задача 2. Расчет местного освещения рабочей поверхности

Рассчитать местное электрическое освещение рабочей поверхности **точечным методом**. Поверхность расположена горизонтально. Размеры поверхности a_2 – длина; b_2 – ширина, высота расположения светильников над уровнем рабочей поверхности $h_{св2}$, количество светильников n_2. Минимальная освещенность $E_{н2}$определяется на основании заданного разряда зрительной работы Р.

Определить мощность одной лампы и всей осветительной установки в целом.

Исходные данные для расчета приведены в таблице Б.10.

Таблица Б. 10

Исходные данные для решения задачи 2

№ вар	Тип помещения	a_2 , м	b_2 , м	$h_{св2}$, м	Р	n_2
13	Аккумуляторный цех	1	0,8	1	Vв	1

Решение:

Расстояние между светильниками примем равным $\mathbf{L_{св}}$ =1м

Расстояние $\mathbf{L_1}$ от стены до первого ряда светильников по ширине примем равным $\mathbf{L_1 = 0{,}4}$ **м**

Расстояние$\mathbf{L_2}$ от стены до первого ряда светильников по длине примем равным $\mathbf{L_2 = 0{,}5}$ **м**

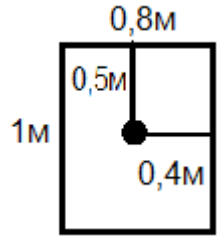


Рисунок 2 - План помещения с размещением светильников

Выберем на плане помещения точки **А** и **Б**, в которых, предположительно, освещенность может быть наименьшей:

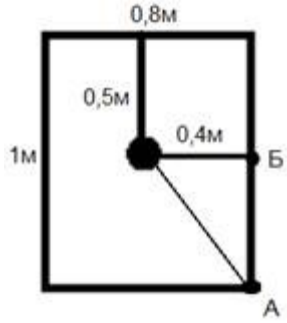


Рисунок 3 - К выбору точек **А** и **Б**

Рассчитаем расстояния от светильников до точки **А** :

$L_А = \sqrt{0{,}4^2 + 0{,}5^2} = 0{,}64 м$

Рассчитаем расстояния от светильников до точки Б:

$L_Б$ =0,5м

По рисунку 4 определим суммарную условную освещенность от двух светильников в точках А и Б:

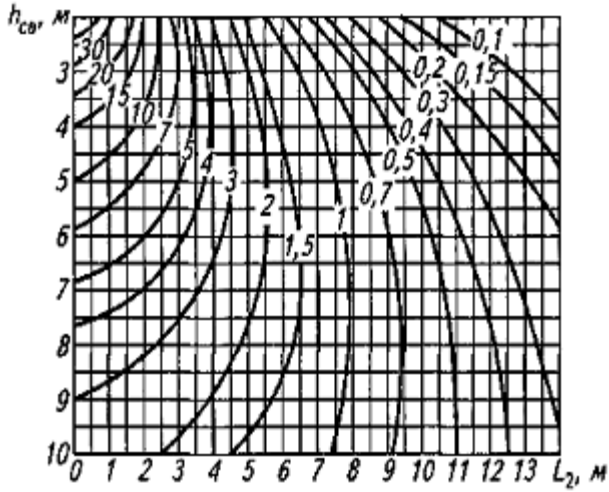


Рисунок 4 - Пространственные изолюксы условной горизонтальной освещенности

$\sum e_А = 40 Лк$

$\sum e_Б = 44 Лк$

Так как $\sum e_А \prec \sum e_Б$, то дальнейшие расчеты производим для точки А

Коэффициент запаса **$К_з$ =1,6** (таб. 3.2)

Минимальную освещенность **E_{min}**

E_{min} =200 Лк

Коэффициент добавочной освещенности м примем равным **м=1,05**

Световой поток одного светильника

$F_{св} = 1000 \cdot E_{min} \cdot К_з /(Уе \cdot м)=1000 \cdot 200 \cdot 1{,}6/(40 \cdot 1{,}05)=761{,}9$ Лм

По таб. Б.4 выберем люминесцентные лампы марки ЛБ 15 со световым потоком $\mathbf{F_л = 800}$ **Лм** по **одной** лампе на светильник, и тогда $\mathbf{F_{св} = 800}$ **Лм** , что укладывается в 10% отклонение от нормы.

Мощность одной лампы $\mathbf{P_л = 15}$ **Вт**

Мощность всей осветительной установки

$P_{оу} = P_л \cdot n_{св} = 1 \cdot 15 \cdot 1 = 15$ Вт

Ответ: $P_л = 15$ Вт; $P_{оу} = 15$ Вт

Задача 3. Проверка расчета общего освещения рабочего помещения и выбор проводки осветительной сети

Проверить расчет общего электрического освещения, выполненного в задаче 1 **методом удельной мощности**.

Определить необходимое сечение проводников осветительной сети по нагреву и проверить их по допустимой потере напряжения. В качестве расстояния до наиболее удаленного осветительного приемника принять длину помещения a_1 .

Исходные данные для расчета приведены в таблице Б.9.

Таблица Б.9

Исходные данные для решения задач 1 и 3

№	Тип помещения	a_1 , м	b_1 , м	h_1 , м	$h_{св1}$, м	Р	$c_{пт}$; $c_{ст}$; $c_п$
13	Аккумуляторный цех	8	8	4	2	Vв	0,5;0,3;0,1

Решение:

По таблице Б,7 приложения определим удельную мощность общего равномерного освещения светильниками с ЛЛ типа ЛД65 (берем для лампы ЛТБ80):

$$P_{уд} = 3{,}6 Вт / м^2$$

(E_{min} =200 Лк, КПД=100%)

$$P_{уд.р} = \frac{3{,}6 * 200}{100 * 0{,}57} = 12{,}63 Вт / м^2$$

Так как $P_{уд.св} \succ P_{уд.р}$ **(12,63Вт/м^2 >3,6Вт/м^2)** , то расчет выполнен правильно

Ток осветительной установки

$$I = \frac{P_{оу}}{U \cos \varphi} = \frac{640}{220 \cdot 0{,}8} = 3{,}6 А$$

По таблице 1.3.5 ПУЭ РК выберем **алюминиевые** токопроводящие жилы сечением **2 мм^2** с допустимым током **18 А**

Сопротивление проводов

$$R = \rho \cdot \frac{a_1}{S_{сеч}} = 31{,}5 \cdot \frac{0{,}008}{2} = 0{,}126 Ом$$

Падение напряжения

$$\Delta U = R \cdot I = 0{,}126 * 3{,}6 = 0{,}4536 В$$

$$\Delta U_{\%} = \frac{\Delta U}{U} \cdot 100\% = \frac{0{,}4536}{220} \cdot 100\% = 0{,}21\%$$

$\Delta U_{\%}$ меньше допустимого (2,5%), следовательно, проводники удовлетворяют этому условию.

ЛИТЕРАТУРА

Кодексы

1. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 № 197-ФЗ.
2. Уголовный кодекс Российской Федерации : Федер. закон от 13 июня 1996 г. № 63-ФЗ : принят Гос. Думой 24 мая 1996 г. : одобрен Советом Федерации 5 июня 1996 г.
3. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях : Федер. закон от 30 дек. 2001 г. № 195-ФЗ : принят Гос. Думой 20 дек. 2001 г. : одобрен Советом Федерации 26 дек. 2001 г.

Федеральные законы

1. Федеральный закон от 24 июля 1998 г. №125-ФЗ «Об обязательном социальном страховании от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний»;
2. Федеральный закон от 10 января 2003 г. №17-ФЗ «О страховых тарифах на обязательное социальное страхование от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваниях;
3. Федеральный закон от 30 марта 1999 г. №52-ФЗ «О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения»;
4. Федеральный закон от 21 декабря 1994 г. №69-ФЗ «О пожарной безопасности».

Учебная литература:

1. Беляков, Г. И. Охрана труда и техника безопасности : учебник для среднего профессионального образования / Г. И. Беляков. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 353 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16364-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/530881 (дата обращения: 05.03.2024).

Электронные образовательные ресурсы:

Сайты, блоги, электронные библиотеки

1. Журнал труда от А до Я – Официальный сайт. – [Электронный ресурс]. URL:https://coko1.ru/articles/protection/ohrana-truda-ot-a-do-ya/

Дополнительная электронная литература/учебные пособия, материалы, статьи

1. Лекции по охране труда [Электронный ресурс]. URL: Lekzii_OT.pdf (vlsu.ru)
2. Общие вопросы охраны труда и функционирования системы управления охраной труда. [Электронный ресурс]. URL: курс лекций (ptpit.ru)
3. Лекции по курсу: «Общие вопросы охраны труда и функционирования системы управления охраной труда». [Электронный ресурс]. URL: 911665572700.pdf (focdoc.ru)

Видеоматериалы/ виртуальные музеи/интерактивные презентации

1. Видеолекция «Основы охраны труда. Безопасная и здоровая рабочая среда». [Электронный ресурс]. URL Видеолекция «Основы охраны труда. Безопасная.. — Видео | ВКонтакте (vk.com)

Тренажеры/ тесты/ кейсы/ материал для практикума/ бесплатные онлайн курсы

1. Тест по теме «Тесты с ответами по теме Охрана труда» [Электронный ресурс]. URL: Подробнее: https://zaochnik.com/online-tests/bgd/68-s-otvetami-po-ohrane-truda/

2. Тест по охране труда с новыми вопросами 2025 года онлайн. [Электронный ресурс]. URL: https://arkons.biz/test-po-ohrane-truda-s-novymi-voprosami-2025-goda-onlayn-avtopodschet-ballov

ОХРАНА ТРУДА

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
по выполнению заданий на практических занятиях

по специальности 42.02.01 Реклама

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г.

УТВЕРЖДАЮ
Директор АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»
_____ С.Н.Семенов
«15» 04 2024 г.

Оценочные материалы
для промежуточной аттестации
по дисциплине
ОП.07. Охрана труда

для специальности 42.02.01 Реклама

Разработчик:
М.И. Слепцова, преподаватель АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»

Якутск, 2024

Пояснительная записка

Оценочные материалы для промежуточной аттестации по дисциплине ОП.07 Охрана труда предназначены для оценки достижений запланированных результатов по дисциплине, общих и профессиональных компетенций обучающихся по *специальности 42.02.01 Реклама.*

1.1. Оценка достижения результатов

В результате освоения дисциплины ОП.07 Охрана труда обучающийся должен **уметь:**

$У_1$ - проводить анализ травмоопасных и вредных факторов в сфере профессиональной деятельности;

$У_2$ - принимать меры для исключения производственного травматизма;

$У_3$ - применять безопасные методы выполнения работ.

знать:

$З_1$ - особенности обеспечения безопасных условий труда в сфере профессиональной деятельности;

$З_2$ – организационные основы охраны труда в организации.

С целью овладения **общими компетенциями** (ОК):

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.

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

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команд

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.

ОК 07. *Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению*[1], *применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства,* эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях.

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

---

[1] *Выделенное курсивом не формируется в рамках данной дисциплины*

и **профессиональными компетенциями (ПК):**

ПК 1.2. Проводить анализ объема рынка.

ПК 1.3. Проводить анализ конкурентов.

ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

ПК 2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

ПК 2.2. Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий

ПК 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.

ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.

ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.

ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.

ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.

ПК. 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.

Форма промежуточной аттестации – ***дифференцированный зачет.***

Вид – среднее арифметическое за выполненные задания на практических занятиях и тест по окончанию изучения дисциплины.

Практические занятия:

Практическое занятие № 1. Оценка состояния безопасности рабочего места.

Практическое занятие № 2. Заполнение акта о расследовании несчастного случая (форма Н-1)

Практическое занятие № 3. Расчет интегральной балльной оценки тяжести труда

Практическое занятие № 4. Расчёт искусственного освещения методом светового потока

Тест состоит из 20 вопросов и имеет 2 варианта.

Время выполнения задания – 40 мин.

Критерии оценивания теста

Каждый правильный ответ оценивается в 1 балл.

Максимальное количество баллов – 20.

Оценка	Критерии оценивания
«Отлично»	правильное выполнено 20-18 заданий
«Хорошо»	правильное выполнено 17-15 заданий
«Удовлетворительно»	правильное выполнено 14-11 заданий
«Неудовлетворительно»	правильное выполнено 10 и менее заданий.

Автономная некоммерческая организация среднего профессионального образования
«Цифровой колледж «Синергия»

УТВЕРЖДЕНО
Директором АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия» в составе
образовательной программы по специальности *42.02.01 Реклама*

Тест
для промежуточной аттестации
по дисциплине ОП.07. Охрана труда

Инструкция
Внимательно прочитайте задания и запишите правильные ответы.
Блок 1 – Выберите один правильный ответ из предложенных
Блок 2 – Выберите несколько правильных ответов из предложенных
Блок 3 – Установите соответствие
Блок 4 – Установите последовательность действий
Блок 5 – Задания на классификацию
Блок 6 – Допишите определения
Время выполнения – 40 минут.

Вариант 1

Блок 1. Выберите один правильный вариант ответа

1. Охрана труда - это

А) Комплекс мер по сохранению жизни и здоровья работников в процессе трудовой деятельности**;**

Б) Система сохранения жизни и здоровья работников в процессе трудовой деятельности, включающая в себя правовые, социально-экономические, организационно-технические, санитарно-гигиенические, лечебно-профилактические, реабилитационные и иные мероприятия**;**

В) Система мероприятий и технических средств, направленных на предотвращение аварий и катастроф на производстве и защиту людей, имущества, окружающей среды от их последствий**.**

Г) Организационные и технические средства, используемые для предотвращения или уменьшения воздействия на работников вредных и (или) опасных производственных факторов

2. Что входит в обязанности работника в области охраны труда?

А) Обеспечить хранение выданной спецодежды;
Б) Соблюдать режим труда и отдыха;
В) Немедленно принять меры к предотвращению аварийной ситуации на рабочем месте;
Г) Проходить обучение безопасным методам и приемам выполнения работ.

3. Основой для разработки инструкции по охране труда служат

А) Межотраслевые или отраслевые типовые инструкции по охране труда либо правила по охране труда

Б) Технологическая документация организации с учетом конкретных условий производства

В) Требования безопасности, изложенные в эксплуатационной и ремонтной документации изготовителей оборудования

Г) Все перечисленное

4. Какое действие оказывает электрический ток на организм человека

А) Термическое, электролитическое, электрическое.
Б) Термическое, электролитическое, биологическое.
В) Термическое, изотермическое.
Г) Электрическое, электролитическое, биологическое.

5. Условия труда – это

А) Совокупность факторов на рабочем месте, уровни воздействия которых не превышают установленных нормативов

Б) Комплекс взаимосвязанных мероприятий, являющихся элементами системы управления охраной труда и направленных на обеспечение безопасности работников

В) Совокупность факторов производственной среды и трудового процесса, оказывающих влияние на работоспособность и здоровье работника

Г) Потенциальные источники нанесения вреда, представляющие угрозу жизни работника в процессе трудовой деятельности

6. При каких условиях труда у работника может появиться профессиональное заболевание легкой степени тяжести?

А) при опасных
Б) при допустимых
В) при вредных
Г) при оптимальных

7. Опасные условия труда – это

А) условия, которые могут привести к снижению работоспособности

Б) Условия, которые могут привести к травме, гибели или острому профессиональному заболеванию

В) Условия, которые могут вызвать ухудшение состояния здоровья будущего потомства

Г) Условия, которые могут привести к хроническому заболеванию

Блок 2. Выберите несколько правильных вариантов ответа

8. Укажите плакаты, которые необходимо вывесить в процессе выполнения технических мероприятий на рукоятку привода коммутационного аппарата (например, рубильника)

А) Не включать! Работают люди;
Б) Не влезай! Убьет;
В) Работать здесь;
Г) Заземлено;
Д) Испытание! Опасно для жизни

9. Выберите из указанных мер активные меры противопожарной защиты

А) Противопожарные стены
Б) Автоматическая пожарная сигнализация
В) Зонирование территории
Г) Противопожарные разрывы
Д) Тушение пожара

10. Что из перечисленного относится к санитарно-гигиеническим мероприятиям по охране труда?

А) Обеспечение работников санитарно-бытовыми помещениями;

Б) Содержание оборудования в исправном состоянии;

В) Обеспечение работников смывающими и обезвреживающими средствами;

Г) Проведение медицинских осмотров

11. На какие категории подразделяются профессиональные риски в зависимости от источника их возникновения?

А) на риски травмирования работника;
Б) на риски получения работником профессионального заболевания;
В) на риски нанесения вреда третьим лицам;
Г) на риски нанесения ущерба окружающей среде

12. В каком случае работодатель обязан отстранить работника от работы?

А) Только если работник появился на рабочем месте в состоянии алкогольного опьянения

Б) Только если работник не прошел своевременно проверку знаний по охране труда

В) Только если работник опоздал на работу
Г) Только если работник не прошел своевременно медицинский осмотр
Д) Только если работник пришел на работу с температурой

Блок 3. Установите соответствие

13. Установите соответствие между названиями типов стационарных установок тушения пожара и их характеристиками.

Термин	Определение
1) Водяные установки	А) применяются в помещениях с температурой ниже 0°С, т.к. трубы установки не заполнены водой
2) Спринклерные установки	Б) подразделяются на спринклерные и дренчерные
3) Дренчерные установки	В) предназначены для создания концентрации инертного газа, при которой прекращается горение
4) Газовые установки	Г) включаются автоматически при повышении температуры среды внутри помещения

14. Установите соответствие термином и определением

Термин	**Определения**
1) Социальный риск	А) риск, который в данной ситуации считают приемлемым при существующих общественных отношениях
2) Производственный риск	Б) это потенциальная возможность возникновения негативных последствий, связанных с социальными проблемами и вызванных недостаточным или неэффективным функционированием социальных институтов, политик и программ
3) **Допустимый риск**	В) Вероятность причинения вреда жизни или здоровью работника под воздействием вредных или опасных факторов на рабочем месте
4) Профессиональный риск	Г) Вероятность убытков или дополнительных издержек, связанных со сбоями или остановкой производственных процессов, нарушением технологии выполнения операций, низким качеством сырья или работы персонала и т.д.

15. Установите соответствие между термином и определением

Термин	Определение
1) Приказ о приеме на работу	А) основной документ, регулирующий трудовые отношения между работником и работодателем
2) Коллективный договор	Б) нормативный акт организации регламентирует порядок приема и увольнения работников, основные права, обязанности и ответственность сторон трудового договора, режим работы, время отдыха и иные вопросы регулирования трудовых отношений у данного работодателя
3) Правила внутреннего трудового распорядка	В) это решение работодателя принять работника на должность с определённой зарплатой с указанной даты.
4) Трудовой договор	Г) Правовой акт, регулирующий социально-трудовые отношения в организации или у индивидуального предпринимателя и заключаемый работниками и работодателем в лице их представителей

Блок 4. Определите правильную последовательность

16. Запишите последовательность действия работником в случае пожара:

А) Принять меры по эвакуации людей, тушению пожара, сохранению материальных ценностей

Б) Оповестить о пожаре всех работников

В) Немедленно сообщить по телефону о пожаре в пожарную охрану

17. Укажите правильную последовательность первой помощи пострадавшему при поражении электрическим током

А) Вызываем скорую помощь.

Б) Оцениваем состояние пострадавшего (пульс, дыхание, степень ожогов, общее состояние).

В) Убрать источник тока от пострадавшего, выключив прибор из сети или перерубив топором шнур. Пользуемся резиновыми перчатками или тканью.

Г) Оказываем доврачебную помощь (Если остановилось дыхание и сердце, то делается сердечно-легочная реанимация. Далее следует обработка ран, если пострадавший находится в сознании)

Блок 5. Задание на классификацию

18. Определите опасные и вредные факторы при работе за компьютером:

Виды факторов	Характеристика
1) Опасные факторы 2) Вредные факторы	А) длительное сидячее положение, Б) Длительное воздействие одного из вредных факторов на человека В) электромагнитное излучение, Г) нагрузка на зрение, Д) отсутствие заземления компьютера Е) перегрузка кистевых суставов, Ж) нарушение сна

19. Распределите средства защиты по типам

Типы	Средства защиты
1) Средства защиты органов дыхания 2) Средства защиты головы 3) Средств защиты органов слуха	А) Шлемы Б) Наушники В) Респираторы Г) Противогазы Д) Каски Е) Самоспасатели Ж) Тканевые повязки З) Беруши

Блок 6. Допишите определения

20. Напишите термин, которому соответствует данная формулировка определения.

… - потенциальный источник нанесения вреда, представляющий угрозу жизни и (или) здоровью работника в процессе трудовой деятельности.

Автономная некоммерческая организация среднего профессионального образования
«Цифровой колледж «Синергия»

УТВЕРЖДЕНО
Директором АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия» в составе
образовательной программы по специальности *42.02.01 Реклама*

Тест
для промежуточной аттестации
по дисциплине ОП.07. Охрана труда

Инструкция
Внимательно прочитайте задания и запишите правильные ответы.
Блок 1 – Выберите один правильный ответ из предложенных
Блок 2 – Выберите несколько правильных ответов из предложенных
Блок 3 – Установите соответствие
Блок 4 – Установите последовательность действий
Блок 5 – Задания на классификацию
Блок 6 – Допишите определения
Время выполнения – 40 минут.

Вариант 2

Блок 1. Выберите один правильный ответ из предложенных

1. Условия труда – это

А) Совокупность факторов на рабочем месте, уровни воздействия которых не превышают установленных нормативов

Б) Комплекс взаимосвязанных мероприятий, являющихся элементами системы управления охраной труда и направленных на обеспечение безопасности работников

В) Совокупность факторов производственной среды и трудового процесса, оказывающих влияние на работоспособность и здоровье работника

Г) Потенциальные источники нанесения вреда, представляющие угрозу жизни работника в процессе трудовой деятельности

2. Что входит в обязанности работника в области охраны труда?

А) Обеспечить хранение выданной спецодежды;

Б) Соблюдать режим труда и отдыха;

В) Немедленно принять меры к предотвращению аварийной ситуации на рабочем месте;

Г) Проходить обучение безопасным методам и приемам выполнения работ.

3. Какое действие оказывает электрический ток на организм человека

А) Термическое, электролитическое, электрическое.

Б) Термическое, электролитическое, биологическое.

В) Термическое, изотермическое.

Г) Электрическое, электролитическое, биологическое.

4. При каких условиях труда у работника может появиться профессиональное заболевание легкой степени тяжести?

А) при опасных Б) при допустимых

В) при вредных Г) при оптимальных

5. Опасные условия труда – это

А) условия, которые могут привести к снижению работоспособности

Б) Условия, которые могут привести к травме, гибели или острому профессиональному заболеванию

В) Условия, которые могут вызвать ухудшение состояния здоровья будущего потомства

Г) Условия, которые могут привести к хроническому заболеванию

6. Основой для разработки инструкции по охране труда служат

А) Межотраслевые или отраслевые типовые инструкции по охране труда либо правила по охране труда

Б) Технологическая документация организации с учетом конкретных условий производства

В) Требования безопасности, изложенные в эксплуатационной и ремонтной документации изготовителей оборудования

Г) Все перечисленное

7. Охрана труда - это

А) Комплекс мер по сохранению жизни и здоровья работников в процессе трудовой деятельности**;**

Б) Система сохранения жизни и здоровья работников в процессе трудовой деятельности, включающая в себя правовые, социально-экономические, организационно-технические, санитарно-гигиенические, лечебно-профилактические, реабилитационные и иные мероприятия**;**

В) Система мероприятий и технических средств, направленных на предотвращение аварий и катастроф на производстве и защиту людей, имущества, окружающей среды от их последствий**.**

Г) Организационные и технические средства, используемые для предотвращения или уменьшения воздействия на работников вредных и (или) опасных производственных факторов

Блок 2. Выберите несколько правильных ответов из предложенных

8. В каком случае работодатель обязан отстранить работника от работы?

А) Только если работник появился на рабочем месте в состоянии алкогольного опьянения

Б) Только если работник не прошел своевременно проверку знаний по охране труда

В) Только если работник опоздал на работу

Г) Только если работник не прошел своевременно медицинский осмотр

Д) Только если работник пришел на работу с температурой

9. На какие категории подразделяются профессиональные риски в зависимости от источника их возникновения?

А) на риски травмирования работника;

Б) на риски получения работником профессионального заболевания;

В) на риски нанесения вреда третьим лицам;

Г) на риски нанесения ущерба окружающей среде

10. Укажите плакаты, которые необходимо вывесить в процессе выполнения технических мероприятий на рукоятку привода коммутационного аппарата (например, рубильника)

А) Не включать! Работают люди;

Б) Не влезай! Убьет;

В) Работать здесь;

Г) Заземлено;

Д) Испытание! Опасно для жизни

11. Выберите из указанных мер активные меры противопожарной защиты

А) Противопожарные стены

Б) Автоматическая пожарная сигнализация

В) Зонирование территории

Г) Противопожарные разрывы

Д) Тушение пожара

12. Выберите из указанных мер активные меры противопожарной защиты

А) Противопожарные стены

Б) Автоматическая пожарная сигнализация

В) Зонирование территории

Г) Противопожарные разрывы

Д) Тушение пожара

Блок 3. Установите соответствие

13. Установите соответствие между термином и определением

Термин	Определение
1) Приказ о приеме на работу	А) основной документ, регулирующий трудовые отношения между работником и работодателем
2) Коллективный договор	Б) нормативный акт организации регламентирует порядок приема и увольнения работников, основные права, обязанности и ответственность сторон трудового договора, режим работы, время отдыха и иные вопросы регулирования трудовых отношений у данного работодателя
3) Правила внутреннего трудового распорядка	В) это решение работодателя принять работника на должность с определённой зарплатой с указанной даты.
4) Трудовой договор	Г) Правовой акт, регулирующий социально-трудовые отношения в организации или у индивидуального предпринимателя и заключаемый работниками и работодателем в лице их представителей

14. Установите соответствие между названиями типов стационарных установок тушения пожара и их характеристиками

Термин	Определение
1) Водяные установки	Б) применяются в помещениях с температурой ниже 0°С, т.к. трубы установки не заполнены водой
2) Спринклерные установки	Б) подразделяются на спринклерные и дренчерные
3) Дренчерные установки	В) предназначены для создания концентрации инертного газа, при которой прекращается горение
4) Газовые установки	Г) включаются автоматически при повышении температуры среды внутри помещения

15. Установите соответствие термином и определением

Термин	Определения
1) Социальный риск	А) риск, который в дайной ситуации считают приемлемым при существующих общественных отношениях
2) Производственный риск	Б) это потенциальная возможность возникновения негативных последствий, связанных с социальными проблемами и вызванных недостаточным или неэффективным функционированием социальных институтов, политик и программ
3) Допустимый риск	В) Вероятность причинения вреда жизни или здоровью работника под воздействием вредных или опасных факторов на рабочем месте
4) Профессиональный риск	Г) Вероятность убытков или дополнительных издержек, связанных со сбоями или остановкой производственных процессов, нарушением технологии выполнения операций, низким качеством сырья или работы персонала и т.д.

Блок 4. Установите последовательность действий

16. Укажите правильную последовательность первой помощи пострадавшему при поражении электрическим током

А) Вызываем скорую помощь.

Б) Оцениваем состояние пострадавшего (пульс, дыхание, степень ожогов, общее состояние).

В) Убрать источник тока от пострадавшего, выключив прибор из сети или перерубив топором шнур. Пользуемся резиновыми перчатками или тканью.

Г) Оказываем доврачебную помощь (Если остановилось дыхание и сердце, то делается сердечно-легочная реанимация. Далее следует обработка ран, если пострадавший находится в сознании)

17. Запишите последовательность действия работником в случае пожара:

А) Принять меры по эвакуации людей, тушению пожара, сохранению материальных ценностей

Б) Оповестить о пожаре всех работников

В) Немедленно сообщить по телефону о пожаре в пожарную охрану

Блок 5. Задание на классификацию

19. Распределите средства защиты по типам

Типы	Средства защиты
1) Средства защиты органов дыхания 2) Средства защиты головы 3) Средств защиты органов слуха	А) Шлемы Б) Наушники В) Респираторы Г) Противогазы Д) Каски Е) Самоспасатели Ж) Тканевые повязки З) Беруши

20. Определите опасные и вредные факторы при работе за компьютером:

Виды факторов	Характеристика
1) Опасные факторы 2) Вредные факторы	А) длительное сидячее положение, Б) Длительное воздействие одного из вредных факторов на человека В) электромагнитное излучение, Г) нагрузка на зрение, Д) отсутствие заземления компьютера Е) перегрузка кистевых суставов, Ж) нарушение сна

Блок 6. Допишите определения

20. Напишите термин, которому соответствует данная формулировка определения.

…- совокупность факторов производственной среды и трудового процесса, оказывающих влияние на работоспособность и здоровье работника.

1.2 Оценка освоения компетенций

Оценка освоения **профессиональных компетенций (ПК)** осуществляется через проверку знаний и умений, а именно

Оценка ***общих компетенций (ОК)***:

Результат (общие компетенции)	**Основные показатели**
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам	- самостоятельно организует свою деятельность по выданным заданиям - умеет оценить свои возможности для выполнения поставленных целей, задач, заданий по дисциплине
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	- осуществляет поиск информации в сети Интернет и различных электронных носителях - извлекает информацию с электронных носителей - использует средства ИТ для обработки и хранения информации - представляет информацию в различных формах с использованием разнообразного программного обеспечения - создает презентации в различных формах
ОК 04. Работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами.	- устанавливает позитивный стиль общения - выбирает стиль общения в соответствии с ситуацией - признает чужое мнение - при необходимости отстаивает собственное мнение - принимает критику - ведет деловую беседу в соответствии с этическими нормами - соблюдает официальный стиль при оформлении документов - составляет отчеты, задания в соответствии с запросом и предъявляемыми требованиями - оформляет документы в соответствии с нормативными актами - выполняет письменные и устные рекомендации преподавателя - способен к эмпатии - организует коллективное обсуждение рабочей ситуации
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	- умеет передавать информацию другому человеку - способен правильно формулировать свои мысли в устной и письменной формах - способен оценить уровень своих знаний по дисциплине
ОК 07. *Содействовать сохранению окружающей*	- поддерживает чистоту в учебном кабинете и на своем рабочем месте - адекватно реагирует на внезапное изменение ситуации (звонок, сирена, сигнал тревоги)

среды, ресурсосбережению[2], *применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства,* эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях.	
ОК 08. Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности.	- посещает учебные занятия, практику; - отсутствие пропусков по болезни

Критерии

2 балла - компетенция проявляется постоянно в полной мере (сформирована полностью);

1 балл - компетенция проявляется иногда или неполностью (частично сформирована);

0 баллов - компетенция не проявляется (не сформирована)

[2] *Выделенное курсивом не формируется в рамках данной дисциплины*

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.08. Основы предпринимательской деятельности

для специальности 42.02.01 Реклама

Якутск, 2024

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г.

УТВЕРЖДАЮ
Директор АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»
_____ С.Н.Семенов
«15» 04 2024 г.

Рабочая программа дисциплины ОП.08. Основы предпринимательской деятельности разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (далее – ФГОС СПО) по специальности *42.02.01 Реклама,* утвержденного приказом Министерства просвещения РФ от 21.07.2023 г. № 552 (зарегистрирован в Минюсте РФ 22.08.2023 № 74908)

Организация-разработчик: АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»

Составитель:
Сидорова А.Ю., зам.директора по УВР

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Паспорт рабочей программы дисциплины 4

2. Структура и содержание дисциплины 7

3. Условия реализации рабочей программы дисциплины 12

4. Контроль и оценка результатов освоения дисциплины 14

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.08. ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

1.1. Область применения программы

Рабочая программа дисциплины ОП.08 Основы предпринимательской деятельности является частью основной профессиональной образовательной программы СПО – программы подготовки специалистов среднего звена по специальности *42.02.01 Реклама***,** входящей в состав укрупненной группы специальностей *42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело.*

1.2 Место дисциплины в структуре образовательной программы:

Дисциплина ОП.08. Основы предпринимательской деятельности является общепрофессиональной дисциплиной из часов вариативной части.

1.3. Требования к результатам освоения дисциплины:

В результате освоения дисциплины обучающийся **должен**

уметь:

$У_1$ - применять нормативные документы для открытия и ведения предпринимательской деятельности субъектов малого и среднего бизнеса;

$У_2$ - разрабатывать бизнес-план предприятия;

$У_3$ - определять стратегию открываемого бизнеса;

$У_4$ - оценивать конъюнктуру рынка;

$У_5$ - определять эффективность бизнеса.

знать:

$З_1$ - базовые определения, функции и задачи предпринимательства;

$З_2$ - сущность предпринимательской среды;

$З_3$ - историю развития предпринимательства в России;

$З_4$ - роль государства в развитии предпринимательской деятельности;

$З_5$ - различные способы создания предпринимательской организации;

$З_6$ - этапы организации собственного предприятия;

$З_7$ - механизм осуществления предпринимательской деятельности;

$З_8$ - этические нормы предпринимательской деятельности.

с целью овладения **общими компетенциями (ОК)**:

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

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

ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, *использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях*[1];

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;

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

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

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

и профессиональными компетенциями (ПК):

ПК 1.1. Определять целевую аудиторию и целевые группы.

ПК 1.2. Проводить анализ объема рынка.

ПК 1.3. Проводить анализ конкурентов.

ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

ПК 2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

ПК 2.2. Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах.

ПК 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.

ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.

ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.

ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.

[1] Выделенное курсивом не формируется в рамках данной дисциплины

ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.

ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.

1.4. Количество часов на освоение рабочей программы дисциплины:

Объем дисциплины – 48 часов, в том числе

в форме практической подготовки – 14 часов

включает:

объем работы обучающегося во взаимодействии с преподавателем – 36 часов, в том числе

практические занятия – 14 часов;

самостоятельная работа обучающегося – 12 часов

Обязательная часть рабочей программы составляет – 00 часов, вариативная часть – 48 часов

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Объем дисциплины (всего)	**48**
в том числе:	
в форме практической подготовки	14
Объем работы обучающегося во взаимодействии с преподавателем	**36**
в том числе:	
практические занятия	14
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	**6**
в том числе: подготовка к практическим занятиям работа с учебной литературой	 6 6

2.2. Формы промежуточной аттестации

3 семестр – дифференцированный зачет

2.2. Тематический план и содержание дисциплины ОП.08. Основы предпринимательской деятельности

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся		Объем часов	В т.ч. практической подготовки	Формируемые компетенции
Раздел 1. Теоретические основы предпринимательской деятельности			**18**	**6**	
Тема 1.1. Сущность, субъекты, объекты и принципы предпринимательской деятельности	*Содержание учебного материала*		*2*		
	1	Основные понятия курса. Понятие и сущность предпринимательской деятельности. Виды предпринимательства. Субъекты и объекты предпринимательской деятельности. Принципы предпринимательской деятельности	2		ОК 01, ОК 05, ОК 07, ОК 09
Тема 1.2. Организационно-правовые формы предпринимательской деятельности в России	*Содержание учебного материала*		*8*		
	1-2	Организационные формы крупного предпринимательства. Типы предпринимательских корпораций. Особенности их организации, юридического оформления за рубежом и в России. Базовые формы организации крупного бизнеса, их основные достоинства и недостатки. Правовое регулирование предпринимательской деятельности. Формы и виды предпринимательской деятельности. Индивидуальное предпринимательство. Малое предпринимательство.	4		ОК 01, ОК 05, ОК 07, ОК 09
	Практические занятия		**2**	2	ОК 01-ОК 07, ОК 09, ПК.1.1-ПК.1.4, ПК 2.1-ПК 2.2, ПК 3.1 – ПК 3.3, ПК 4.1- ПК 4.3.
	3	**Практическое занятие № 1.** Определение характерных особенностей организационно-правовых форм предприятий			
	Самостоятельная работа студентов:		**2**		ОК 01-ОК 03, ОК 05-ОК 07, ОК 09
	Составление конспекта по теме «Франчайзинг» Работа с ГК РФ				
Тема 1.3. Планирование деятельности малого предприятия	*Содержание учебного материала*		*8*		
	1	Сущность, задачи, принципы планирования деятельности малого предприятия. Процесс планирования и прогнозирование. Бизнес-план: назначение, структура, методика разработки	2		ОК 01, ОК 05, ОК 07, ОК 09

	Практические занятия		**4**	4	ОК 01-ОК 07, ОК 09, ПК.1.1-ПК.1.4, ПК 2.1-ПК 2.2, ПК 3.1 – ПК 3.3, ПК 4.1- ПК 4.3.
	2-3	**Практическое занятие № 2.** Составление бизнес-плана			
	Самостоятельная работа студентов:		**2**		ОК 01-ОК 03, ОК 05-ОК 07, ОК 09
	Составление конспекта по теме «Банкротство»				
Раздел 2. Экономическое регулирование предпринимательской деятельности			**20**	**8**	
Тема 2.1 Система налогообложения предпринимательской деятельности. Взаимоотношения предпринимателей с финансовой системой и кредитными организациями	*Содержание учебного материала*		*8*		
	1	Понятие и виды налогов. Система налогообложения предпринимательской деятельности. Взаимоотношения предпринимателей с налоговой системой. Финансовая система и финансовый рынок. Структура кредитной системы, сущность, виды и формы кредита. Взаимоотношения предпринимателей с финансовой системой	2		ОК 01, ОК 05, ОК 07, ОК 09
	Практические занятия		**4**	4	ОК 01-ОК 07, ОК 09, ПК.1.1-ПК.1.4, ПК 2.1-ПК 2.2, ПК 3.1 – ПК 3.3, ПК 4.1- ПК 4.3.
	2	**Практическое занятие № 3.** Виды налогов			
	3	**Практическое занятие № 4.** Виды и формы кредита			
Тема 2.2 Конкуренция и конкурентоспособность предпринимателей	*Содержание учебного материала*		*2*		
	1	Понятие, виды и формы конкуренции. Основы государственной политики защиты конкуренции	2		ОК 01, ОК 05, ОК 07, ОК 09
Тема 2.3 Оценка риска и страхования в предпринимательской деятельности	*Содержание учебного материала*		*4*		
	1	Понятие и значение риска в предпринимательской деятельности Источники и методы оценки предпринимательского риска. Выбор стратегии предпринимательской деятельности в условиях риска	2		ОК 01, ОК 05, ОК 07, ОК 09
	Практические занятия		**2**	2	ОК 01-ОК 07, ОК 09,
	2	**Практическое занятие № 5.** Деловая игра «Выбор стратегии предпринимательской деятельности в условиях риска»			

					ПК.1.1-ПК.1.4, ПК 2.1-ПК 2.2, ПК 3.1 – ПК 3.3, ПК 4.1- ПК 4.3.
Тема 2.4 Ценообразование на продукцию (работу, услуги) предпринимателей	*Содержание учебного материала*		*6*		
	1-2	Понятие и сущность ценообразования. Ценовая политика фирмы, условия роста и снижения цен. Определение и изменения уровня цен, применение скидок	4		ОК 01, ОК 05, ОК 07, ОК 09
	Практические занятия		**2**	2	ОК 01-ОК 07, ОК 09, ПК.1.1-ПК.1.4, ПК 2.1-ПК 2.2, ПК 3.1 – ПК 3.3, ПК 4.1- ПК 4.3.
	3	**Практическое занятие № 6.** Ценовая политика фирмы (составление аналитической справки)			
Тема 2.5 Затраты и результаты предпринимательской деятельности	*Содержание учебного материала*		*4*		
	1	Понятие результата хозяйственной деятельности организация Затраты фирмы на производство и реализацию продукции, работ, услуг, их структура и классификация	2		ОК 01, ОК 05, ОК 07, ОК 09
Раздел 3. Роль государства в предпринимательской деятельности			**8**	**0**	
Тема 3.1 Государственная поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства	*Содержание учебного материала*		*5*		
	1-2	Механизм и формы государственной поддержки предпринимательства	4		ОК 01, ОК 05, ОК 07, ОК 09
	Самостоятельная работа		**1**		ОК 01-ОК 03, ОК 05-ОК 07, ОК 09
	Виды государственной поддержки предпринимательства				
Тема 3.2 Предпринимательская тайна	*Содержание учебного материала*		*3*		
	1	Сущность предпринимательской тайны. Отличие предпринимательской тайны от коммерческой. Формирование сведений, составляющих предпринимательскую тайну. Внешние и внутренние угрозы безопасности фирмы. Основные элементы механизма защиты предпринимательской тайны Сущность и виды ответственности предпринимателей. Условия возникновения гражданской ответственности предпринимателей. Способы обеспечения исполнения предпринимателями своих обязательств. Административная ответственность предпринимателей. Ответственность	2		ОК 01, ОК 05, ОК 07, ОК 09

		предпринимателей за нарушение антимонопольного законодательства. Ответственность за низкое качество продукции (работ, услуг). Ответственность за совершение налоговых правонарушений			
	Самостоятельная работа		**1**		ОК 01-ОК 03, ОК 05-ОК 07, ОК 09
	Составить схему «Предпринимательская тайна» и описать ее каждый компонент				
		Дифференцированный зачет	**2**		
		ВСЕГО:	**48**	**14**	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Материально-техническое обеспечение

Реализация рабочей программы дисциплины проходит в кабинете социально-экономических дисциплин.

Оборудование учебного кабинета:

- Рабочее место преподавателя: Персональный компьютер в сборе (Процессор: Ryzen3 3 5300G (4 ядра и 4-8 потоков) Оперативная память: 8gb DDR4 3200 Mhz Накопитель: 256GB ssd.) – 1 шт.
- Короткофокусный проектор Optoma X309ST – 1 шт.
- Стол ученический Классик двухместный регулируемый, №4-6 СУР А.02.46 проект НМ-035.04.02 – 10 шт.
- Стул ученический Стандарт, №4-6 СТУР А 02.46.Ф проект НМ-035.30.02 – 19 шт.
- Учебная маркерная доска белая – 1 шт.

3.2. Учебно-методическое обеспечение

По дисциплине ОП.08. Основы предпринимательской деятельности разработана учебно-методическая документация:

- рабочая программа дисциплины;
- фонд оценочных средств;
- методические указания по выполнению заданий на практических занятиях;
- методические указания по выполнению самостоятельной работы.

3.3. Информационное обеспечение обучения

Учебная литература:

1. Кузьмина Е. Е. Предпринимательская деятельность: учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. Е. Кузьмина. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 469 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16460-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/531105 (дата обращения: 12.01.2024).

2. Лопарева А. М. Бизнес-планирование: учебник для среднего профессионального образования / А. М. Лопарева. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 272 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08704-8. — Текст: электронный //

Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/531502 (дата обращения: 12.01.2024).

3. Разумовская Е. В. Предпринимательское право: учебник для среднего профессионального образования / Е. В. Разумовская. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 241 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16958-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/532114 (дата обращения: 12.01.2024).

4. Сергеев А. А. Бизнес-планирование: учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. А. Сергеев. — 5-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 442 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16063-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/530365 (дата обращения: 12.01.2024).

Электронные образовательные ресурсы:

Сайты, блоги, электронные библиотеки

1. Консультант плюс, надежная правовая поддержка [Электронный ресурс]. URL:http://www.consultant.ru

2. Автономная некоммерческая организация «Федеральный центр компетенций в сфере производительности труда» (ФЦК) [Электронный ресурс]. URL: https://производительность.рф

3. Справочник от автор24 [Электронный ресурс]. URL:Социально-правовая адаптация (spravochnick.ru)

Дополнительная электронная литература/учебные пособия, материалы, статьи

1. Курс лекций по дисциплине. Основы предпринимательской деятельности. [Электронный ресурс]. URL:Лекции по дисциплине Основы предпринимательской деятельности.docx (live.com)

Видеоматериалы/ виртуальные музеи/интерактивные презентации

1. Предпринимательство. Основы предпринимательства. [Электронный ресурс]. URL: Урок 1. Понятие предпринимательства. Государственное регулирование предпринимательской деятельности - поиск Яндекса по видео (yandex.ru)

Тренажеры/ тесты/ кейсы/ материал для практикума/ бесплатные онлайн курсы

1. Zaochnik.com Тест по теме «Развитие предпринимательства. Тест для самопроверки № 1» Подробнее: [Электронный ресурс]. URL: https://zaochnik.com/online-tests/yuridicheskie/922-razvitie-predprinimatelstva-test-dlya-samoproverki-1/

4 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка запланированных результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе текущего контроля знаний, проверки выполнения заданий практических занятий и самостоятельной работы, а также во время дифференцированного зачета.

Оценка качества подготовки обучающихся осуществляется через оценку знаний, умений по дисциплине и сформированность компетенций.

Результаты обучения (знания, умения)	**Формы и методы контроля и оценки результатов обучения**	
	Текущий контроль	**Промежуточная аттестация**
уметь:		
$У_1$ - применять нормативные документы для открытия и ведения предпринимательской деятельности субъектов малого и среднего бизнеса;	- оценка выполнения заданий на практических занятиях; - оценка участия обучающегося в беседе; - оценка выполнения самостоятельной работы	- дифференцированный зачет
$У_2$ - разрабатывать бизнес-план предприятия;		
$У_3$ - определять стратегию открываемого бизнеса;		
$У_4$ - оценивать конъюнктуру рынка;		
$У_5$ - определять эффективность бизнеса.		
знать:		
$З_1$ - базовые определения, функции и задачи предпринимательства;	- оценка выполнения заданий на практических занятиях; - оценка участия обучающегося в беседе; - устный опрос; - оценка выполнения заданий самостоятельной работы	- дифференцированный зачет
$З_2$ - сущность предпринимательской среды;		
$З_3$ - историю развития предпринимательства в России;		
$З_4$ - роль государства в развитии предпринимательской деятельности;		
$З_5$ - различные способы создания предпринимательской организации;		
$З_6$ - этапы организации собственного предприятия;		
$З_7$ - механизм осуществления предпринимательской деятельности;		
$З_8$ - этические нормы предпринимательской деятельности.		

Оценка ***общих компетенций (ОК)***:

Результат (общие компетенции)	**Основные показатели**
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам	- самостоятельно организует свою деятельность по выданным заданиям - умеет оценить свои возможности для выполнения поставленных целей, задач, заданий по дисциплине
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	- осуществляет поиск информации в сети Интернет и различных электронных носителях - извлекает информацию с электронных носителей - использует средства ИТ для обработки и хранения информации - представляет информацию в различных формах с использованием разнообразного программного обеспечения - создает презентации в различных формах
ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, *использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях*[2]	- берет на себя ответственность за принятое решение/совершенный поступок - ответственно выполняет разовые/постоянные поручения в группе - может спрогнозировать результат - умеет оценить свои действия, поступки и проанализировать их
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	- устанавливает позитивный стиль общения - выбирает стиль общения в соответствии с ситуацией - признает чужое мнение - при необходимости отстаивает собственное мнение - принимает критику - ведет деловую беседу в соответствии с этическими нормами - соблюдает официальный стиль при оформлении документов - выполняет письменные и устные рекомендации преподавателя - способен к эмпатии - организует коллективное обсуждение рабочей ситуации
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	- умеет передавать информацию другому человеку - способен правильно формулировать свои мысли в устной и письменной формах - способен письменно оформлять свои мысли
ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное	- ведет деловую беседу в соответствии с этическими нормами - признает чужое мнение - способен к эмпатии

[2] Выделенное курсивом не формируется в рамках данной дисциплины

поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения	- не обманывает - старается выполнять задания сам, не прибегая к помощи других
ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;	- поддерживает чистоту в кабинете/лаборатории и на своем рабочем месте - адекватно реагирует на внезапное изменение ситуации (звонок, сирена, сигнал тревоги) - владеет информацией по рациональной организации технологического процесса - знает правила безопасного ведения работ
ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и *иностранно*м языках	- осуществлять эффективный поиск необходимой информации в российских и зарубежных источниках: нормативно-правовой документации, стандартов, научных публикации, технической документации;

Оценка ***профессиональных компетенций (ПК)*** происходит через освоенные знания и умения.

Критерии и методы оценки запланированных результатов освоения дисциплины отражены в оценочных материалах.

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
по выполнению заданий на практических занятиях

по специальности 42.02.01 Реклама

Якутск, 2024

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г.)

Методические указания составлены в соответствии с рабочей программой по дисциплине ОП.08. Основы предпринимательской деятельности

Разработчик: АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»

Составитель:
Алексеева А.И., преподаватель

Пояснительная записка

Дисциплина ОП.08. Основы предпринимательской деятельности является дисциплиной общепрофессионального цикла ППССЗ и изучается в течение одного семестра.

В результате освоения дисциплины ОП.08. Основы предпринимательской деятельности обучающиеся должны

уметь:

$У_1$ - применять нормативные документы для открытия и ведения предпринимательской деятельности субъектов малого и среднего бизнеса;

$У_2$ - разрабатывать бизнес-план предприятия;

$У_3$ - определять стратегию открываемого бизнеса;

$У_4$ - оценивать конъюнктуру рынка;

$У_5$ - определять эффективность бизнеса.

знать:

$З_1$ - базовые определения, функции и задачи предпринимательства;

$З_2$ - сущность предпринимательской среды;

$З_3$ - историю развития предпринимательства в России;

$З_4$ - роль государства в развитии предпринимательской деятельности;

$З_5$ - различные способы создания предпринимательской организации;

$З_6$ - этапы организации собственного предприятия;

$З_7$ - механизм осуществления предпринимательской деятельности;

$З_8$ - этические нормы предпринимательской деятельности.

с целью овладения **общими компетенциями (ОК)**:

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

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

ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой *и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях*[1];

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;

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

[1] *Выделенное курсивом не формируется в рамках данной дисциплины*

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

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

и профессиональными компетенциями (ПК):

ПК 1.1. Определять целевую аудиторию и целевые группы.

ПК 1.2. Проводить анализ объема рынка.

ПК 1.3. Проводить анализ конкурентов.

ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

ПК 2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

ПК 2.2. Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах.

ПК 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.

ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.

ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.

ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.

ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.

ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.

Практическое занятие № 1
Определение характерных особенностей организационно-правовых форм предприятий

Цель: формирование умения $У_1$ - применять нормативные документы для открытия и ведения предпринимательской деятельности субъектов малого и среднего бизнеса;

Время выполнения работы – 2 часа

ПОРЯДОК ВЫПОЛНЕНИЯ:

Задание 1. Проведите сравнительный анализ, сделайте выводы, отражающие плюсы и минусы каждой организационно-правовой формы.
Результаты можно оформить в таблицу.

Организационно-правовая форма	Плюсы	Минусы

Задание 2. По данным параметрам предприятия установить соответствующие им организационно-правовые формы:

Вариант№1

1) Виды членства: Предусматривает один вид членства — участник. Им может быть физическое или юридическое лицо (их возможная численность — от 1 до 50)

2) Определение: участники не отвечают по его обязательствам и несут риск лишь в пределах своих вкладов.

3) Учредительные документы: Устав, учредительный договор.

4) Органы управления: общее собрание участников, дирекция.

Вариант№2

1) Виды членства: Один вид членства — полный товарищ. Ими могут быть индивидуальные предприниматели (ИП) и (или) коммерческие организации. Число участников — не менее двух.

2) Определение: участники несут ответственность не только по своим вкладам, но и принадлежащим им имуществом.

3) Учредительные документы: Учредительный договор

4) Органы управления: собрание участников, уполномоченный (если предусмотрен)

Задание 3. Ответить на вопросы

1) Факторы, влияющие на выбор организационно-правовой формы предприятия.

2) Отличие полного товарищества от товарищества на вере.

3) Отличие публичного и непубличного акционерных обществ.

Практическое занятие № 2
Составление бизнес-плана

Цель: формирование умений $У_1$ - применять нормативные документы для открытия и ведения предпринимательской деятельности субъектов малого и среднего бизнеса;

$У_2$ - разрабатывать бизнес-план предприятия;

$У_3$ - определять стратегию открываемого бизнеса;

$У_4$ - оценивать конъюнктуру рынка;

$У_5$ - определять эффективность бизнеса.

Время выполнения работы – 4 часа

ПОРЯДОК ВЫПОЛНЕНИЯ:

Этапы разработки бизнес-плана

1. Подготовительный этап

1. **Определение целей:**
   - Формулирование миссии и целей компании (например, "Обеспечение качественного и быстрого ремонта принтеров в городе N").
   - Постановка конкретных задач (например, достижение прибыли через 6 месяцев, охват 20% рынка через год).
2. **Изучение рынка:**
   - Анализ конкурентов (количество, услуги, цены).
   - Изучение целевой аудитории (малый и средний бизнес, частные лица).
   - Определение спроса на услуги по ремонту принтеров.
3. **Сбор информации:**
   - Изучение законодательства (лицензии, налоги).
   - Анализ поставщиков запчастей и оборудования.

2. Разработка разделов бизнес-плана

1. **Резюме:**
   - Краткое описание бизнеса (услуги, целевая аудитория, преимущества).

- Основные финансовые показатели (стартовые инвестиции, ожидаемая прибыль).

2. **Описание компании:**
   - Название компании, организационно-правовая форма (ИП, ООО).
   - Местоположение (офис, сервисный центр).
   - История создания (если есть).
3. **Описание услуг:**
   - Перечень услуг (ремонт принтеров, заправка картриджей, профилактическое обслуживание).
   - Преимущества перед конкурентами (низкие цены, быстрый ремонт, гарантия).
4. **Анализ рынка:**
   - Описание целевой аудитории (например, офисы, учебные заведения, частные лица).
   - Анализ конкурентов (их сильные и слабые стороны).
   - Оценка спроса и рыночных тенденций.
5. **Маркетинговая стратегия:**
   - Ценообразование (например, фиксированная цена за диагностику, гибкие тарифы на ремонт).
   - Каналы продвижения (сайт, социальные сети, контекстная реклама, сарафанное радио).
   - Акции и скидки (например, скидка 10% на первый ремонт).
6. **Организационный план:**
   - Структура компании (директор, мастера, администратор).
   - Процесс оказания услуг (прием заявок, диагностика, ремонт, выдача).
   - График работы (например, с 9:00 до 18:00, без выходных).
7. **Финансовый план:**
   - Стартовые инвестиции (оборудование, аренда, реклама).
   - Ежемесячные расходы (зарплата, аренда, запчасти).
   - Прогноз доходов (количество клиентов, средний чек).
   - Расчет окупаемости (например, окупаемость через 6 месяцев).
8. **Риски и пути их минимизации:**
   - Возможные риски (низкий спрос, конкуренция, поломка оборудования).
   - Меры по снижению рисков (страхование, резервный фонд).

3. Оформление бизнес-плана

1. **Структура документа:**
   - Титульный лист (название компании, контактная информация).
   - Оглавление.
   - Основные разделы (резюме, описание компании, анализ рынка и т.д.).

2. **Наглядные материалы:**
    - Графики, диаграммы, таблицы (например, прогноз доходов и расходов).
    - Фотографии оборудования или примеров работ.
3. **Проверка и редактирование:**
    - Проверка на ошибки и логичность.
    - Редактирование текста для улучшения читаемости.

4. Завершающий этап

1. **Презентация бизнес-плана:**
    - Подготовка краткой презентации для инвесторов или партнеров.
    - Упор на ключевые преимущества и финансовые показатели.
2. **Реализация плана:**
    - Поиск финансирования (собственные средства, кредит, инвесторы).
    - Запуск бизнеса (аренда помещения, закупка оборудования, найм персонала).

Практическое занятие № 3
Виды налогов

Цель: формирование умений $У_1$ - применять нормативные документы для открытия и ведения предпринимательской деятельности субъектов малого и среднего бизнеса;

$У_2$ - разрабатывать бизнес-план предприятия;

$У_3$ - определять стратегию открываемого бизнеса;

$У_4$ - оценивать конъюнктуру рынка;

$У_5$ - определять эффективность бизнеса.

Время выполнения работы – 2 часа

ПОРЯДОК ВЫПОЛНЕНИЯ:

Задание. Систематизировать налоги по классификационным группам

Налог	**По способу установления**	**По способу изъятия**	**По целевому назначению**	**По налогоплательщикам**	**По объектам налогообложения**	**По способу зачисления в бюджет**	**По способу расчета**
НДС							
Акцизы							
НДФЛ							
Налог на прибыль							
НДПИ							
Госпошлина							
Налог на имущество организаций							
Транспортный налог							
Земельный налог							

Налог на имущество физических лиц							
ЕНВД							
ЕН по упрощ. системе							

Задание 1. Приятели Алексей и Борис сравнивают свои заработные платы. Алексей говорит, что его оклад по трудовому договору составляет 24 000 рублей в месяц, а Борис ежемесячно получает на карточку по 21 000 рублей. Ставка налога на доходы физических лиц равна 13%. Кто из приятелей зарабатывает больше? Какой оклад указан в трудовом договоре у Бориса?

Задание 2. Гражданин имеет следующие транспортные средства:

1) снегоход с мощностью двигателя 50 л.с.;

2) автомобиль легковой с мощностью двигателя 220 л.с., который 15 мая был продан.

Определить сумму транспортного налога, подлежащую перечислению в бюджет в данном налоговом периоде.

Задание 3. Суммарная кадастровая стоимость частного дома составляет 1750 000 руб., а стоимость пристройки, возведенной в конце июля, - 250 000 руб.

Ставка налога на строение – минимальная для этой категории имущества.

Определить годовую сумму налога на строение.

Задание 4. Работнице, гражданке РФ, имеющей несовершеннолетнего ребенка, определен оклад в 20000 руб. и премия в размере 25 % ежемесячно. В этом же году расходы гражданки за лечение ребенка составили 14000 руб. Определить сумму налога на доходы физических лиц (НДФЛ) за каждый месяц налогового периода и размер ее налоговых обязательств перед бюджетом за год.

Задание 5. Представьте, что Вы, окончив техникум, поступите в Университет на платное обучение (90 000 рублей в год), а также параллельно устроитесь на работу с заработной платой 15 000 рублей в месяц. Кроме того, чтобы мотивировать Вас к самостоятельной жизни, Ваши родители дадут Вам деньги в размере 400 000 рублей в качестве первоначального взноса по ипотеке на квартиру стоимостью 1 500 000 рублей. Вы приобрели данную квартиру.

На какую общую сумму возврата налога вы сможете подать документы? Какая сумма налогов вернётся к вам по результатам этого года и следующих?

Практическое занятие № 4
Расчет платежей по кредиту

Цель: формирование умений $У_1$ - применять нормативные документы для открытия и ведения предпринимательской деятельности субъектов малого и среднего бизнеса;

$У_2$ - разрабатывать бизнес-план предприятия;

$У_3$ - определять стратегию открываемого бизнеса;

$У_4$ - оценивать конъюнктуру рынка;

$У_5$ - определять эффективность бизнеса.

Время выполнения работы – 2 часа

ПОРЯДОК ВЫПОЛНЕНИЯ:

Решите задачи:

Задача 1. 1 января 20XX года Александр Сергеевич взял в банке 1,1 млн. рублей в кредит. Схема выплаты кредита следующая – 1-го числа каждого следующего месяца банк начисляет 1% на оставшуюся сумму долга (то есть увеличивает долг на 1%), затем Александр Сергеевич переводит в банк платёж. На какое минимальное количество месяцев Александр Сергеевич может взять кредит, чтобы ежемесячные выплаты были не более 275 тыс. рублей?

Задача 2. 1 декабря 20XX года Дмитрий взял в банке 4 290 000 рублей в кредит под 14,5% годовых. Схема выплаты кредита следующая – 31 декабря следующего года банк начисляет проценты на оставшуюся сумму долга (то есть увеличивает долг на 14,5%), затем Дмитрий переводит в банк X рублей. Какой должна быть сумма X, чтобы Дмитрий выплатил долг двумя равными платежами (то есть за два года)?

Задача 3. Кредит в размере 350 тыс. руб. выдан на 5 лет. На сумму долга начислены простые проценты – 18% годовых. Какой величины достигнет долг в конце срока?

Задача 4. Кредит в размере 2 млн. руб. выдан под сложные проценты на 3 года. Проценты (15% годовых) исчисляются ежегодно и присоединяются к основной сумме долга. Определить сумму задолженности к погашению.

Задача 5. Клиент взял в банке кредит 60 000 рублей на год под 12%. Он должен погашать кредит, внося в банк ежемесячно одинаковую сумму денег, чтобы через год выплатить всю сумму, взятую в кредит, вместе с процентами. Сколько рублей он должен вносить в банк ежемесячно?

Расчёт по ежемесячному аннуитетному платежу

При аннуитетной схеме погашения первая часть платежа — это основной долг, а вторая часть — начисленные проценты. Первая часть остаётся неизменной, а вторая начисляется на остаток тела кредита и убывает с каждым месяцем. Ближе к концу срока погашения доля процентной ставки снижается. Именно при аннуитетной схеме наиболее эффективным оказывается частичное досрочное погашение.

Расчёт платежей с аннуитетной схемой погашения проводится в два этапа:

1. Определение размера ежемесячного платежа (x) по формуле:

$$x = S \times (P + N),$$

где S — размер кредита;

P — одна сотая доля процентной ставки (в месяц);

N — срок погашения (месяц).

На втором этапе рассчитывается доля процентов (I) в размере ежемесячного платежа по формуле:

$$I = S \times P,$$

где S — остаток тела кредита;

P — процентная ставка.

Например, оформляется сумма в размере 300 000 рублей на 5 лет под 15,9% с аннуитетной схемой погашения. За весь срок погашения (если внесение платежей будет точно по графику) размер ежемесячного платежа составит 7151 рубль. Всего за 5 лет придётся вернуть банку 429 354 рубля, из которых процентная переплата составит 129 354 рубля.

Расчёт по ежемесячному дифференцированному платежу

Дифференцированная схема подразумевает разделение тела кредита равными частями на весь срок, а проценты начисляются на остаток. Наибольшие по размеру выплаты приходятся на начальный этап погашения и с каждым месяцем уменьшаются, из-за чего сумма выплаты в графике погашения отражается неравными значениями.

Расчёт выплат по дифференцированной схеме проводится по следующей формуле:

$$b = S : N,$$

где b — месячная часть долгового платежа;

S — сумма кредита;

N — количество месяцев.

После этого рассчитывается процентная ставка (p) по формуле:

$p = Sn \times P,$

где Sn — остаток по телу кредита;

P — процентная ставка.

Например, оформляется сумма в 200 000 рублей под 15,9% годовых на срок 24 месяца. Размер долговой части составит 8333 рубля с выплатой по процентам в размере 2563 рубля. На второй месяц процентная часть составит 2377 рублей, а на третий — 2349 рублей.

Практическое занятие № 5
Деловая игра «Выбор стратегии предпринимательской деятельности в условиях риска»

Цель: формирование умений $У_1$ - применять нормативные документы для открытия и ведения предпринимательской деятельности субъектов малого и среднего бизнеса;

$У_2$ - разрабатывать бизнес-план предприятия;

$У_3$ - определять стратегию открываемого бизнеса;

$У_4$ - оценивать конъюнктуру рынка;

$У_5$ - определять эффективность бизнеса.

Время выполнения работы – 2 часа

ПОРЯДОК ВЫПОЛНЕНИЯ:

Требуется выявить наиболее значимые риски для конкретного вида предпринимательской деятельности. Для этого обучающиеся разрабатывают пример хозяйствующего субъекта. Желательно, чтобы это была реально действующая организация, но допускается и использование модели организации.

Описание субъекта должно включать в себя следующие данные:

1) название организации;
2) виды деятельности;
3) масштаб деятельности (размер бизнеса);
4) регион, в котором работает субъект;
5) другие данные, которые обучающиеся посчитают необходимыми.

На основе этих сведений группы составляют список всех возможных рисков, которым подвержен данный экономический субъект. Каждый риск оценивается сточки зрения вероятности его реализации и возможного ущерба. Берутся приблизительные значения этих показателей соответственно в процентах и в рублях. Кроме того, возможна оценка вероятности и ущерба по десятибалльной шкале. На данном этапе рекомендуется выявить не менее 15–20 рисков. На следующем этапе группа отсекает наименее вероятные риски, а также риски, связанные с незначительными потерями, т. е. все те риски, которые, по мнению обучающихся, не требуют каких-либо управляющих воздействий. На данном этапе рекомендуется оставить не более 10 рисков. Далее на основе идентифицированных рисков группа должна построить причинно-следственную диаграмму (диаграмму Исикавы). Результаты работы группы презентуются ее представителем в виде короткого доклада, а затем подвергаются обсуждению.

После того, как докладчик окончит свое выступление, ему могут задаваться дополнительные вопросы представителями других групп, выступающими заинтересованными лицами. Каждый из них сам определяет свою роль, встает,

представляется и задает вопрос. Отвечать на вопросы может как сам докладчик, так и его коллеги по группе.

Определение ролей

Обучающиеся работают в группах (по 2–3 человека), выполняя функции риск-менеджеров компании. Все участники по отношению к конкретной группе выступают заинтересованными пользователями информации о риске – потенциальными инвесторами, акционерами, кредиторами и т. д.

Подведение итогов игры

Результат работы группы включает следующее:

1) описание реального либо смоделированного субъекта хозяйственной деятельности;

2) список наиболее существенных для него рисков, вероятности их реализации, возможный ущерб;

3) список наименее существенных рисков, которые не заслуживают внимания;

4) причинно-следственная диаграмма для рисков хозяйствующего субъекта.

Работа группы оценивается как по качеству представленных результатов, так и по степени ее участия в обсуждении, т. е. по содержанию задаваемых членами группы вопросов и по качеству ответов на задаваемые их докладчику вопросы.

На заключительном этапе игры участники оценивают уровень ее проведения, определяют наиболее интересные выступления команд.

Контрольные вопросы

1 Что понимают под идентификацией рисков? Какие стадии она включает?

2 Перечислите основные методы идентификации рисков.

3 Назовите и охарактеризуйте вспомогательные методы идентификации рисков.

4 Какие проблемы характерны для этапа идентификации рисков?

5 Какие виды опросных листов вы знаете? Назовите основные разделы стандартного опросного листа.

6 Для выявления каких рисков используется метод структурных диаграмм?

7 Что собой представляют потоковые диаграммы? Какие виды карт потоков вы знаете?

8 В чем заключается идентификация рисков методом мозгового штурма?

9 Какова процедура экспертного оценивания рисков по методу Дельфи? Назовите его преимущества и недостатки.

10 В чем суть идентификации основных причин риска?

11 Что собой представляет диаграмма Исикавы? Каковы правила ее построения?

12 Что понимается под иерархической структурой рисков? Каково ее предназначение?

13 Что означает приоритет риска и декомпозиция риска?

Практическое занятие № 6
Ценовая политика фирмы (составление аналитической справки)

Цель: формирование умений $У_1$ - применять нормативные документы для открытия и ведения предпринимательской деятельности субъектов малого и среднего бизнеса;

$У_2$ - разрабатывать бизнес-план предприятия;

$У_3$ - определять стратегию открываемого бизнеса;

$У_4$ - оценивать конъюнктуру рынка;

$У_5$ - определять эффективность бизнеса.

Время выполнения работы – 2 часа

Аналитическая справка — это документ, который содержит анализ текущей ситуации, выявление проблем и предложения по их решению. В случае темы «Ценовая политика фирмы» справка должна отражать анализ ценовой стратегии компании, ее эффективности и рекомендации по оптимизации.

ПОРЯДОК ВЫПОЛНЕНИЯ:

Структура аналитической справки

1. **Введение:**
   - Краткое описание компании (название, сфера деятельности).
   - Цель и задачи аналитической справки.
2. **Анализ текущей ценовой политики:**
   - Описание текущей стратегии ценообразования (например, ценовое лидерство, премиальное ценообразование).
   - Используемые методы ценообразования.
   - Примеры цен на ключевые продукты/услуги.
3. **Сравнение с конкурентами:**
   - Анализ цен конкурентов на аналогичные продукты/услуги.
   - Выявление преимуществ и недостатков ценовой политики компании.
4. **Анализ влияния цен на финансовые показатели:**
   - Динамика выручки и прибыли.
   - Рентабельность продаж.
   - Влияние цен на объем продаж.
5. **Обратная связь от клиентов:**
   - Анализ отзывов клиентов о ценах.
   - Выявление проблем (например, жалобы на высокие цены).
6. **Выводы:**
   - Оценка эффективности текущей ценовой политики.

- Выявление проблем (например, завышенные цены, низкая конкурентоспособность).

7. **Рекомендации:**
   - Предложения по оптимизации ценовой политики (например, снижение цен, введение скидок, дифференциация цен).
   - План внедрения изменений.

ЛИТЕРАТУРА

1. Кузьмина Е. Е. Предпринимательская деятельность : учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. Е. Кузьмина. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 469 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16460-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/531105 (дата обращения: 19.02.2024).

2. Лопарева А. М. Бизнес-планирование : учебник для среднего профессионального образования / А. М. Лопарева. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 272 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08704-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/531502 (дата обращения: 19.02.2024).

3. Разумовская Е. В. Предпринимательское право : учебник для среднего профессионального образования / Е. В. Разумовская. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 241 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16958-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/532114 (дата обращения: 19.02.2024).

4. Сергеев А. А. Бизнес-планирование : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. А. Сергеев. — 5-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 442 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16063-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/530365 (дата обращения: 19.02.2024).

Электронные образовательные ресурсы:

Сайты, блоги, электронные библиотеки

1. Консультант плюс, надежная правовая поддержка [Электронный ресурс]. URL:http://www.consultant.ru

2. Автономная некоммерческая организация «Федеральный центр компетенций в сфере производительности труда» (ФЦК) [Электронный ресурс]. URL: https://производительность.рф

3. Справочник от автор24 [Электронный ресурс]. URL:Социально-правовая адаптация (spravochnick.ru)

Дополнительная электронная литература/учебные пособия, материалы, статьи

1. Курс лекций по дисциплине. Основы предпринимательской деятельности. [Электронный ресурс]. URL:Лекции по дисциплине Основы предпринимательской деятельности.docx (live.com)

Видеоматериалы/ виртуальные музеи/интерактивные презентации

1. Предпринимательство. Основы предпринимательства. [Электронный ресурс]. URL: Урок 1. Понятие предпринимательства. Государственное регулирование предпринимательской деятельности - (yandex.ru)

Тренажеры/ тесты/ кейсы/ материал для практикума/ бесплатные онлайн курсы

1. Zaochnik.com - Тест по теме «Развитие предпринимательства. Тест для самопроверки № 1» Подробнее: [Электронный ресурс]. URL: https://zaochnik.com/online-tests/yuridicheskie/922-razvitie-predprinimatelstva-test-dlya-samoproverki-1/

ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
по выполнению заданий на практических занятиях

по специальности 42.02.01 реклама

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
по выполнению самостоятельной работы
для специальности 42.02.01 Реклама

Якутск, 2024

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г.)

Методические указания составлены в соответствии с рабочей программой по дисциплине ОП.08 Основы предпринимательской деятельности

Разработчик: АНО СПО «Цифровой колледж Синергия»

Составитель:
Сидорова А.Ю., зам.директора по УВР

1. Пояснительная записка

Самостоятельная работа студентов является частью работы обучающегося по освоению запланированных результатов обучения по дисциплине ОП.08 Основы предпринимательской деятельностью.

Самостоятельная работа направлена на умение работать с источниками, литературой и подготавливает обучающихся к публичным выступлениям.

В результате освоения дисциплины обучающиеся должны **уметь:**

уметь:

$У_1$ - применять нормативные документы для открытия и ведения предпринимательской деятельности субъектов малого и среднего бизнеса;

$У_2$ - разрабатывать бизнес-план предприятия;

$У_3$ - определять стратегию открываемого бизнеса;

$У_4$ - оценивать конъюнктуру рынка;

$У_5$ - определять эффективность бизнеса.

знать:

$З_1$ - базовые определения, функции и задачи предпринимательства;

$З_2$ - сущность предпринимательской среды;

$З_3$ - историю развития предпринимательства в России;

$З_4$ - роль государства в развитии предпринимательской деятельности;

$З_5$ - различные способы создания предпринимательской организации;

$З_6$ - этапы организации собственного предприятия;

$З_7$ - механизм осуществления предпринимательской деятельности;

$З_8$ - этические нормы предпринимательской деятельности.

с целью овладения **общими компетенциями (ОК)**:

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

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

ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, *использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях*[1];

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;

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

[1] *Выделенное курсивом не формируется в рамках данной дисциплины*

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

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

и профессиональными компетенциями (ПК):

ПК 1.1. Определять целевую аудиторию и целевые группы.

ПК 1.2. Проводить анализ объема рынка.

ПК 1.3. Проводить анализ конкурентов.

ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

ПК 2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

ПК 2.2. Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах.

ПК 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.

ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.

ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.

ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.

ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.

ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.

2. Содержание самостоятельной работы

Раздел 1. Теоретические основы предпринимательской деятельности

Тема 1.2. Организационно- правовые формы предпринимательской деятельности в Росси

Цель: для закрепления знаний

$З_1$ - базовые определения, функции и задачи предпринимательства;

$З_2$ - сущность предпринимательской среды

и формирования умений

$У_1$ - применять нормативные документы для открытия и ведения предпринимательской деятельности субъектов малого и среднего бизнеса

Литература: Основная и дополнительная

Количество часов – 2 часа

ВИДЫ РАБОТ

1. Выписать из ГК РФ, ч. 1, раздел 2 в рабочую тетрадь основные определения по теме:

- предпринимательство
- признаки предпринимательской деятельности
- самостоятельность предпринимателя
- риски предпринимателя
- государственная регистрация предпринимательской деятельности, ее роль и порядок
- лицензирование предпринимательской деятельности
- антимонопольное законодательство

2. Выписать из ГК РФ, ч. 1, глава 4, следующие определения:

- юридические лица,
- индивидуальные предприниматели,
- коммерческие и некоммерческие юридические лица, их особенности,
- признаки субъектов предпринимательства,
- правоспособность юридического лица,
- реорганизация и ликвидация субъектов.

3. Заполнить таблицу:

Функции юридического лица	**Содержание функции**

4. Составить краткий конспект по теме «Франчайзинг»

Тема 1.3. Планирование деятельности малого предприятия

Цель: для закрепления знаний

$З_6$ - этапы организации собственного предприятия;

$З_7$ - механизм осуществления предпринимательской деятельности;

и формирования умений

$У_2$ - разрабатывать бизнес-план предприятия;

$У_3$ - определять стратегию открываемого бизнеса;

Литература: Основная и дополнительная

Количество часов – 2 часа

ВИДЫ РАБОТ

1. Составить конспект по теме «Банкротство субъектов предпринимательства и физических лиц».

Вопросы:

а. признаки банкротства

б. порядок подачи документов в арбитражный суд

в. процедура рассмотрения банкротства

г. роль СРО в процедуре банкротства субъектов предпринимательства.

2. Найти в сети Интернет информацию о предприятиях региона, находящихся сегодня на различных стадиях банкротства и выписать их в тетрадь.

Раздел 3. Роль государства в предпринимательской деятельности

Тема 3.1. Государственная поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства

Цель: для закрепления знаний

$З_3$ - историю развития предпринимательства в России;

$З_4$ - роль государства в развитии предпринимательской деятельности;

и формирования умений

$У_5$ - определять эффективность бизнеса

Литература: Основная и дополнительная

Количество часов – 1 час

ВИДЫ РАБОТ

1. На портале Госуслуги https://www.gosuslugi.ru/life/details/business_support_measures найти общую информацию, которую предоставляет государство для поддержки предпринимателей на разных стадиях развития бизнеса: от создания до тиражирования

2. Найти и записать, какие гранты можно получить для вида деятельности, который вы выбрали.

3. Записать перечень отчетности со сроками сдачи, которую необходимо предоставлять ИП по своей деятельности.

Тема 3.2. Предпринимательская тайна

Цель: для закрепления знаний

$З_8$ - этические нормы предпринимательской деятельности

Литература: Основная и дополнительная

Количество часов – 1 час

ВИДЫ РАБОТ

Составить схему «Предпринимательская тайна» и описать ее каждый компонент

ЛИТЕРАТУРА

Учебная литература:

1. Кузьмина Е. Е. Предпринимательская деятельность: учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. Е. Кузьмина. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 469 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16460-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/531105 (дата обращения: 12.01.2024).
2. Лопарева А. М. Бизнес-планирование: учебник для среднего профессионального образования / А. М. Лопарева. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 272 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08704-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/531502 (дата обращения: 12.01.2024).
3. Разумовская Е. В. Предпринимательское право: учебник для среднего профессионального образования / Е. В. Разумовская. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 241 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16958-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/532114 (дата обращения: 12.01.2024).
4. Сергеев А. А. Бизнес-планирование: учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. А. Сергеев. — 5-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 442 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16063-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/530365 (дата обращения: 12.01.2024).

Электронные образовательные ресурсы:

Сайты, блоги, электронные библиотеки

1. Консультант плюс, надежная правовая поддержка [Электронный ресурс]. URL:http://www.consultant.ru
2. Автономная некоммерческая организация «Федеральный центр компетенций в сфере производительности труда» (ФЦК) [Электронный ресурс]. URL: https://производительность.рф
3. Справочник от автор24 [Электронный ресурс]. URL:Социально-правовая адаптация (spravochnick.ru)

Дополнительная электронная литература/учебные пособия, материалы, статьи

1. Курс лекций по дисциплине. Основы предпринимательской деятельности. [Электронный ресурс]. URL:Лекции по дисциплине Основы предпринимательской деятельности.docx (live.com)

Видеоматериалы/ виртуальные музеи/интерактивные презентации

1. Предпринимательство. Основы предпринимательства. [Электронный ресурс]. URL: Урок 1. Понятие предпринимательства. Государственное регулирование предпринимательской деятельности - поиск Яндекса по видео (yandex.ru)

Тренажеры/ тесты/ кейсы/ материал для практикума/ бесплатные онлайн курсы

1. Zaochnik.com Тест по теме «Развитие предпринимательства. Тест для самопроверки № 1» Подробнее: [Электронный ресурс]. URL: https://zaochnik.com/online-tests/yuridicheskie/922-razvitie-predprinimatelstva-test-dlya-samoproverki-1/

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г.)

УТВЕРЖДАЮ
Директор АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»
_____ С.Н.Семенов
«15» 04 2024 г.

Оценочные материалы
для промежуточной аттестации
по дисциплине
ОП.08. Основы предпринимательской деятельности

для специальности 42.02.01 Реклама

Разработчик: Сидорова А.Ю., зам.директора по УВР

Якутск, 2024

1. Пояснительная записка

Оценочные материалы для промежуточной аттестации по дисциплине ОП.08. Основы предпринимательской деятельности предназначены для оценки достижений запланированных результатов по дисциплине и компетенций (общих и профессиональных) обучающихся по специальности *42.02.01 Реклама.*

1.1. Оценка освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины ОП.08. Основы предпринимательской деятельности обучающийся должен

В результате освоения дисциплины обучающийся **должен**

уметь:

$У_1$ - применять нормативные документы для открытия и ведения предпринимательской деятельности субъектов малого и среднего бизнеса;

$У_2$ - разрабатывать бизнес-план предприятия;

$У_3$ - определять стратегию открываемого бизнеса;

$У_4$ - оценивать конъюнктуру рынка;

$У_5$ - определять эффективность бизнеса.

знать:

$З_1$ - базовые определения, функции и задачи предпринимательства;

$З_2$ - сущность предпринимательской среды;

$З_3$ - историю развития предпринимательства в России;

$З_4$ - роль государства в развитии предпринимательской деятельности;

$З_5$ - различные способы создания предпринимательской организации;

$З_6$ - этапы организации собственного предприятия;

$З_7$ - механизм осуществления предпринимательской деятельности;

$З_8$ - этические нормы предпринимательской деятельности.

с целью овладения **общими компетенциями (ОК)**:

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

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

ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной

сфере, использовать знания по правовой и *финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях*[1];

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;

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

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

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

и профессиональными компетенциями (ПК):

ПК 1.1. Определять целевую аудиторию и целевые группы.

ПК 1.2. Проводить анализ объема рынка.

ПК 1.3. Проводить анализ конкурентов.

ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

ПК 2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

ПК 2.2. Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах.

ПК 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.

ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.

ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.

ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.

ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.

---

[1] *Выделенное курсивом не формируется в рамках данной дисциплины*

ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.

Форма промежуточной аттестации – ***дифференцированный зачет.***

Вид – тест.

Каждый тест состоит из 20 вопросов и имеет 2 варианта.

Время выполнения задания – 30 мин.

Критерии оценивания теста

Каждый правильный ответ оценивается в 1 балл.

Максимальное количество баллов – 20.

Оценка	Критерии оценивания
«Отлично»	правильное выполнено 20-18 заданий
«Хорошо»	правильное выполнено 17-15 заданий
«Удовлетворительно»	правильное выполнено 14-11 заданий
«Неудовлетворительно»	правильное выполнено 10 и менее заданий.

Автономная некоммерческая организация среднего профессионального образования
«Цифровой колледж «Синергия»

УТВЕРЖДЕНО
директором колледжа в составе образовательной
программы по специальности *42.02.01 Реклама*

Тест по дисциплине
ОП.09 Основы предпринимательской деятельности

Инструкция
Внимательно прочитайте задания и запишите правильные ответы.
Блок 1 – Выберите один правильный ответ из предложенных
Блок 2 – Выберите несколько правильных ответов из предложенных
Блок 3 – Установите соответствие
Блок 4 – Установите последовательность действий
Блок 5 – Задания на классификацию
Блок 6 – Допишите определения
Время выполнения – 40 минут.

Вариант 1

Блок 1. Выберите один правильный ответ

1. Предпринимательская деятельность – это …

А) Самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от владения имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг.

Б) Такое действие, которое демонстрирует желание заработать

В) Человек, который взял на себя ответственность за свои решения

2. К видам предпринимательской деятельности можно отнести…

А) Составление задания, разработка правил, определение системы администрирования, продвижение

Б) Производственную, коммерческую и финансовую

В) Проведение работ по оптимизации существующего бизнеса

Г) Составление договоров на работы, управление компанией

3. Субъект предпринимательской деятельности – это …

А) Товар, продукт, работа, услуга, т. е. то, что может удовлетворить чью-либо потребность и что предлагается на рынке для приобретения, использования и потребления другим лицам и не используется для собственного потребления.

Б) Рынок, на котором работает предприниматель.

В) Лицо, осуществляющее предпринимательскую деятельность на законном основании, обладающее соответствующим правовым статусом.

Г) Лицо, совершающее покупку или обмен на равноценный продукт с предпринимателем.

4. Объект предпринимательской деятельности – это..

А) Товар, продукт, работа, услуга, т. е. то, что может удовлетворить чью-либо потребность и что предлагается на рынке для приобретения, использования и потребления другим лицам и не используется для собственного потребления.

Б) Лицо, осуществляющее предпринимательскую деятельность на законном основании, обладающее соответствующим правовым статусом.

В) То, на что направлено основное внимание в работе предпринимателя на рынке.

5. Индивидуальный предприниматель в России - это…

А) Физическое лицо, зарегистрированное в установленном законом порядке и осуществляющее предпринимательскую деятельность без образования юридического лица.

Б) Физическое лицо, осуществляющее продажу товара

В) Юридическое лицо, зарегистрированное в установленном законом порядке и осуществляющее предпринимательскую деятельность

Г) Юридическое лицо, участник рынка.

6. Характерными особенностями организационно-правовой формы ООО – являются …

А) Юридическое лицо, его работу регулируют учредительные документы. Есть расчётный счёт, печать и уставный капитал.

Б) Применяется налоговый режим, при котором нельзя нанимать работников по трудовым договорам и действуют строгие ограничения в выручке.

В) Физическое, а не юридическое лицо. Нанимают работников, выступают в роли заказчиков и подрядчиков, но ограничены по видам деятельности.

7. В структуре бизнес-плана компании обязательно должны содержаться:

А) Резюме проекта. План проекта. Информация обо всех участниках проекта. Описание продукта. Анализ рынка. Организационный план. План продаж и стратегия маркетинга.

Б) Резюме проекта. Описание проекта. Информация об основных участниках проекта. Состав продукта. Анализ рынка. Организационный план. План продаж и стратегия маркетинга. План производства (эксплуатации).

В) Резюме проекта. Описание проекта. Информация об Основных участниках проекта. Описание продукта. Анализ рынка. Организационный план. План продаж и стратегия маркетинга. План производства (эксплуатации).

Блок 2. Выберите несколько правильных ответов

8. К рискам в предпринимательской деятельности можно отнести …

А) Производственный Б) Кредитный
В) Личный Г) Коммерческий
Д) Человеческий Е) Финансовый

9. Стратегия развития бизнеса должна учитывать…

А) Конкурентные преимущества каждого вида продукции
Б) Общее позиционирование компании
В) Типы и сегменты целевой аудитории
Г) Описание рынков сбыта
Д) Набор каналов продвижения
Е) Решения для увеличения конверсии
Ж) Зарплату учредителя

10. Какие показатели относятся к SWOT анализу ...

А) Сильные стороны компании Б) Слабые стороны компании
В) Внутренний уклад компании Г) Возможности
Д) Угрозы Е) Ценности компании

11. В каких формах может осуществляться инвестиционная деятельность?

А) реальных инвестиций;
Б) экономических инвестиций;
В) социальных инвестиций;
Г) портфельных инвестиций;
Д) в ресурсно-денежной форме.

12. Определите, какие группы налоговых платежей существуют в РФ:

местные;
производственные;
непроизводственные;
региональные;
профильные;
федеральные.

Блок 3. Установите соответствие

13. Установите соответствие между термином и его определением

Термин	Определение
1. Налог	А) продукт труда, произведенный для продажи и удовлетворения спроса на рынке;
2. Товар	Б) самостоятельный объект рыночных отношений действующий на свой страх и риск в целях получения прибыли;
3. Услуга	В) экономическая величина, получаемая в результате превышения доходов над расходами;
4. Прибыль	Г) установленный государством обязательный сбор, уплачиваемый учреждениями и населением;
5. Предприниматель	Д) результат непроизводственной деятельности, направленной на удовлетворение потребностей

14. Установите соответствие между термином и его определением

Термин	Определение
1. Аренда	А) собственность предприятия, представляющая стоимость выпущенных им акций или стоимость основных и оборотных средств;
2. Договор	Б) имущественный наем, договор, по которому одна сторона предоставляет другой стороне имущество во временное пользование, за определенную плату;
3. Устав	В) свод правил, прав и обязанностей, регулируемых деятельность организации, взаимоотношения с другими организациями и частными лицами;
4. Капитал	Г) права владельца имущества, принадлежащие одному или нескольким лицам, организации или

	государству;
5. Собственность	Д) соглашение между двумя или большим количеством лиц или организаций, направленное на установление, изменение или прекращение прав и обязанностей.

Блок 4. Установите последовательность

15. Запишите хронологический порядок формирования предпринимательства в России, начиная с первого:

А) Образование сообщества предпринимателей, состоящего из ремесленников, купцов, ростовщиков и др.

Б) Появление предпринимательства в сфере ремесла и торговли.

В) Установление государственной монополии и централизация экономики.

Г) Становление предпринимательства в форме смешанных и частных концессий, акционерных обществ.

Д) Перемещение предпринимательской деятельности из легального в нелегальное положение.

Е) Формирование экономического мышления на базе социалистической предприимчивости.

Ж) Переход к рыночной экономике, который изменил отношение к частной собственности, конкуренции, предпринимательству.

16. Описать поэтапно процесс ценообразования на конкретный товар

А) Выбор метода ценообразования

Б) Анализ издержек, цен и предложений конкурентов

В) Постановка задачи ценообразования

Г) Определение спроса

Д) Оценка издержек

Е) Установление окончательной цены

Блок 5. Задания на классификацию

17. Распределите установки правого столбика на 2 группы

1. Обязанности предпринимателя 2. Права предпринимателя	А) Платить налоги и другие обязательные платежи. Б) Создавать любые виды предприятий. В) Выбирать поставщиков и потребителей. Г) Вносить платежи по социальному страхованию работников. Д) Оплачивать труд лиц, работающих по найму. Е) Устанавливать цены и тарифы на свою продукцию (работу, услугу). Ж) Свободно распоряжаться доходом после внесения налогов и других обязательных платежей.

18. Установите факторы риска по классификации:

1. Факторы риска внешнего характера 2. Факторы риска внутреннего характера	А) Б) В) Г) Д) Е) Ж)	Производственный потенциал Политические. Демографические Техническое оснащение Техника безопасности Социальные факторы Географические факторы

Блок 6. Допишите определения

19. Финансовая несостоятельность, сопровождающаяся прекращением хозяйственной деятельности и выплат по долговым обязательствам, а также последующее объявление судом несостоятельности называется_____

20. _____ - соглашение между двумя или несколькими сторонами на поставку товаров, выполнение работ или услуг в соответствии с принятыми условиями.

Автономная некоммерческая организация среднего профессионального образования
«Цифровой колледж «Синергия»

УТВЕРЖДЕНО
директором колледжа в составе образовательной
программы по специальности *42.02.01 Реклама*

Тест по дисциплине
ОП.08 Основы предпринимательской деятельности

Инструкция
Внимательно прочитайте задания и запишите правильные ответы.
Блок 1 – Выберите один правильный ответ из предложенных
Блок 2 – Выберите несколько правильных ответов из предложенных
Блок 3 – Установите соответствие
Блок 4 – Установите последовательность действий
Блок 5 – Задания на классификацию
Блок 6 – Допишите определения
Время выполнения – 40 минут.

Вариант 2

Блок 1. Выберите один правильный ответ

1. Индивидуальный предприниматель в России - это…

А) Физическое лицо, зарегистрированное в установленном законом порядке и осуществляющее предпринимательскую деятельность без образования юридического лица.

Б) Физическое лицо, осуществляющее продажу товара

В) Юридическое лицо, зарегистрированное в установленном законом порядке и осуществляющее предпринимательскую деятельность

Г) Юридическое лицо, участник рынка.

2. Субъект предпринимательской деятельности – это …

А) Товар, продукт, работа, услуга, т. е. то, что может удовлетворить чью-либо потребность и что предлагается на рынке для приобретения, использования и потребления другим лицам и не используется для собственного потребления.

Б) Рынок, на котором работает предприниматель.

В) Лицо, осуществляющее предпринимательскую деятельность на законном основании, обладающее соответствующим правовым статусом.

Г) Лицо, совершающее покупку или обмен на равноценный продукт с предпринимателем.

3. К видам предпринимательской деятельности можно отнести…

А) Составление задания, разработка правил, определение системы администрирования, продвижение

Б) Производственную, коммерческую и финансовую

В) Проведение работ по оптимизации существующего бизнеса

Г) Составление договоров на работы, управление компанией

4. Объект предпринимательской деятельности – это..

А) товар, продукт, работа, услуга, т. е. то, что может удовлетворить чью-либо потребность и что предлагается на рынке для приобретения, использования и потребления другим лицам и не используется для собственного потребления.

Б) лицо, осуществляющее предпринимательскую деятельность на законном основании, обладающее соответствующим правовым статусом.

В) то, на что направлено основное внимание в работе предпринимателя на рынке.

5. Предпринимательская деятельность – это …

А) Самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от владения имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг.

Б) Такое действие, которое демонстрирует желание заработать

В) Человек, который взял на себя ответственность за свои решения

6. В структуре бизнес-плана компании обязательно должны содержаться:

А) Резюме проекта. План проекта. Информация обо всех участниках проекта. Описание продукта. Анализ рынка. Организационный план. План продаж и стратегия маркетинга.

Б) Резюме проекта. Описание проекта. Информация об основных участниках проекта. Состав продукта. Анализ рынка. Организационный план. План продаж и стратегия маркетинга. План производства (эксплуатации).

В) Резюме проекта. Описание проекта. Информация об Основных участниках проекта. Описание продукта. Анализ рынка. Организационный план. План продаж и стратегия маркетинга. План производства (эксплуатации).

7. Характерными особенностями организационно-правовой формы ООО – являются …

А) Юридическое лицо, его работу регулируют учредительные документы. Есть расчётный счёт, печать и уставный капитал.

Б) Применяется налоговый режим, при котором нельзя нанимать работников по трудовым договорам и действуют строгие ограничения в выручке.

В) Физическое, а не юридическое лицо. Нанимают работников, выступают в роли заказчиков и подрядчиков, но ограничены по видам деятельности.

Блок 2. Выберите несколько правильных ответов

8. Определите, какие группы налоговых платежей существуют в РФ:

А) местные;
Б) производственные;
В) непроизводственные;
Г) региональные;
Д) профильные;
Е) федеральные.

9. Какие показатели относятся к SWOT-анализу ...

А) Сильные стороны компании
Б) Слабые стороны компании
В) Внутренний уклад компании
Г) Возможности
Д) Угрозы
Е) Ценности компании

10. Стратегия развития бизнеса должна учитывать…

А) Конкурентные преимущества каждого вида продукции
Б) Общее позиционирование компании
В) Типы и сегменты целевой аудитории
Г) Описание рынков сбыта
Д) Набор каналов продвижения
Е) Решения для увеличения конверсии
Ж) Зарплату учредителя

11. В каких формах может осуществляться инвестиционная деятельность?

А) реальных инвестиций;
Б) экономических инвестиций;
В) социальных инвестиций;
Г) портфельных инвестиций;
Д) в ресурсно-денежной форме.

12. К рискам в предпринимательской деятельности можно отнести …

А) Производственный
Б) Кредитный
В) Личный
Г) Коммерческий
Д) Человеческий
Е) Финансовый

Блок 3. Установите соответствие

13. Установите соответствие между термином и его определением

Термин	Определение
1. Аренда	А) собственность предприятия, представляющая стоимость выпущенных им акций или стоимость основных и оборотных средств;
2. Договор	Б) имущественный наем, договор, по которому одна сторона предоставляет другой стороне имущество во временное пользование, за определенную плату;
3. Устав	В) свод правил, прав и обязанностей, регулируемых деятельность организации, взаимоотношения с другими организациями и частными лицами;
4. Капитал	Г) права владельца имущества, принадлежащие одному или нескольким лицам, организации или государству;
5. Собственность	Д) соглашение между двумя или большим количеством лиц или организаций, направленное на установление, изменение или прекращение прав и обязанностей.

14. Установите соответствие между термином и его определением

Термин	Определение
1. Налог	А) продукт труда, произведенный для продажи и удовлетворения спроса на рынке;
2. Товар	Б) самостоятельный объект рыночных отношений действующий на свой страх и риск в целях получения прибыли;
3. Услуга	В) экономическая величина, получаемая в результате превышения доходов над расходами;
4. Прибыль	Г) установленный государством обязательный сбор, уплачиваемый учреждениями и населением;

5. Предприниматель	Д) результат непроизводственной деятельности, направленной на удовлетворение потребностей

Блок 4. Установите последовательность

15. Определите этапы процесса ценообразования на конкретный товар

А) Выбор метода ценообразования
Б) Анализ издержек, цен и предложений конкурентов
В) Постановка задачи ценообразования
Г) Определение спроса
Д) Оценка издержек
Е) Установление окончательной цены

16. Запишите хронологический порядок формирования предпринимательства в России, начиная с первого:

А) Образование сообщества предпринимателей, состоящего из ремесленников, купцов, ростовщиков и др.

Б) Появление предпринимательства в сфере ремесла и торговли.

В) Установление государственной монополии и централизация экономики.

Г) Становление предпринимательства в форме смешанных и частных концессий, акционерных обществ.

Д) Перемещение предпринимательской деятельности из легального в нелегальное положение.

Е) Формирование экономического мышления на базе социалистической предприимчивости.

Ж) Переход к рыночной экономике, который изменил отношение к частной собственности, конкуренции, предпринимательству.

Блок 5. Задания на классификацию

17. Установите факторы риска по классификации:

1. Факторы риска внешнего характера	А)	Производственный потенциал
2. Факторы риска внутреннего характера	Б)	Политические.
	В)	Демографические
	Г)	Техническое оснащение
	Д)	Техника безопасности
	Е)	Социальные факторы
	Ж)	Географические факторы

18. Распределите установки правого столбика на 2 группы

1. Обязанности предпринимателя 2. Права предпринимателя	А) Платить налоги и другие обязательные платежи. Б) Создавать любые виды предприятий. В) Выбирать поставщиков и потребителей. Г) Вносить платежи по социальному страхованию работников. Д) Оплачивать труд лиц, работающих по найму. Е) Устанавливать цены и тарифы на свою продукцию (работу, услугу). Ж) Свободно распоряжаться доходом после внесения налогов и других обязательных платежей.

Блок 6. Допишите определения

19. _____ - соглашение между двумя или несколькими сторонами на поставку товаров, выполнение работ или услуг в соответствии с принятыми условиями.

20. Финансовая несостоятельность, сопровождающаяся прекращением хозяйственной деятельности и выплат по долговым обязательствам, а также последующее объявление судом несостоятельности называется_____

1.2. Сформированность компетенций обучающихся

В результате освоения дисциплины ОП.08. Основы предпринимательской деятельности обучающийся должен показать также сформированность общих компетенций (ОК):

Результат (общие компетенции)	*Основные показатели*
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам	- самостоятельно организует свою деятельность по выданным заданиям - умеет оценить свои возможности для выполнения поставленных целей, задач, заданий по дисциплине
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	- осуществляет поиск информации в сети Интернет и различных электронных носителях - извлекает информацию с электронных носителей - использует средства ИТ для обработки и хранения информации - представляет информацию в различных формах с использованием разнообразного программного обеспечения - создает презентации в различных формах
ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и *финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях*[2]	- берет на себя ответственность за принятое решение/совершенный поступок - ответственно выполняет разовые/постоянные поручения в группе - может спрогнозировать результат - умеет оценить свои действия, поступки и проанализировать их
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	- устанавливает позитивный стиль общения - выбирает стиль общения в соответствии с ситуацией - признает чужое мнение - при необходимости отстаивает собственное мнение - принимает критику - ведет деловую беседу в соответствии с этическими нормами - соблюдает официальный стиль при оформлении документов - выполняет письменные и устные рекомендации преподавателя - способен к эмпатии - организует коллективное обсуждение рабочей ситуации

[2] *Выделенное курсивом не формируется в рамках данной дисциплины*

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	- умеет передавать информацию другому человеку - способен правильно формулировать свои мысли в устной и письменной формах - способен письменно оформлять свои мысли
ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, *применять стандарты антикоррупционного поведения*[3].	- ведет деловую беседу в соответствии с этическими нормами - признает чужое мнение - способен к эмпатии - не обманывает - старается выполнять задания сам, не прибегая к помощи других
ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, *применять знания об изменении климата*, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;	- поддерживает чистоту в кабинете/лаборатории и на своем рабочем месте - адекватно реагирует на внезапное изменение ситуации (звонок, сирена, сигнал тревоги) - владеет информацией по рациональной организации технологического процесса - знает правила безопасного ведения работ
ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и *иностранно*м языках	- осуществлять эффективный поиск необходимой информации в российских и зарубежных источниках: нормативно-правовой документации, стандартов, научных публикации, технической документации;

Критерии оценивания

2 балла - компетенция проявляется постоянно в полной мере (сформирована полностью);
1 балл - компетенция проявляется иногда или неполностью (частично сформирована);
0 баллов - компетенция не проявляется (не сформирована).

Оценка ***профессиональных компетенций (ПК)*** происходит через освоенные знания и умения.

[3] *Выделенное курсивом не формируется в рамках данной дисциплины*

Результат (профессиональные компетенции)	*Основные показатели*
ПК 1.1. Определять целевую аудиторию и целевые группы. ПК 1.2. Проводить анализ объема рынка. ПК 1.3. Проводить анализ конкурентов. ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий. ПК 2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий. ПК 2.2. Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах. ПК 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет. ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет. ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях. ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании. ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании. ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/ организации в сети Интернет.	**уметь:** $У_1$ - применять нормативные документы для открытия и ведения предпринимательской деятельности субъектов малого и среднего бизнеса; $У_2$ - разрабатывать бизнес-план предприятия; $У_3$ - определять стратегию открываемого бизнеса; $У_4$ - оценивать конъюнктуру рынка; $У_5$ - определять эффективность бизнеса. **знать:** $З_1$ - базовые определения, функции и задачи предпринимательства; $З_2$ - сущность предпринимательской среды; $З_3$ - историю развития предпринимательства в России; $З_4$ - роль государства в развитии предпринимательской деятельности; $З_5$ - различные способы создания предпринимательской организации; $З_6$ - этапы организации собственного предприятия; $З_7$ - механизм осуществления предпринимательской деятельности; $З_8$ - этические нормы предпринимательской деятельности.

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.09. Основы права и управления в рекламной деятельности

для специальности 42.02.01 Реклама

Якутск, 2024 г.

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г.)

УТВЕРЖДАЮ
Директор АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»
_____ С.Н.Семенов
«15» 04 2024 г.

Рабочая программа дисциплины ОП.09. Основы права и управления в рекламной деятельности разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (далее – ФГОС СПО) по специальности *42.02.01 Реклама,* утвержденного приказом Министерства просвещения РФ от 21.07.2023 г. № 552 (зарегистрирован в Минюсте РФ 22.08.2023 № 74908)

Организация-разработчик: АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»

Составитель:
Шарипов Д.Ф., преподаватель

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Паспорт рабочей программы дисциплины 4

2. Структура и содержание дисциплины 7

3. Условия реализации рабочей программы дисциплины 18

4. Контроль и оценка результатов освоения дисциплины 23

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.09. ОСНОВЫ ПРАВА И УПРАВЛЕНИЯ В РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

1.1. Область применения программы

Рабочая программа дисциплины ОП.09. Основы права и управления в рекламной деятельности является частью основной профессиональной образовательной программы СПО – программы подготовки специалистов среднего звена по специальности *42.02.01 Реклама***,** входящей в состав укрупненной группы специальностей *42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело*.

1.2 Место дисциплины в структуре образовательной программы:

Дисциплина ОП.09. Основы права и управления в рекламной деятельности является дисциплиной общепрофессионального цикла из часов вариативной части.

1.3. Требования к результатам освоения дисциплины:

В результате освоения дисциплины обучающийся **должен**

уметь:

$У_1$ - применять требования законодательных и других нормативных актов при организации и выполнении работ;

$У_2$ - защищать свои права в соответствии с трудовым законодательством Российской Федерации;

$У_3$ - использовать современные технологии менеджмента;

$У_4$ - организовывать работу подчиненных;

$У_5$ - мотивировать исполнителей на повышение качества труда;

$У_6$ - обеспечивать условия для профессионально-личностного совершенствования исполнителей.

знать:

$З_1$ - нормативные правовые акты, регулирующие правоотношения в процессе профессиональной деятельности;

$З_2$ - права и обязанности работников в сфере профессиональной деятельности;

$З_3$ - основы экономической теории и экономических отношений;

$З_4$ –функции, виды и психологию менеджмента;

$З_5$ – основы организации работы коллектива исполнителей;

$З_6$ – принципы делового общения в коллективе;

$З_7$ – поведение в конфликтных ситуациях.

С целью овладения **общими компетенциями** (ОК):

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

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

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

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;

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

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и *иностранном* языках.

и профессиональными компетенциями (ПК):

ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

ПК 2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

ПК 2.2. Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.

ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.

ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.

1.4. Количество часов на освоение рабочей программы дисциплины:

Объем дисциплины – 120 часов, в том числе

в форме практической подготовки – 53 часа

включает:

объем работы обучающегося во взаимодействии с преподавателем – 104 часа, в том числе

практические занятия – 53 часа;

самостоятельная работа обучающегося – 16 часов

Обязательная часть рабочей программы составляет – 00 часов, вариативная часть –120 часов.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Объем дисциплины (всего)	**120**
в том числе:	
в форме практической подготовки	53
Объем работы обучающегося во взаимодействии с преподавателем	**104**
в том числе:	
практические занятия	53
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	**16**
в том числе: работа с нормативными документами заполнение таблицы, выполнение заданий решение задач, анализ производственных ситуаций	 4 10 2

2.2. Формы промежуточной аттестации

2 семестр – другие формы контроля

3 семестр - дифференцированный зачет

2.2. Тематический план и содержание дисциплины ОП.09. Основы права и управления в рекламной деятельности

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работ (проект) *(если предусмотрены)*		Объем часов	В т.ч. практической подготовки	Формируемые компетенции
Раздел 1. Основы права			**66**	**32**	
Тема 1.1. Правовое регулирование рекламной информации	*Содержание учебного материала*		*10*		
	1	Правовое понятие и признаки рекламной информации. Правовая классификация рекламной информации: на аудиторию, по территории распространения, по целевому назначению. Общие и специальные требования к рекламе, закрепленные в рекламном законодательстве. Правовое государство и гражданское общество. Основные проблемы его становления	2		ОК 01, ОК 03-ОК 06, ОК 09, ПК 1.4, ПК 2.1, ПК 2.2, ПК3.2, ПК 4.1, ПК 4.2
	Практические занятия:		**6**	6	ОК 01-ОК 06, ОК 09, ПК 1.4, ПК 2.1, ПК 2.2, ПК3.2, ПК 4.1, ПК 4.2
	2	**Практическое занятие № 1.** Правовая характеристика рекламной информации			
	3	**Практическое занятие № 2.** Нормативные документы, регламентирующие государственное управление в сфере массовой информации			
	4	**Практическое занятие № 3.** Характеристика основных проблем становления правового государства и гражданского общества			
	Самостоятельная работа обучающихся:		**2**		ОК 01-ОК 06, ОК 09, ПК 1.4, ПК 2.1, ПК 2.2, ПК3.2, ПК 4.1, ПК 4.2
	Составление перечня товаров, работ, услуг, которые нельзя рекламировать на территории Российской Федерации Описание правовых требований, предъявляемых к наружной рекламе				
Тема 1.2. Организационно-правовые формы осуществления хозяйственной деятельности, регулирование трудовых отношений в рекламной деятельности	*Содержание учебного материала*		*6*		
	1	Индивидуальная предпринимательская деятельность граждан. Коммерческие общества и товарищества как участники хозяйственной деятельности. Гражданско-правовой статус коммерческих обществ и товариществ Понятие трудового договора.	2		ОК 01, ОК 03-ОК 06, ОК 09, ПК 1.4, ПК 2.1, ПК 2.2, ПК3.2, ПК 4.1, ПК 4.2
	2	Стороны трудового договора. Содержание трудового договора. Документы, представляемые при заключении трудового договора. Порядок заключения трудового договора	2		
	Практические занятия:		**2**	2	ОК 01-ОК 06, ОК 09, ПК 1.4, ПК 2.1, ПК 2.2,
	3	**Практическое занятие № 4.** Трудовой договор			

					ПК3.2, ПК 4.1, ПК 4.2
Тема 1.3. Субъекты рекламной деятельности	*Содержание учебного материала*		*9*		
	1	Правовой статус субъектов рекламной деятельности. Рекламодатели, рекламопроизводители, рекламораспространители. Потребители рекламы, спонсоры Антимонопольные органы. Права и обязанности субъектов рекламной деятельности. Государственный контроль в сфере рекламы	2	2	ОК 01, ОК 03-ОК 06, ОК 09, ПК 1.4, ПК 2.1, ПК 2.2, ПК3.2, ПК 4.1, ПК 4.2
	Практические занятия		**4**	4	ОК 01-ОК 06, ОК 09, ПК 1.4, ПК 2.1, ПК 2.2, ПК3.2, ПК 4.1, ПК 4.2
	2	**Практическое занятие № 5.** Особенности правовых статусов субъектов рекламной деятельности			
	3	**Практическое занятие № 6.** Федеральная антимонопольная служба России			
	Самостоятельная работа обучающихся:		**1**		ОК 01-ОК 06, ОК 09, ПК 1.4, ПК 2.1, ПК 2.2, ПК3.2, ПК 4.1, ПК 4.2
	Составление опорного конспекта на тему: «Этические вопросы рекламы»				
Тема 1.4. Организация договорной работы в рекламной деятельности	*Содержание учебного материала*		*6*		
	1	Договоры в сфере рекламы. Содержание договора, договорные условия, правила их соблюдения, порядок заключения договора. Порядок и значение хозяйственного договора. Форма хозяйственного договора. Договор купли-продажи. Договор поставки. Транспортные договоры. Договоры оказания возмездных услуг. Договоры о совместной деятельности. Организация договорной работы в организации.	2		ОК 01, ОК 03-ОК 06, ОК 09, ПК 1.4, ПК 2.1, ПК 2.2, ПК3.2, ПК 4.1, ПК 4.2
	Практические занятия:		**4**	4	ОК 01-ОК 06, ОК 09, ПК 1.4, ПК 2.1, ПК 2.2, ПК3.2, ПК 4.1, ПК 4.2
	2	**Практическое занятие № 7. Д**оговор оказания возмездных услуг			
	3	**Практическое занятие № 8.** Договор купли-продажи			
	Самостоятельная работа обучающихся:		**1**		ОК 01-ОК 06, ОК 09, ПК 1.4, ПК 2.1, ПК 2.2, ПК3.2, ПК 4.1, ПК 4.2
	Подготовка необходимых документов для оформления договора на передачу имущества во временное пользование				
Тема 1.5. Понятие	*Содержание учебного материала*		*9*		
	1	Принципы рекламного права. Рекламное законодательство в России.	2		ОК 01, ОК 03-

рекламного права и рекламного законодательства		Государственное регулирование рекламной деятельности. Федеральный закон «О рекламе». Требование к рекламированию товаров и услуг, установленных законом. Правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг. Законодательные акты, имеющие отношения к рекламной деятельности			ОК 06, ОК 09, ПК 1.4, ПК 2.1, ПК 2.2, ПК3.2, ПК 4.1, ПК 4.2
	Практические занятия:		**4**	4	ОК 01-ОК 06, ОК 09, ПК 1.4, ПК 2.1, ПК 2.2, ПК3.2, ПК 4.1, ПК 4.2
	2	**Практическое занятие № 9.** Работа с законом «О рекламе», ст.3,4,5 и Гражданским кодексом			
	3	**Практическое занятие № 10.** Работа с международным кодексом рекламной политики			
	Самостоятельная работа обучающихся:		**1**		ОК 01-ОК 06, ОК 09, ПК 1.4, ПК 2.1, ПК 2.2, ПК3.2, ПК 4.1, ПК 4.2
	Составление перечны законодательных актов, имеющих отношение к рекламной деятельности				
Тема 1.6. Правила рекламирования отдельных видов товаров и услуг, предусмотренных в рекламном законодательстве	*Содержание учебного материала*		*9*		ОК 01, ОК 03-ОК 06, ОК 09, ПК 1.4, ПК 2.1, ПК 2.2, ПК3.2, ПК 4.1, ПК 4.2
	1	Реклама алкогольной продукции. Реклама пива. Реклама табачных изделий и курительных принадлежностей. Реклама лекарственных средств. Реклама биологически активных добавок, пищевых добавок, продуктов детского питания Реклама продукции военного назначения и оружия. Реклама товаров при дистанционном способе продажи. Реклама о проведении стимулирующих мероприятий. Особенности рекламы, основанной на риске игр, пари. Реклама финансовых услуг Реклама ценных бумаг. Реклама услуг по заключению договоров ренты, в том числе договора пожизненного содержания с иждивением. Рекламные конструкции	2		
	Практические занятия:		**4**	4	ОК 01-ОК 06, ОК 09, ПК 1.4, ПК 2.1, ПК 2.2, ПК3.2, ПК 4.1, ПК 4.2
	2	**Практическое занятие № 11.** Правовые требования для рекламы отдельных видов товаров и услуг			
	3	**Практическое занятие № 12.** Разработка стимулирующего мероприятия, учитывая требования закона «О рекламе»			
	Самостоятельная работа обучающихся:		**1**		ОК 01-ОК 06, ОК 09, ПК 1.4, ПК 2.1, ПК 2.2, ПК3.2, ПК 4.1, ПК 4.2
	Составление сравнительной таблицы: «Требования к размещению отдельных видов рекламы»				
Тема 1.7. Система	*Содержание учебного материала*		*6*		ОК 01, ОК 03-ОК 06, ОК 09,
	1	Конституционное право граждан на информацию. Свобода слова и право на	2		

российского информационного права		информацию. Федеральный закон «Об информации, информатизации и защите информации». Закон РФ «О средствах массовой информации». Система государственного управления в сфере массовой информации. Федеральная государственная политика в отношении СМИ. Взаимоотношения законодательных исполнительных, судебных органов власти и средств массовой информации Понятие авторского права. Классификация авторских прав. Использование произведения. Защита авторских и смежных прав. Права на распространение авторского произведения. Ответственность изготовителя и распространителя. Коммерческое распространение массовой информации			ПК 1.4, ПК 2.1, ПК 2.2, ПК3.2, ПК 4.1, ПК 4.2
	Практические занятия:		**2**	2	ОК 01-ОК 06, ОК 09, ПК 1.4, ПК 2.1, ПК 2.2, ПК3.2, ПК 4.1, ПК 4.2
	2	**Практическое занятие № 13.** Кейс «Авторское право»			
	Самостоятельная работа обучающихся:		**1**		ОК 01-ОК 06, ОК 09, ПК 1.4, ПК 2.1, ПК 2.2, ПК3.2, ПК 4.1, ПК 4.2
	Составление опорного конспекта на тему: «Проблемы доступа к информации в законодательстве и практике СМИ»				
Тема 1.8. Правовые средства индивидуализации и товарных знаков в рекламе	*Содержание учебного материала*		*9*		
	1	Товарный знак в рекламе и его роль в позиционировании товаров. Возникновение и осуществление исключительных прав на товарный знак. Процедура регистрации товарных знаков. Управление товарным знаком. Договоры на передачу товарных знаков. Брэндинг (бренд-менеджмент) товарных знаков. Способы защиты средств индивидуализации в РФ.	2		ОК 01, ОК 03-ОК 06, ОК 09, ПК 1.4, ПК 2.1, ПК 2.2, ПК3.2, ПК 4.1, ПК 4.2
	Практические занятия:		**2**	2	ОК 01-ОК 06, ОК 09, ПК 1.4, ПК 2.1, ПК 2.2, ПК3.2, ПК 4.1, ПК 4.2
	2	**Практическое занятие № 14.** Брендинг личности. Брендинг территории			
	Самостоятельная работа обучающихся:		**1**		ОК 01-ОК 06, ОК 09, ПК 1.4, ПК 2.1, ПК 2.2, ПК3.2, ПК 4.1, ПК 4.2
	Составление схемы: «Виды товарных знаков в рекламе»				
Тема 1.9. Правовое	*Содержание учебного материала*		*6*		ОК 01, ОК 03-ОК 06, ОК 09,
	1	Реклама в телепрограммах и телепередачах. Реклама в радиопрограммах и	2		

регулирование различных способов распространения рекламы		радиопередачах. Реклама в периодических печатных изданиях, при кино- и видеообслуживании. Наружная реклама и установка рекламных конструкций. Реклама на транспортных средствах и с их использованием. Реклама в метро			ПК 1.4, ПК 2.1, ПК 2.2, ПК3.2, ПК 4.1, ПК 4.2
	Практические занятия:		**2**	2	ОК 01-ОК 06, ОК 09, ПК 1.4, ПК 2.1, ПК 2.2, ПК3.2, ПК 4.1, ПК 4.2
	2	**Практическое занятие № 15.** Формы распространения рекламы на транспорте и в транспорте			
	Самостоятельная работа обучающихся:		**1**		ОК 01-ОК 06, ОК 09, ПК 1.4, ПК 2.1, ПК 2.2, ПК3.2, ПК 4.1, ПК 4.2
	Анализ наружной рекламы города на соответствие законодательства				
Тема 1.10. Правовые процедуры рассмотрения и разрешения споров в рекламе	*Содержание учебного материала*		*3*		
	1	Правовой статус рекламодателей, рекламопроизводителей и рекламораспространителей. Ответственность участников рекламного процесса за ненадлежащую рекламу. Порядок рассмотрения и разрешения споров в сфере рекламы. Рассмотрение и разрешение споров в сфере рекламы судами общей юрисдикции. Рассмотрение споров в сфере рекламы арбитражными судами	2		ОК 01, ОК 03-ОК 06, ОК 09, ПК 1.4, ПК 2.1, ПК 2.2, ПК3.2, ПК 4.1, ПК 4.2
	Практические занятия:		**2**	2	ОК 01-ОК 06, ОК 09, ПК 1.4, ПК 2.1, ПК 2.2, ПК3.2, ПК 4.1, ПК 4.2
	2	**Практическое занятие № 16.** Анализ примеров нарушений общих требований к рекламе			
	Самостоятельная работа обучающихся:		**1**		ОК 01-ОК 06, ОК 09, ПК 1.4, ПК 2.1, ПК 2.2, ПК3.2, ПК 4.1, ПК 4.2
	Составление опросного конспекта на тему: «Правовое регулирование отдельных видов рекламы: политической, социальной»				
		Другие формы контроля	**2**		
		ВСЕГО по ОП.09 (2 семестр):	**66**	**32**	

Раздел 2. Управление			**54**		
Тема 2.1. Понятие менеджмента	*Содержание учебного материала*		*2*		
	1	Менеджмент, как вид управленческой деятельности. Предмет и объект менеджмента. Менеджмент – аппарат управления и категория людей. Эволюция управленческой мысли. Новые цели и задачи управления организацией в условиях рыночной экономики. Роль менеджмента в современных условиях. Функции менеджмента. Цикл менеджмента (планирование, организация, мотивация и контроль) - основы управленческой деятельности. Характеристика функций цикла. Взаимосвязь и взаимообусловленность функций управленческого цикла	2		ОК 01, ОК 03-ОК 06, ОК 09, ПК 1.4, ПК 2.1, ПК 2.2, ПК3.2, ПК 4.1, ПК 4.2
Тема 2.2. Внешняя и внутренняя среда организации	*Содержание учебного материала*		*2*		
	1	Организация как объект менеджмента. Внешняя среда организации. Факторы среды прямого воздействия: поставщики ресурсов, потребители, конкуренты, профсоюзы, законы и государственные органы. Факторы среды косвенного воздействия: состояние экономики, политические факторы, социально-культурные факторы, международные события, научно-технический прогресс. Внутренняя среда организации: структура, кадры, внутриорганизационные процессы, технологии, организационная культура Понятие организационной структуры управления, её элементы, принципы проектирования. Виды организационных структур, их характеристика.	2		ОК 01, ОК 03-ОК 06, ОК 09, ПК 1.4, ПК 2.1, ПК 2.2, ПК3.2, ПК 4.1, ПК 4.2
Тема 2.3. Стратегический менеджмент	*Содержание учебного материала*		*2*		ОК 01, ОК 03-ОК 06, ОК 09, ПК 1.4, ПК 2.1, ПК 2.2, ПК3.2, ПК 4.1, ПК 4.2
	1	Процесс стратегического планирования: миссия и цели, SWOT-анализ, анализ альтернатив и выбор стратегии, управление реализацией стратегии	1		
	Практические занятия		**1**	*1*	ОК 01-ОК 06, ОК 09, ПК 1.4, ПК 2.1, ПК 2.2, ПК3.2, ПК 4.1, ПК 4.2
	1	**Практическое занятие № 1.** Проведение SWOT-анализа колледжа			
Тема 2.4. Основы теории принятия управленческих решений	*Содержание учебного материала*		*4*		ОК 01, ОК 03-ОК 06, ОК 09, ПК 1.4, ПК 2.1, ПК 2.2, ПК3.2, ПК 4.1, ПК 4.2
	1	Сущность управленческих решений, их характеристика. Типы решений и требования, предъявляемые к ним. Этапы, методы и уровни принятия решений. Разработка и оценка решений	2		

	Практические занятия		**1**	*1*	ОК 01-ОК 06, ОК 09, ПК 1.4, ПК 2.1, ПК 2.2, ПК3.2, ПК 4.1, ПК 4.2
	1	**Практическое занятие № 2**. Выбор вариантов управленческих решений в конкретных ситуациях			
Тема 2.5. Методы управления в менеджменте	*Содержание учебного материала*		*4*		ОК 01, ОК 03-ОК 06, ОК 09, ПК 1.4, ПК 2.1, ПК 2.2, ПК3.2, ПК 4.1, ПК 4.2
	1	Экономические методы управления. Административные (организационно-распорядительные) методы. Социально-психологические методы управления. Информационные технологии в сфере управления производством	2		
	Практические занятия		**2**	*2*	ОК 01-ОК 06, ОК 09, ПК 1.4, ПК 2.1, ПК 2.2, ПК3.2, ПК 4.1, ПК 4.2
	2	**Практическое занятие № 3**. Коучинг			
Тема 2.6. Система мотивации труда	*Содержание учебного материала*		*4*		ОК 01, ОК 03-ОК 06, ОК 09, ПК 1.4, ПК 2.1, ПК 2.2, ПК3.2, ПК 4.1, ПК 4.2
	1	Мотивация и критерии мотивации труда. Индивидуальная и групповая мотивация. Первичные и вторичные потребности. Потребности и мотивационное поведение	2		
	Практические занятия		**2**	*2*	ОК 01-ОК 06, ОК 09, ПК 1.4, ПК 2.1, ПК 2.2, ПК3.2, ПК 4.1, ПК 4.2
	2	**Практическое занятие № 4.** Деловая игра «Мотивация персонала»			
Тема 2.7. Психология менеджмента	*Содержание учебного материала*		*8*		ОК 01, ОК 03-ОК 06, ОК 09, ПК 1.4, ПК 2.1, ПК 2.2, ПК3.2, ПК 4.1, ПК 4.2
	1	Личность и ее структура. Индивидуально-типологические особенности личности: типы темперамента, акцентуация характера, организаторские способности. Психологические аспекты малых групп и коллективов, клас-сификация и стадии развития групп, формальные и неформальные группы.	2		
	Практические занятия		**4**	*4*	ОК 01-ОК 06, ОК 09, ПК 1.4, ПК 2.1, ПК 2.2, ПК3.2, ПК 4.1, ПК 4.2
	2	**Практическое занятие № 5.** Власть и лидерство. Социально-психологический климат в коллективе			
	3	**Практическое занятие № 6.** «Стили управления»			
	Самостоятельная работа		**2**		ОК 01-ОК 06, ОК 09, ПК 1.4,
	На основании мимики и жестов определить стиль управления ведущих 2-3х телепередач				

					ПК 2.1, ПК 2.2, ПК3.2, ПК 4.1, ПК 4.2
Тема 2.8. Управление конфликтами	*Содержание учебного материала*		*2*		ОК 01, ОК 03-ОК 06, ОК 09, ПК 1.4, ПК 2.1, ПК 2.2, ПК3.2, ПК 4.1, ПК 4.2
	1	Сущность и классификация конфликтов. Причины возникновения и стадии развития конфликтов.	1		
	Практические занятия		**1**	*1*	ОК 01-ОК 06, ОК 09, ПК 1.4, ПК 2.1, ПК 2.2, ПК3.2, ПК 4.1, ПК 4.2
	1	**Практическое занятие № 7.** Методы управления конфликтами. Правила поведения в конфликте. Последствия конфликтов			
Тема 2.9. Контроль	*Содержание учебного материала*		*2*		ОК 01, ОК 03-ОК 06, ОК 09, ПК 1.4, ПК 2.1, ПК 2.2, ПК3.2, ПК 4.1, ПК 4.2
	1	Сущность, виды и этапы контроля	2		
Тема 2.10. Этика делового общения	*Содержание учебного материала*		*4*		ОК 01, ОК 03-ОК 06, ОК 09, ПК 1.4, ПК 2.1, ПК 2.2, ПК3.2, ПК 4.1, ПК 4.2
	1	Значение делового общения. Формы и организация общения. Правила ведения деловой беседы, переговоров, совещаний. Условия эффективного общения. Организация проведения деловых совещаний и переговоров.	2		
	Самостоятельная работа обучающихся		**2**		ОК 01-ОК 06, ОК 09, ПК 1.4, ПК 2.1, ПК 2.2, ПК3.2, ПК 4.1, ПК 4.2
	1. Наблюдение за ведением бесед по Центральному телевидению Во время просмотра обратить внимание на: жесты, мимику, позы. 2. Составить план беседы				
Тема 2.11. Особенности менеджмента в области профессиональной деятельности	*Содержание учебного материала*		*2*		ОК 01-ОК 06, ОК 09, ПК 1.4, ПК 2.1, ПК 2.2, ПК3.2, ПК 4.1, ПК 4.2
	Практические занятия		**2**	*2*	
	1	**Практическое занятие № 8**. Самоменеджмент. Имидж менеджера. Психологическая устойчивость руководителя как основа нормальной обстановки в организации»			
Тема 2.12. Функциональное разделение труда и	*Содержание учебного материала*		*6*	*2*	ОК 01, ОК 03-ОК 06, ОК 09, ПК 1.4, ПК 2.1,
	1	Кадровое обеспечение подсистемы управления персоналом. Информационное обеспечение подсистемы управления персоналом. Техническое обеспечение	2		

организационная структура службы управления персоналом		подсистемы управления персоналом. Правовое обеспечение подсистемы управления персоналом			ПК 2.2, ПК3.2, ПК 4.1, ПК 4.2
	Практические занятия		**2**	*2*	ОК 01-ОК 06, ОК 09, ПК 1.4, ПК 2.1, ПК 2.2, ПК3.2, ПК 4.1, ПК 4.2
	2	**Практическое занятие № 9.** Деловая игра «Досье»			
	Самостоятельная работа обучающихся		**1**		ОК 01-ОК 06, ОК 09, ПК 1.4, ПК 2.1, ПК 2.2, ПК3.2, ПК 4.1, ПК 4.2
	Составить резюме				
Тема 2.13. Кадровый потенциал предприятия	*Содержание учебного материала*		*2*		ОК 01, ОК 03-ОК 06, ОК 09, ПК 1.4, ПК 2.1, ПК 2.2, ПК3.2, ПК 4.1, ПК 4.2
	1	Системный подход к управлению персоналом. Характеристика важнейших методов анализа кадрового потенциала: метод декомпозиции, последовательной подстановки, метод сравнений, метод структуризации целей, экспертно-аналитический метод и др.	2		
Тема 2.14. Поиск, отбор и наем персонала	*Содержание учебного материала*		*4*		
	Практические занятия		**2**	*2*	ОК 01-ОК 06, ОК 09, ПК 1.4, ПК 2.1, ПК 2.2, ПК3.2, ПК 4.1, ПК 4.2
	1	**Практическое занятие № 10.** Сущность найма на работу. Этапы отбора кандидатов на вакантные рабочие места. Методы и оценки отбора персонала. Правила собеседования. Особенности содержания резюме и заполнения анкеты по приему на работу.			
	Самостоятельная работа обучающихся		**1**		ОК 01-ОК 06, ОК 09, ПК 1.4, ПК 2.1, ПК 2.2, ПК3.2, ПК 4.1, ПК 4.2
	1. Используя ресурсы Интернета, подобрать материал о вакансиях по специальности в своем и соседних регионах. 2. Используя ресурсы Интернета, подобрать материал о требованиях к специалистам в Москве, Якутске и 2-3х регионах России				
Тема 2.15. Профессиональная ориентация и организационно-социальная адаптация персонала	*Содержание учебного материала*		*4*		ОК 01, ОК 03-ОК 06, ОК 09, ПК 1.4, ПК 2.1, ПК 2.2, ПК3.2, ПК 4.1, ПК 4.2
	1	Сущность и необходимость трудовой адаптации. Виды профориентации и их содержание. Виды обучения персонала. Концепции обучения.	2		
	Практические занятия		**2**	*2*	ОК 01-ОК 06, ОК 09, ПК 1.4, ПК 2.1, ПК 2.2, ПК3.2, ПК 4.1,
	2	**Практическое занятие № 11**. Деловая игра «Анализ возможностей адаптации зарубежного опыта управления персоналом в российских условиях»			

					ПК 4.2
Тема 2.16. Деловая карьера	*Содержание учебного материала*		*3*		ОК 01-ОК 06, ОК 09, ПК 1.4, ПК 2.1, ПК 2.2, ПК3.2, ПК 4.1, ПК 4.2
	Практические занятия		**2**	*2*	
	1	**Практическое занятие № 12**. Планирование деловой карьеры. Управление деловой карьерой			
Тема 2.17 Оценка эффективности управления персоналом	*Содержание учебного материала*		*2*		ОК 01, ОК 03-ОК 06, ОК 09, ПК 1.4, ПК 2.1, ПК 2.2, ПК3.2, ПК 4.1, ПК 4.2
	1	Оценка результатов деятельности персонала	2		
		Дифференцированный зачет	**2**		
		ВСЕГО по ОП.09 (3 семестр)	**54**	*21*	
		ИТОГО по ОП.09	**120**	*53*	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Материально-техническое обеспечение

Реализация рабочей программы дисциплины проходит в кабинете социально-гуманитарных дисциплин.

Оборудование кабинета:

- Рабочее место для преподавателя: персональный компьютер в сборе (Процессор: Ryzen3 3 5300G (либо аналог, 4 ядра и 4-8 потоков) Оперативная память: 8gb DDR4 3200 Mhz Накопитель: 256GB ssd.) – 1 шт.
- Короткофокусный проектор Optoma X309ST – 1 шт.
- Учебная маркерная доска белая – 1 шт.
- Стол ученический Классик двухместный регулируемый, №4-6 СУР А.02.46 проект НМ-035.04.02 – 29 шт.
- Стул ученический Стандарт, №4-6 СТУР А 02.46.Ф проект НМ-035.30.02 – 57 шт.

3.2. Учебно-методическое обеспечение

По дисциплине ОП.09. Основы права и управления в рекламной деятельности разработана учебно-методическая документация:

- рабочая программа дисциплины;
- оценочные материалы;
- методические указания по выполнению заданий на практических занятиях;
- методические указания по выполнению самостоятельной работы.

3.3. Информационное обеспечение обучения

Законодательство Российской Федерации:

1. Конституция Российской Федерации. Принятая всенародным голосованием 12 декабря 1993 г.
2. Федеральный конституционный закон от 31 декабря 1996 г. № 1-ФКЗ «О судебной системе Российской Федерации»
3. Федеральный конституционный закон от 17 декабря 1997 г. № 2-ФКЗ «О Правительстве Российской Федерации»
4. Трудовой кодекс Российской Федерации. Принят Государственной Думой 21 декабря 2001 года.
5. Гражданский кодекс Российской Федерации. Принят Государственной Думой 21 октября 1994 года
6. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях» от 30.12.2001 N 195-ФЗ

7. Закон Российской Федерации от 25 июня 1993 г. №5242-1 «О праве граждан Российской Федерации на свободу передвижения, выбор места пребывания и жительства в пределах Российской Федерации»

8. Федеральный закон «О статусе депутата Совета Федерации и статусе депутата Государственной думы Федерального Собрания Российской Федерации»

9. Федеральный закон от 31 мая 2002 г. № 62-ФЗ «О гражданстве Российской Федерации».

10. Налоговый Кодекс Российской Федерации. Часть 1.

Международные нормативные акты:

1. Всеобщая Декларация прав человека // Международная защита прав и свобод человека М., 1990.

2. Устав Международной Организации Труд.;

3. ДЕКЛАРАЦИЯ Международной организации труда «О целях и задачах международной организации труда» (Принята в г. Филадельфии 10.05.1944 на 26-ой сессии Генеральной конференции МОТ)

4. Декларация Международной организации труда «Об основополагающих принципах и правах в сфере труда» (принята в г. Женева 18.06.1998);

5. Конвенция относительно защиты заработной платы» от 1 июля 1949 г. N 95.

Учебная литература:

1. Абуладзе Д. Г. Документационное обеспечение управления персоналом : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Д. Г. Абуладзе, И. Б. Выпряжкина, В. М. Маслова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 374 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16657-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/531449 (дата обращения: 17.03.2024).

2. Жернакова М. Б. Деловое общение : учебник и практикум для среднего профессионального образования / М. Б. Жернакова, И. А. Румянцева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 319 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16605-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/531363 (дата обращения: 17.03.2024).

3. Каменнова М. С. Моделирование бизнес-процессов : учебник и практикум для среднего профессионального образования / М. С. Каменнова,

В. В. Крохин, И. В. Машков. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 533 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16845-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/531881 (дата обращения: 17.03.2024).

4. Колышкина Т. Б. Деловая культура : учебное пособие для среднего профессионального образования / Т. Б. Колышкина, И. В. Шустина. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 145 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15388-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/513617 (дата обращения: 17.03.2024).

5. Лопарев А. В. Конфликтология : учебник для среднего профессионального образования / А. В. Лопарев, Д. Ю. Знаменский. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 298 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13832-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/515208 (дата обращения: 17.03.2024).

6. Маслова, В. М. Управление персоналом : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. М. Маслова. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 451 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15946-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/510315 (дата обращения: 17.03.2024).

7. Менеджмент: методы принятия управленческих решений : учебное пособие для среднего профессионального образования / П. В. Иванов [и др.] ; под редакцией П. В. Иванова. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 350 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16417-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/531005 (дата обращения: 17.03.2024).

Учебная литература:

1. Амиантова И. С. Противодействие коррупции : учебное пособие для среднего профессионального образования / И. С. Амиантова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 149 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13540-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/519404 (дата обращения: 17.03.2024).

2. Бялт В. С. Правовые основы профессиональной деятельности : учебное пособие для среднего профессионального образования / В. С. Бялт. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 303 с. —

(Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16146-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/530531 (дата обращения: 17.03.2024).

3. Волков А. М. Правовые основы профессиональной деятельности : учебник для среднего профессионального образования / А. М. Волков, Е. А. Лютягина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 345 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16170-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/530555 (дата обращения: 17.03.2024).

Электронные образовательные ресурсы:

Сайты, блоги, электронные библиотеки

1. Автономная некоммерческая организация «Федеральный центр компетенций в сфере производительности труда» (ФЦК) [Электронный ресурс]. URL: https://производительность.рф

2. Корпоративный менеджмент. Библиотека управления. [Электронный ресурс]. URL: Корпоративный менеджмент: финансы, бизнес-планы, управление компанией (cfin.ru)1. Справочно-правовая система «Консультант». [Электронный ресурс]. URL:https://www.consultant.ru/

3. Официальный интернет-портал правовой информации. [Электронный ресурс]. URL: http://www.pravo.gov.ru/

4. Справочно-правовая система «Гарант» [сайт]. [Электронный ресурс]. URL: https://www.garant.ru/

5. Справочник от автор24 [Электронный ресурс]. URL:Социально-правовая адаптация (spravochnick.ru)

Дополнительная электронная литература/учебные пособия, материалы, статьи

1. Волков, А. М. Правовое обеспечение профессиональной деятельности в IT-сфере. Схемы, таблицы, определения, комментарии: учебник для среднего профессионального образования / А. М. Волков, Е. А. Лютягина. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 281 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-14659-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — . [Электронный ресурс]. URL: https://urait.ru/bcode/478196

2. Лекция: Предмет, методы информационного права и его место в системе российского права. [Электронный ресурс]. URL: https://intuit.ru/studies/courses/3601/843/lecture/31513

3. Информационное право. Курс лекций. Автор Алексеева М.В. [Электронный ресурс]. URL: https://de.donstu.ru/CDOCourses/structure/_new_/473376/4024/4094.pdf

4. Фомин, В. И. Менеджмент: информационный бизнес: учебное пособие для среднего профессионального образования/ В. И. Фомин.— 3-е изд., испр. и доп.— Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 243 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11623-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — [Электронный ресурс]. URL: https://urait.ru/bcode/518498

5. Юридическая консультация. Шпаргалка по информационному праву. [Электронный ресурс]. URL: https://ur-consul.ru/Bibli/SHpargalka-po-informatsionnomu-pravu.html

Видеоматериалы/ виртуальные музеи/интерактивные презентации

1. Видеолекция №1 "Общая характеристика менеджмента". [Электронный ресурс]. URL: Видеолекция №1 "Общая характеристика менеджмента" - смотреть видео онлайн от «МГУТУ им. К.Г. Разумовского (ПКУ)» (rutube.ru)

Тренажеры/ тесты/ кейсы/ материал для практикума/ бесплатные онлайн курсы

1. Help Me Test. Решение тестов онлайн и бесплатные ответы на тесты. [Электронный ресурс]. URL: https://helpmetest.ru/pravovoe_obespechenie_professionalnoy_deyatelnosti/spisok_1.html

2. ДЕКАН ТЕСТ. Каталог бесплатных тестов. ".[Электронный ресурс]. URL: Менеджмент - ДЕКАН ТЕСТ (dekane.ru)

3. Тест-менеджмент. Конструктор. Тестов Ру. [Электронный ресурс]. URL: Тест - Менеджмент (konstruktortestov.ru)

4. Online Test Pad. [Электронный ресурс]. URL: Тема 'Менеджмент' - Пройти онлайн тест | Online Test Pad

4 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе текущего контроля знаний, проверки выполнения заданий практических занятий и самостоятельной работы, а также во время промежуточной аттестации.

Оценка качества подготовки обучающихся осуществляется через оценку знаний, умений по дисциплине и оценку сформированности компетенций.

Результаты обучения (знания, умения)	**Формы и методы контроля и оценки результатов обучения**	
	Текущий контроль	**Промежуточная аттестация**
уметь:		
$У_1$ - применять требования законодательных и других нормативных актов при организации и выполнении работ; $У_2$ - защищать свои права в соответствии с трудовым законодательством Российской Федерации; $У_3$ - использовать современные технологии менеджмента; $У_4$ - организовывать работу подчиненных; $У_5$ - мотивировать исполнителей на повышение качества труда; $У_6$ - обеспечивать условия для профессионально-личностного совершенствования исполнителей.	- оценка выполнения заданий на практических занятиях; - оценка участия обучающегося на уроках; - оценка выполнения заданий самостоятельной работы	- другие формы контроля - дифференцированный зачет
знать:		
$З_1$ - нормативные правовые акты, регулирующие правоотношения в процессе профессиональной деятельности; $З_2$ - права и обязанности работников в сфере профессиональной деятельности; $З_3$ - основы экономической теории и экономических отношений; $З_4$ –функции, виды и психологию менеджмента; $З_5$ – основы организации работы коллектива исполнителей; $З_6$ – принципы делового общения в коллективе; $З_7$ – поведение в конфликтных ситуациях.	- оценка выполнения заданий на практических занятиях; - устный опрос; - тестирование; - оценка выполнения заданий самостоятельной работы	- другие формы контроля - дифференцированный зачет

Оценка ***общих компетенций (ОК)***:

Результат (общие компетенции)	*Основные показатели*
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам	- самостоятельно организует свою деятельность по выданным заданиям - умеет оценить свои возможности для выполнения поставленных целей, задач, заданий по дисциплине

ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	- осуществляет поиск информации в сети Интернет и различных электронных носителях - извлекает информацию с электронных носителей - использует средства ИТ для обработки и хранения информации - представляет информацию в различных формах с использованием разнообразного программного обеспечения - создает презентации в различных формах
ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, *предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере*, использовать знания по правовой *и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях*	- берет на себя ответственность за принятое решение/совершенный поступок - ответственно выполняет разовые/постоянные поручения в группе - может спрогнозировать результат - умеет оценить свои действия, поступки и проанализировать их - знает основную нормативную документацию по предпринимательской деятельности и может ее найти в поисковых системах; - определяет возможности/невозможности предпринимательства той или иной возникшей ситуации
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	- устанавливает позитивный стиль общения - выбирает стиль общения в соответствии с ситуацией - признает чужое мнение - при необходимости отстаивает собственное мнение - принимает критику - ведет деловую беседу в соответствии с этическими нормами - соблюдает официальный стиль при оформлении документов - выполняет письменные и устные рекомендации преподавателя - способен к эмпатии - организует коллективное обсуждение рабочей ситуации
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	- умеет передавать информацию другому человеку - способен правильно формулировать свои мысли в устной и письменной формах - способен письменно оформлять свои мысли
ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты	- не участвует в запрещенных группировках; - не проводит антироссийскую пропаганду; - уважительно относится к сверстникам, окружающим, старшим и младшим; - не хамит, не грубит - применяет в своем поведении стандарты антикоррупционного поведения

антикоррупционного поведения	
ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	- осуществлять эффективный поиск необходимой информации в российских и зарубежных источниках: нормативно-правовой документации, стандартов, научных публикации, технической документации; - уметь применять лексику и грамматику иностранного языка для перевода текста, содержание которого включает профессиональную лексику; - уметь анализировать, систематизировать и применять в профессиональной деятельности информацию, содержащуюся в документации профессиональной области.

Оценка ***профессиональной компетенции (ПК)*** происходит через освоенные знания и умения.

Критерии и методы оценки освоения дисциплины отражены в оценочных материалах.

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

Основы права и управления в рекламной деятельности

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
по выполнению самостоятельной работы
для специальности 42.02.01 Реклама

Якутск, 2024 г.

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г.)

Методические указания составлены в соответствии с рабочей программой по дисциплине ОП.09. Основы права и управления в рекламной деятельности

Разработчик: АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»

Составитель:
Шарипов Д.Ф., преподаватель

Пояснительная записка

Самостоятельная работа - это учебная деятельность, осуществляемая без непосредственного участия преподавателя, но по его заданиям и под его контролем.

Самостоятельная работа студентов является одной из основных форм внеаудиторной работы и имеет различные виды: подготовка рефератов, докладов по изучаемым темам, выполнение практических заданий, подготовка к практическим занятиям.

Самостоятельная работа направлена на умение работать с источниками, литературой и подготавливает обучающихся к публичным выступлениям.

Дисциплина ОП.09. Основы права и управления в рекламной деятельности является дисциплиной общепрофессионального цикла.

В результате освоения дисциплины обучающийся **должен**

уметь:

$У_1$ - применять требования законодательных и других нормативных актов при организации и выполнении работ;

$У_2$ - защищать свои права в соответствии с трудовым законодательством Российской Федерации;

$У_3$ - использовать современные технологии менеджмента;

$У_4$ - организовывать работу подчиненных;

$У_5$ - мотивировать исполнителей на повышение качества труда;

$У_6$ - обеспечивать условия для профессионально-личностного совершенствования исполнителей.

знать:

$З_1$ - нормативные правовые акты, регулирующие правоотношения в процессе профессиональной деятельности;

$З_2$ - права и обязанности работников в сфере профессиональной деятельности;

$З_3$ - основы экономической теории и экономических отношений;

$З_4$ –функции, виды и психологию менеджмента;

$З_5$ – основы организации работы коллектива исполнителей;

$З_6$ – принципы делового общения в коллективе;

$З_7$ – поведение в конфликтных ситуациях.

С целью овладения **общими компетенциями** (ОК):

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

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

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

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;

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

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и *иностранном* языках.

и профессиональными компетенциями (ПК):

ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

ПК 2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

ПК 2.2. Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.

ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.

ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.

Раздел 1. Основы права

Тема 1.1. Правовое регулирование рекламной информации

Время выполнения – 2 часа

Источники:

1. Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»
2. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях (глава 14)
3. Градостроительный кодекс РФ
4. Региональные нормативные акты вашего субъекта РФ о размещении наружной рекламы

Виды работ:

Задание:

1. Составление перечня запрещенных к рекламе товаров, работ и услуг (60 минут)

1. Изучите Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (статьи 7, 8, 10, 12, 14, 16, 17, 21, 24, 28) и другие нормативные акты, регулирующие рекламную деятельность.

2. Составьте структурированный перечень товаров, работ и услуг, реклама которых запрещена или ограничена на территории РФ. Оформите его в виде таблицы:

Категория запрещенных товаров/услуг	Статья ФЗ «О рекламе»	Особенности ограничения
Наркотические средства, психотропные вещества	Ст. 7	Полный запрет

3. Для каждой категории укажите:

- Номер и название соответствующей статьи Федерального закона «О рекламе»
- Характер ограничения (полный запрет или частичные ограничения)
- Сферу действия запрета (СМИ, наружная реклама, интернет и т.д.)

2. Правовые требования к наружной рекламе (50 минут)

1. Изучите раздел III Федерального закона «О рекламе», а также региональные нормативные акты вашего субъекта РФ (на примере города/области, где вы проживаете).
2. Составьте регламент размещения наружной рекламы, включив следующие аспекты:
    - Требования к получению разрешительной документации
    - Нормы размещения рекламных конструкций
    - Ограничения по месту размещения

- Требования к безопасности конструкций
- Особенности размещения в исторических центрах городов
- Ответственность за нарушение правил размещения

3. Оформите регламент в виде схемы/инфографики, наглядно демонстрирующей процесс организации наружной рекламы от идеи до реализации.

Часть 3. Практическое задание (10 минут)

Проанализируйте ситуацию: Рекламное агентство планирует разместить наружную рекламу нового энергетического напитка в центре города. Определите:

1. Какие правовые ограничения могут быть применены к этой рекламе?
2. Какие документы необходимо оформить для законного размещения?
3. В каких зонах города размещение такой рекламы будет запрещено?

Критерии оценки:

Критерий	**Баллы**
Полнота и точность перечня запрещенных товаров	**0-3**
Глубина анализа нормативных требований к наружной рекламе	**0-3**
Качество оформления регламента (логичность, наглядность)	**0-2**
Практическая применимость решения кейса	**0-2**
ИТОГО:	**0-10**

Перевод баллов в оценку:

отлично	хорошо	удовлетворительно	неудовлетворительно
10 баллов	9-8 баллов	7-6 баллов	5 и менее баллов

Форма отчетности:

- Перечень запрещенных товаров/услуг в виде таблицы
- Регламент размещения наружной рекламы (схема/инфографика)
- Письменный ответ на практическое задание

Тема 1.3. Субъекты рекламной деятельности

Время выполнения – 1 час

Источники:

1. Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»
2. Кодекс профессиональной этики российского рекламиста
3. Международный кодекс рекламной практики ICC
4. Научные статьи по проблемам рекламной этики
5. Примеры из практики рекламной деятельности

Виды работ:

Задание: Составление опорного конспекта на тему: «Этические вопросы рекламы»

Структура опорного конспекта:

1. Введение (что такое этика в рекламе)
2. Основные этические проблемы (с примерами)
3. Нормативное регулирование
4. Принципы этичной рекламы
5. Последствия нарушения этических норм
6. Практические рекомендации

Требования к оформлению опорного конспекта:

- Объем: 2-3 страницы А4
- Использование схем, таблиц, графических элементов
- Четкая структура и логика изложения
- Выделение ключевых понятий и определений
- Практическая ориентированность материала

Задание:

Часть 1. Создание опорного конспекта

Создайте опорный конспект, который должен включать:

1. Структурную схему основных этических проблем в рекламе
2. Классификацию нарушений профессиональной этики с примерами
3. Сравнительную таблицу "Этичная vs неэтичная реклама"
4. Алгоритм принятия этичного решения при создании рекламы
5. Памятку рекламиста с основными принципами профессиональной этики

Часть 2. Практический анализ

Проанализируйте 2 примера рекламы (на ваш выбор) и оцените их с точки зрения профессиональной этики:

- Определите потенциальные этические нарушения
- Предложите варианты исправления нарушений

- Обоснуйте свою позицию

Критерии оценки:

Критерий	Баллы
Полнота раскрытия темы	0-3
Логичность и структурированность материала	0-2
Качество визуального оформления	0-2
Глубина практического анализа	0-2
Творческий подход к подаче материала	0-1
ИТОГО:	**0-10**

Перевод баллов в оценку:

отлично	хорошо	удовлетворительно	неудовлетворительно
10 баллов	9-8 баллов	7-6 баллов	5 и менее баллов

Тема 1.4. Организация договорной работы в рекламной деятельности

Время выполнения – 1 час

Источники:

1. Гражданский кодекс РФ (Глава 34 "Аренда")
2. Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»
3. Образцы договоров аренды рекламных мест
4. Методические материалы по документообороту

Виды работ:

Задание: Подготовка необходимых документов для оформления договора на передачу имущества во временное пользование

1. Изучите следующие аспекты подготовки документов:

1. Основные виды договоров передачи имущества во временное пользование:
    - Договор аренды
    - Договор безвозмездного пользования
    - Лицензионный договор
2. Ключевые документы для заключения договора:
    - Правоустанавливающие документы на имущество
    - Документы, удостоверяющие личность сторон
    - Доверенности на право подписания
    - Техническая документация на объект
3. Сопутствующие документы:
    - Акт приема-передачи имущества
    - Дополнительные соглашения
    - Графики платежей
    - Протоколы разногласий

2. Создание опорного конспекта (25 минут)

Создайте структурированный опорный конспект, включающий:

1. Блок-схему "Процесс подготовки документов для договора аренды"
2. Таблицу "Перечень документов для разных типов имущества" (недвижимость, оборудование, рекламные конструкции)
3. Чек-лист "Проверка документов перед заключением договора"
4. Памятку "Типовые ошибки при подготовке документов"

3. Практическое задание (5 минут)

Составьте список документов, необходимых для заключения договора аренды рекламного щита на здании в центре города.

Критерии оценки:

Критерий	Баллы
Полнота охвата темы	0-3
Логичность и наглядность структуры	0-2
Практическая ценность материалов	0-2
Аккуратность оформления	0-2
Качество выполнения практического задания	0-1
ИТОГО:	**0-10**

Перевод баллов в оценку:

отлично	хорошо	удовлетворительно	неудовлетворительно
10 баллов	9-8 баллов	7-6 баллов	5 и менее баллов

Пример документов по рекламе фильма

1. ВИДЫ ДОГОВОРОВ
   - Аренда (коммерческая)
   - Безвозмездное пользование
   - Специальные разрешения

2. ОСНОВНЫЕ ДОКУМЕНТЫ
   □ Для юридических лиц
   □ Для физических лиц
   □ Для разных типов имущества

3. ПРОЦЕССУАЛЬНЫЕ ДОКУМЕНТЫ
   - Сопутствующие акты
   - Дополнительные соглашения
   - Исполнительная документация

4. ЧЕК-ЛИСТ ПРОВЕРКИ

Тема 1.5. Понятие рекламного права и рекламного законодательства

Время выполнения – 1 час

Источники:

1. Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»
2. Гражданский кодекс РФ
3. Кодекс РФ об административных правонарушениях
4. Учебные пособия по рекламному праву

Виды работ:

Задание:

1. Теоретический анализ

1. Дайте определение следующим понятиям:
    - Рекламное право
    - Рекламное законодательство
    - Субъекты рекламных правоотношений
    - Объекты рекламных правоотношений
2. Заполните таблицу «Уровни правового регулирования рекламы»:

Уровень регулирования	Примеры нормативных актов	Сфера действия
Международный		
Федеральный		
Отраслевой		
Корпоративный		

2. Структурирование знаний

Создайте схему «Система рекламного законодательства РФ», включив в нее:

1. Основные нормативные акты:
    - Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»
    - Смежные федеральные законы
    - Подзаконные акты
    - Кодексы РФ
2. Отраслевые стандарты и правила
3. Международные акты, влияющие на рекламную деятельность в России

3. Практическое задание (15 минут)

Проанализируйте ситуацию: Рекламное агентство разместило рекламу медицинской услуги без необходимых предупреждений.

Определите:

1. Какой нормативный акт был нарушен?
2. К какой категории рекламного законодательства он относится?
3. Какие последствия могут наступить для нарушителя?

Критерии оценки:

Критерий	Баллы
Полнота раскрытия понятий	0-2
Правильность заполнения таблицы	0-3
Логичность и завершенность схемы	0-3
Точность решения практической задачи	0-2
ИТОГО:	**0-10**

Перевод баллов в оценку:

отлично	хорошо	удовлетворительно	неудовлетворительно
10 баллов	9-8 баллов	7-6 баллов	5 и менее баллов

Тема 1.6. Правила рекламирования отдельных видов товаров и услуг, предусмотренных в рекламном законодательстве

Время выполнения – 1 час

Источники:

- Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»
- Кодекс РФ об административных правонарушениях

Виды работ:

Задание: Составление сравнительной таблицы: «Требования к размещению отдельных видов рекламы»

Этап 1. Подготовительный

1. Ознакомьтесь со статьями Федерального закона «О рекламе», регулирующими размещение отдельных видов рекламы:
    - Статья 12 (Наружная реклама)
    - Статья 14 (Реклама в телепрограммах)
    - Статья 15 (Реклама в радиопрограммах)
    - Статья 16 (Реклама в периодических печатных изданиях)
    - Статья 18 (Реклама на транспортных средствах)
    - Статья 21 (Реклама алкогольной продукции)
    - Статья 24 (Реклама медицинских услуг)

Этап 2. Составление таблицы

Создайте сравнительную таблицу:

Вид рекламы	Нормативный акт	Особые требования	Ограничения	Ответственность за нарушения
Наружная реклама	Ст. 12 ФЗ «О рекламе»	Необходимо разрешение, соответствие градостроительным нормам	Запрещена на памятниках, объектах культурного наследия	Штраф по ст. 14.37 КоАП РФ
Реклама в телепрограммах	Ст. 14 ФЗ «О рекламе»	Прерывание рекламой детских и образовательных программ не допускается	Не более 15% эфирного времени в час	Штраф по ст. 14.3 КоАП РФ
Реклама алкогольной продукции	Ст. 21 ФЗ «О рекламе»	Обязательная надпись о вреде потребления	Запрещена в СМИ, на первых и	Конфискация продукции и штраф

			последних полосах газет	

3. Анализ и выводы

1. Проанализируйте составленную таблицу.
2. Сформулируйте выводы:
    - Какие виды рекламы имеют наиболее строгие требования?
    - Какие общие ограничения встречаются в разных видах рекламы?
    - Какие последствия возможны при нарушении требований?

Критерии оценки:

Критерий	**Баллы**
Полнота охвата видов рекламы (не менее 5 видов)	0-3
Точность указания нормативных требований	0-3
Правильность оформления таблицы	0-2
Обоснованность выводов	0-2
ИТОГО:	**0-10**

Перевод баллов в оценку:

отлично	хорошо	удовлетворительно	неудовлетворительно
10 баллов	9-8 баллов	7-6 баллов	5 и менее баллов

Тема 1.7. Система российского информационного права

Время выполнения – 1 час

Источники:

1. Федеральный закон "Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления"
2. Закон "О средствах массовой информации"
3. Федеральный закон "О рекламе"
4. Судебная практика по делам о доступе к информации

Виды работ:

Задание: Составление опорного конспекта на тему: «Проблемы доступа к информации в законодательстве и практике СМИ»

Создайте структурированный опорный конспект, включающий:

1. Схему "Правовые основы доступа к информации в РФ"
2. Таблицу "Виды ограничений доступа к информации"
3. Алгоритм действий при отказе в предоставлении информации
4. Список информационных ресурсов с открытым доступом
5. Памятку по правомерному использованию информации в рекламе

3. Практический анализ
Проанализируйте кейс:
"Рекламное агентство запрашивает у муниципалитета информацию о планируемых городских мероприятиях для разработки рекламной кампании. В предоставлении информации отказано."
Определите:

1. Правомерность отказа
2. Возможные пути решения проблемы
3. Альтернативные источники получения информации

Требования к оформлению опорного конспекта:

- Объем: 1-2 страницы А4
- Четкая визуальная структура
- Использование схем, таблиц, списков
- Выделение ключевых понятий
- Практическая ориентированность

Примерная структура опорного конспекта:

1. ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ ДОСТУПА К ИНФОРМАЦИИ
   - Конституционные права
   - Федеральное законодательство
   - Подзаконные акты

2. ВИДЫ ОГРАНИЧЕНИЙ ДОСТУПА
   [Таблица с видами ограничений и обоснованиями]

3. ПРОБЛЕМНЫЕ СИТУАЦИИ В ПРАКТИКЕ СМИ
   - Отказы в предоставлении информации
   - Задержки в ответах на запросы
   - Неполнота предоставляемых сведений

4. АЛГОРИТМ ДЕЙСТВИЙ ПРИ НАРУШЕНИИ ПРАВА НА ИНФОРМАЦИЮ
   [Пошаговая инструкция]

5. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ ДЛЯ РЕКЛАМИСТА
   - Открытые государственные порталы
   - Отраслевые базы данных
   - Статистические сборники

Критерии оценки:

Критерий	**Баллы**
Полнота раскрытия темы	0-3
Системность и логичность изложения	0-2
Практическая ценность материалов	0-2
Качество визуального оформления	0-2
Обоснованность решения кейса	0-1
ИТОГО:	**0-10**

Перевод баллов в оценку:

отлично	хорошо	удовлетворительно	неудовлетворительно
10 баллов	9-8 баллов	7-6 баллов	5 и менее баллов

Тема 1.8. Правовые средства индивидуализации и товарных знаков в рекламе

Время выполнения – 1 час

Источники:

1. Федеральный закон "Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления"
2. Закон "О средствах массовой информации"
3. Федеральный закон "О рекламе"
4. Судебная практика по делам о доступе к информации

Виды работ:

Задание: Составление схемы: «Виды товарных знаков в рекламе»

Шаг 1. Определение структуры схемы

- Выделите основные группы товарных знаков:
    - По форме выражения
    - По степени известности
    - По числу субъектов
    - По объектам маркировки

Шаг 2. Детализация видов товарных знаков
Разработайте блоки схемы:

1. **По форме выражения:**
    - Словесные (названия, слоганы)
    - Изобразительные (логотипы, графические элементы)
    - Объемные (форма товара/упаковки)
    - Звуковые (джинглы, мелодии)
    - Комбинированные
    - Обонятельные
    - Световые
    - Голографические
2. **По степени известности:**
    - Обычные
    - Общеизвестные
3. **По числу субъектов:**
    - Индивидуальные
    - Коллективные
4. **По объектам маркировки:**
    - Товарные знаки
    - Знаки обслуживания

Шаг 3. Оформление схемы (10 минут)

- Используйте четкую иерархию
- Примените цветовое кодирование для разных групп
- Добавьте примеры для каждого вида

- Укажите нормативные основания

Критерии оценки:

Критерий	Баллы
Полнота классификации	0-3
Правильность выделения видов	0-3
Логичность структуры схемы	0-2
Наличие примеров	0-1
Аккуратность оформления	0-1
ИТОГО:	**0-10**

Перевод баллов в оценку:

отлично	хорошо	удовлетворительно	неудовлетворительно
10 баллов	9-8 баллов	7-6 баллов	5 и менее баллов

Тема 1.9. Правовое регулирование различных способов распространения рекламы

Время выполнения – 1 час

Источники:

- ФЗ-38 "О рекламе"
- Региональные правила размещения наружной рекламы
- ГОСТ Р 52044-2003
- КоАП РФ (ст. 14.3, 14.37)

Виды работ:

Задание: Анализ наружной рекламы города на соответствие законодательства

Чек-лист анализа наружной рекламы города на соответствие законодательству

Шкала оценки:

- ☑ Соответствует
- ⚠ Требует улучшения
- ✕ Нарушение

Критерии анализа	Шкала оценки	Примечание
1. РАЗРЕШИТЕЛЬНАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ		
• Наличие информационной таблички на конструкции		
• Соответствие данных в табличке фактическому размещению		
• Срок действия разрешения не истек		
• Наличие согласований (собственник, балансодержатель)		
2. ТРЕБОВАНИЯ К КОНСТРУКЦИИ		
• Соответствие габаритов установленным нормам		
• Безопасность крепления и устойчивость		
• Отсутствие повреждений конструкции		
• Соответствие весовых характеристик		
• Наличие защитного ограждения при необходимости		
3. СОДЕРЖАНИЕ РЕКЛАМЫ		
• Наличие пометки "реклама"		
• Достоверность представленной информации		

• Отсутствие скрытой рекламы		
• Соответствие требованиям к рекламе отдельных товаров:		
○ Алкоголь (ст. 21 ФЗ "О рекламе")		
○ Лекарственные средства (ст. 24 ФЗ "О рекламе")		
○ Табачная продукция (запрещена)		
• Отсутствие признаков недобросовестной конкуренции		
4. РАЗМЕЩЕНИЕ И ЗОНИРОВАНИЕ		
• Соблюдение расстояний от объектов культурного наследия		
• Размещение вне охранных зон инженерных коммуникаций		
• Отсутствие в зонах с особыми условиями использования		
• Соответствие правилам землепользования и застройки		
• Соблюдение нормативов количества конструкций на участке		
5. БЕЗОПАСНОСТЬ И ЭКСПЛУАТАЦИЯ		
• Отсутствие ограничения видимости для участников дорожного движения		
• Соответствие требованиям электробезопасности		
• Наличие освещения (если предусмотрено)		
• Отсутствие повреждений, представляющих опасность		
• Чистота и сохранность рекламной поверхности		
6. ВИЗУАЛЬНОЕ ВОСПРИЯТИЕ		
• Сочетаемость с архитектурным обликом территории		
• Отсутствие нарушения видовых коридоров		
• Читаемость текста с установленного расстояния		
• Соответствие цветового решения		
• Отсутствие светового загрязнения (для световых конструкций)		
7. ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ		
• Соответствие сезонным требованиям (зимний период)		
• Наличие антивандальной защиты		

• Доступность для обслуживания		
• Отсутствие несанкционированной рекламы на конструкции		
• Соответствие требованиям к социальной рекламе (при наличии)		

Примечания:

- Для каждого нарушения указывать статью нормативного акта
- Фиксировать фотоматериалами
- Отмечать дату и время проверки
- Указывать точный адрес размещения

Тема 1.10. Правовые процедуры рассмотрения и разрешения споров в рекламе

Время выполнения – 1 час

Источники:

- Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (статьи 10, 11)
- Федеральный закон от 12.06.2002 № 67-ФЗ «Об основных гарантиях избирательных прав»
- Кодекс РФ об административных правонарушениях (глава 5)

Виды работ:

Задание: Составление опросного конспекта на тему: «Правовое регулирование отдельных видов рекламы: политической, социальной»

1. Составление конспекта

Блок А. Политическая реклама

- Понятие и цели политической рекламы
- Субъекты политической рекламы
- Сроки размещения (избирательные периоды)
- Особые требования:
    - Запрет на коммерческую рекламу с использованием образов кандидатов
    - Обязательная информация в рекламе (данные о заказчике)
    - Ограничения по месту размещения
    - Особенности использования СМИ

Блок Б. Социальная реклама

- Понятие и цели социальной рекламы
- Субъекты социальной рекламы
- Требования к содержанию:
    - Указание спонсоров (для юридических лиц)
    - Запрет на упоминание конкретных брендов
    - Некоммерческий характер
- Преимущества размещения (квоты в СМИ, льготные тарифы)

2. Создание сравнительной таблицы:

Критерий	Политическая реклама	Социальная реклама
Основной нормативный акт	ФЗ-67 «Об основных гарантиях...»	ФЗ-38 «О рекламе» (ст. 10)
Цели	Победа на выборах, формирование имиджа	Решение социальных проблем
Финансирование	Избирательные фонды	Бюджетные средства, спонсоры

Сроки размещения	Ограничены избирательным периодом	Без временных ограничений
Указание заказчика	Обязательно	Обязательно для юрлиц-спонсоров

Визуальное оформление:

- Использование схем и стрелок для связи элементов
- Выделение цветом ключевых терминов
- Добавление символов и пиктограмм

Критерии оценки:

Критерий	**Баллы**
Полнота раскрытия темы	0-3
Правильность классификации	0-2
Наглядность и структурированность	0-2
Практическая направленность	0-2
Грамотность и аккуратность	0-1
ИТОГО:	**0-10**

Перевод баллов в оценку:

отлично	хорошо	удовлетворительно	неудовлетворительно
10 баллов	9-8 баллов	7-6 баллов	5 и менее баллов

Рекомендуемая структура опорного конспекта:

ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ОТДЕЛНЫХ ВИДОВ РЕКЛАМЫ

- **ПОЛИТИЧЕСКАЯ РЕКЛАМА**
  - Определение и цели
  - Нормативная база
  - Особые требования
  - Ответственность за нарушения
- **СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА**
  - Понятие и задачи
  - Субъекты и спонсоры
  - Требования к содержанию
  - Условия размещения
- **СРАВНИТЕЛЬНАЯ ТАБЛИЦА**
  - Общие черты
  - Отличительные особенности
  - Ограничения

Раздел 2. Управление

Тема 2.7. Психология менеджмента

Время выполнения – 2 часа

Виды работ:

Задание: На основании мимики и жестов определить стиль управления ведущих 2-3х телепередач.

Этап 1. Подготовительный (15 минут)

1. **Выбор объектов для анализа:**
   - Подберите 2-3 телепередачи разных жанров (новости, ток-шоу, интервью, развлекательное шоу)
   - Убедитесь, что в передачах есть один постоянный ведущий
   - Примеры: информационная программа («Вечерние новости»), ток-шоу («Пусть говорят»), развлекательное шоу («Вечерний Ургант»)
2. **Изучение теоретической базы:**
   - Вспомните основные стили управления:
     - **Авторитарный** (жесткие указания, минимум эмоций)
     - **Демократический** (партнерское общение, открытые жесты)
     - **Либеральный** (минимальное вмешательство, расслабленная поза)
     - **Харизматический** (энергичные жесты, эмоциональная речь)
3. **Подготовка инструментов анализа:**
   - Создайте таблицу для фиксации наблюдений
   - Подготовьте устройство для просмотра видео (с возможностью остановки кадра)

Этап 2. Наблюдение и фиксация (30 минут)

1. **Просмотр эпизодов:**
   - Просмотрите по 10-15 минут каждой передачи
   - Делайте заметки каждые 2-3 минуты
2. **Анализ мимики:**
   - Отметьте частоту и интенсивность улыбки
   - Зафиксируйте использование бровей (нахмурены/приподняты)
   - Отметьте контакт глаз с гостями/аудиторией
   - Опишите общее выражение лица
3. **Анализ жестов:**
   - Классифицируйте жесты:
     - **Открытые** (ладони вверх, руки раскинуты)
     - **Закрытые** (скрещенные руки, руки в карманах)
     - **Указующие** (указательный палец, жест «кулак»)
     - **Иллюстративные** (жесты, подчеркивающие речь)
4. **Анализ позы:**
   - Отметьте положение тела (прямое/расслабленное/наклоненное)
   - Зафиксируйте дистанцию с собеседниками

- Опишите движения по студии/сцене

Этап 3. Анализ и выводы (пример)

1. **Сводная таблица наблюдений:**

Критерий	Передача 1	Передача 2	Передача 3
Частота улыбки	Редко	Часто	Умеренно
Преобладающие жесты	Указующие	Открытые	Иллюстративные
Поза	Прямая	Расслабленная	Наклоненная к гостю
Контакт глаз	Прямой, долгий	Переключающийся	Краткий
Эмоциональность	Сдержанная	Яркая	Умеренная

2. **Определение стиля управления:**
   - Сопоставьте данные с характеристиками стилей
   - Выявите доминирующие паттерны поведения
   - Отметьте смешанные черты (если есть)
3. **Формулировка выводов:**
   - Опишите выявленный стиль управления для каждого ведущего
   - Объясните, как мимика и жесты подтверждают ваш вывод
   - Сравните стили разных ведущих

Пример выводов:

Ведущий 1 (новости):

- Преобладают сдержанная мимика, прямые позы, минимальные жесты
- **Стиль:** авторитарный с элементами демократического

Ведущий 2 (ток-шоу):

- Активная жестикуляция, частые улыбки, открытые позы
- **Стиль:** демократический с харизматическими элементами

Критерии оценки:

Критерий	Баллы
Полнота наблюдений	0-3
Точность классификации жестов и мимики	0-3
Обоснованность выводов о стиле управления	0-2
Качество сравнительного анализа	0-2
ИТОГО:	**0-10**

Перевод баллов в оценку:

отлично	хорошо	удовлетворительно	неудовлетворительно
10 баллов	9-8 баллов	7-6 баллов	5 и менее баллов

Рекомендации:

- Фиксируйте конкретные примеры жестов и мимики
- Учитывайте контекст передачи (экстренные новости vs развлекательное шоу)
- Отмечайте невербальные реакции на нештатные ситуации
- Сравнивайте поведение с разными гостями/участниками

Тема 2.10. Этика делового общения

Время выполнения – 2 часа

Задание.
1. Наблюдение за ведением бесед по Центральному телевидению
Во время просмотра обратить внимание на: жесты, мимику, позы.

2. Составить план деловой беседы.

Виды работ:

Этап 1. Подготовка к наблюдению (20 минут)

1. Выбор передач для анализа:
    - Подберите 2 разные по формату передачи с элементами беседы:
        - Интервью («Вечерний Ургант», «Соловьев»)
        - Ток-шоу («Пусть говорят», «На самом деле»)
        - Публицистическая программа («Итоги недели»)
    - Убедитесь, что в передачах есть диалог между ведущим и гостями
2. Создание таблицы для наблюдений:
    - Разработайте шаблон для фиксации:
        - Хронометраж
        - Жесты
        - Мимика
        - Позы
        - Вербальные особенности
3. Изучение критериев анализа:
    - Вспомните классификацию жестов (иллюстраторы, регуляторы, эмблемы)
    - Повторите виды мимических выражений
    - Освежите знания о типах поз (открытые/закрытые)

Этап 2. Наблюдение и фиксация (40 минут)

1. Просмотр первой передачи (20 минут):
    - Фиксируйте наблюдения каждые 3-5 минут
    - Отмечайте:
        - Жесты: указательные, приветственные, защитные
        - Мимика: улыбка, нахмуренные брови, удивление
        - Позы: открытая (руки раскинуты), закрытая (скрещенные руки)
        - Вербальные приемы: вопросы, утверждения, паузы
2. Просмотр второй передачи (20 минут):
    - Сравните манеру ведения беседы

- Отметьте различия в невербальном поведении
- Зафиксируйте особенности речевых конструкций

Этап 3. Анализ наблюдений (30 минут)

1. Обработка данных:
   - Сгруппируйте жесты по типам и частоте
   - Проанализируйте соответствие мимики содержанию беседы
   - Оцените эффективность поз для установления контакта
2. Сравнительная таблица (*пример*):

Критерий	Передача 1	Передача 2
Преобладающие жесты	Иллюстративные	Регуляторы
Частота улыбки	60% эфира	20% эфира
Смена поз	10 раз за программу	3 раза за программу
Взгляд	Прямой в камеру	В сторону гостя

3. Выводы по наблюдениям:
   - Определите наиболее эффективные невербальные приемы
   - Выявите связь между жестами и содержанием беседы
   - Сформулируйте рекомендации для ведущих

Этап 4. Составление плана беседы

1. Выбор темы беседы:
   - Актуальная тема для рекламной сферы
   - Пример: «Тренды цифровой рекламы 2024»
2. Структура плана беседы:
   - Вступление (5% времени):
     - Приветствие
     - Представление гостя
     - Обозначение темы
   - Основная часть (80% времени):
     - Блок 1: Основные тренды
     - Блок 2: Примеры из практики
     - Блок 3: Прогнозы развития
   - Заключение (15% времени):
     - Итоги беседы
     - Контактная информация гостя
     - Прощание
3. **Детализация плана:**
   - Для каждого блока пропишите:
     - Ключевые вопросы
     - Предполагаемые жесты и мимику
     - Рекомендуемые позы
     - Визуальное сопровождение

Пример плана беседы:

Тема: «Искусственный интеллект в рекламе: возможности и риски»

1. Вступление
    - Открытая поза, улыбка
    - Приветственный жест
    - Вопрос: «Как ИИ меняет рекламную индустрию?»
2. Основная часть
    - Блок 1: «Преимущества ИИ»
        - Иллюстративные жесты
        - Вопросы о конкретных кейсах
    - Блок 2: «Этические аспекты»
        - Серьезная мимика
        - Обсуждение регулирования
3. Заключение
    - Итоговые выводы
    - Открытые жесты
    - Благодарность гостю

Критерии оценки:

Критерий	**Баллы**
Полнота и детализация наблюдений	0-3
Глубина анализа невербального поведения	0-3
Логичность и структурированность плана беседы	0-2
Творческий подход и практическая ценность	0-2
ИТОГО:	**0-10**

Перевод баллов в оценку:

отлично	хорошо	удовлетворительно	неудовлетворительно
10 баллов	9-8 баллов	7-6 баллов	5 и менее баллов

Результат работы:

1. Таблицы наблюдений за 2 передачами
2. Сравнительный анализ невербальной коммуникации
3. Детализированный план беседы на актуальную тему

Тема 2.12. Функциональное разделение труда и организационная структура службы управления персоналом

Время выполнения – 1 час

Задание: Составить резюме

Тема 2.14. Поиск, отбор и наем персонала

Время выполнения – 1 час

Задание:

1. Используя ресурсы Интернета, подобрать материал о вакансиях по специальности в своем и соседних регионах.

2. Используя ресурсы Интернета, подобрать материал о требованиях к специалистам в Москве, Якутске и 2-3х регионах России

Литература

Законодательство Российской Федерации:

1. Конституция Российской Федерации. Принятая всенародным голосованием 12 декабря 1993 г.
2. Федеральный конституционный закон от 31 декабря 1996 г. № 1-ФКЗ «О судебной системе Российской Федерации»
3. Федеральный конституционный закон от 17 декабря 1997 г. № 2-ФКЗ «О Правительстве Российской Федерации»
4. Трудовой кодекс Российской Федерации. Принят Государственной Думой 21 декабря 2001 года.
5. Гражданский кодекс Российской Федерации. Принят Государственной Думой 21 октября 1994 года
6. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях» от 30.12.2001 N 195-ФЗ
7. Закон Российской Федерации от 25 июня 1993 г. №5242-1 «О праве граждан Российской Федерации на свободу передвижения, выбор места пребывания и жительства в пределах Российской Федерации».
8. Федеральный закон «О статусе депутата Совета Федерации и статусе депутата Государственной думы Федерального Собрания Российской Федерации»
9. Федеральный закон от 31 мая 2002 г. № 62-ФЗ «О гражданстве Российской Федерации» // СЗ РФ. 2002. № 22. Ст. 2031.
10. Налоговый Кодекс Российской Федерации. Часть 1.

Международные нормативные акты:

1. Всеобщая Декларация прав человека // Международная защита прав и свобод человека М., 1990.
2. Устав Международной Организации Труд.;
3. ДЕКЛАРАЦИЯ Международной организации труда «О целях и задачах международной организации труда» (Принята в г. Филадельфии 10.05.1944 на 26-ой сессии Генеральной конференции МОТ)
4. Декларация Международной организации труда «Об основополагающих принципах и правах в сфере труда» (принята в г. Женева 18.06.1998);
5. Конвенция относительно защиты заработной платы» от 1 июля 1949 г. N 95.

Учебная литература:

1. Абуладзе Д. Г. Документационное обеспечение управления персоналом : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Д. Г. Абуладзе, И. Б. Выпряжкина, В. М. Маслова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 374 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16657-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/531449 (дата обращения: 17.03.2024).
2. Жернакова М. Б. Деловое общение : учебник и практикум для среднего профессионального образования / М. Б. Жернакова, И. А. Румянцева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 319 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16605-7. — Текст :

электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/531363 (дата обращения: 17.03.2024).

3. Каменнова М. С. Моделирование бизнес-процессов : учебник и практикум для среднего профессионального образования / М. С. Каменнова, В. В. Крохин, И. В. Машков. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 533 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16845-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/531881 (дата обращения: 17.03.2024).

4. Колышкина Т. Б. Деловая культура : учебное пособие для среднего профессионального образования / Т. Б. Колышкина, И. В. Шустина. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 145 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15388-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/513617 (дата обращения: 17.03.2024).

5. Лопарев А. В. Конфликтология : учебник для среднего профессионального образования / А. В. Лопарев, Д. Ю. Знаменский. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 298 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13832-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/515208 (дата обращения: 17.03.2024).

6. Маслова, В. М. Управление персоналом : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. М. Маслова. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 451 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15946-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/510315 (дата обращения: 17.03.2024).

7. Менеджмент: методы принятия управленческих решений : учебное пособие для среднего профессионального образования / П. В. Иванов [и др.] ; под редакцией П. В. Иванова. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 350 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16417-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/531005 (дата обращения: 17.03.2024).

Учебная литература:

1. Амиантова И. С. Противодействие коррупции : учебное пособие для среднего профессионального образования / И. С. Амиантова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 149 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13540-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/519404 (дата обращения: 17.03.2024).

2. Бялт В. С. Правовые основы профессиональной деятельности : учебное пособие для среднего профессионального образования / В. С. Бялт. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 303 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16146-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/530531 (дата обращения: 17.03.2024).

3. Волков А. М. Правовые основы профессиональной деятельности : учебник для среднего профессионального образования / А. М. Волков, Е. А. Лютягина. — 2-е

изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 345 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16170-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/530555 (дата обращения: 17.03.2024).

Электронные образовательные ресурсы:

Сайты, блоги, электронные библиотеки

1. Автономная некоммерческая организация «Федеральный центр компетенций в сфере производительности труда» (ФЦК) [Электронный ресурс]. URL: https://производительность.рф

2. Корпоративный менеджмент. Библиотека управления. [Электронный ресурс]. URL: Корпоративный менеджмент: финансы, бизнес-планы, управление компанией (cfin.ru)1. Справочно-правовая система «Консультант». [Электронный ресурс]. URL:https://www.consultant.ru/

3. Официальный интернет-портал правовой информации. [Электронный ресурс]. URL: http://www.pravo.gov.ru/

4. Справочно-правовая система «Гарант» [сайт]. [Электронный ресурс]. URL: https://www.garant.ru/

5. Справочник от автор24 [Электронный ресурс]. URL:Социально-правовая адаптация (spravochnick.ru)

Дополнительная электронная литература/учебные пособия, материалы, статьи

1. Волков, А. М. Правовое обеспечение профессиональной деятельности в IT-сфере. Схемы, таблицы, определения, комментарии: учебник для среднего профессионального образования / А. М. Волков, Е. А. Лютягина. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 281 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-14659-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — . [Электронный ресурс]. URL: https://urait.ru/bcode/478196

2. Лекция: Предмет, методы информационного права и его место в системе российского права. [Электронный ресурс]. URL: https://intuit.ru/studies/courses/3601/843/lecture/31513

3. Информационное право. Курс лекций. Автор Алексеева М.В. [Электронный ресурс]. URL: https://de.donstu.ru/CDOCourses/structure/_new_/473376/4024/4094.pdf

4. Фомин, В. И. Менеджмент: информационный бизнес: учебное пособие для среднего профессионального образования/ В. И. Фомин.— 3-е изд., испр. и доп.— Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 243 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11623-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — [Электронный ресурс]. URL: https://urait.ru/bcode/518498

5. Юридическая консультация. Шпаргалка по информационному праву. [Электронный ресурс]. URL: https://ur-consul.ru/Bibli/SHpargalka-po-informatsionnomu-pravu.html

Видеоматериалы/ виртуальные музеи/интерактивные презентации

1. Видеолекция №1 "Общая характеристика менеджмента". [Электронный ресурс]. URL: Видеолекция №1 "Общая характеристика менеджмента" - смотреть видео онлайн от «МГУТУ им. К.Г. Разумовского (ПКУ)» (rutube.ru)

Тренажеры/ тесты/ кейсы/ материал для практикума/ бесплатные онлайн курсы

1. Help Me Test. Решение тестов онлайн и бесплатные ответы на тесты. [Электронный ресурс]. URL: https://helpmetest.ru/pravovoe_obespechenie_professionalnoy_deyatelnosti/spisok_1.html
2. ДЕКАН ТЕСТ. Каталог бесплатных тестов. ".[Электронный ресурс]. URL: Менеджмент - ДЕКАН ТЕСТ (dekane.ru)
3. Тест-менеджмент. Конструктор. Тестов Ру. [Электронный ресурс]. URL: Тест - Менеджмент (konstruktortestov.ru)
4. Online Test Pad. [Электронный ресурс]. URL: Тема 'Менеджмент' - Пройти онлайн тест | Online Test Pad

Основы права
и управления в рекламной деятельности

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
по выполнению самостоятельной работы
для специальности 42.02.01 Реклама

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г.)

УТВЕРЖДАЮ
Директор АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»
_____ С.Н.Семенов
«15» 04 2024 г.

Оценочные материалы

для промежуточной аттестации

по дисциплине

ОП.09. Основы права и управления в рекламной деятельности

для специальности 42.02.01 Реклама

Разработчик: Шарипов Д.Ф., преподаватель

Якутск, 2024

1. Пояснительная записка

Оценочные материалы для промежуточной аттестации по дисциплине ОП.09. Основы права и управления в рекламной деятельности предназначены для оценки достижений запланированных результатов по дисциплине и компетенций (общих и профессиональных) обучающихся по специальности *42.02.01 Реклама.*

1.1. Оценка освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины ОП.09. Основы права и управления в рекламной деятельности обучающийся должен

В результате освоения дисциплины обучающийся **должен**

уметь:

$У_1$ - применять требования законодательных и других нормативных актов при организации и выполнении работ;

$У_2$ - защищать свои права в соответствии с трудовым законодательством Российской Федерации;

$У_3$ - использовать современные технологии менеджмента;

$У_4$ - организовывать работу подчиненных;

$У_5$ - мотивировать исполнителей на повышение качества труда;

$У_6$ - обеспечивать условия для профессионально-личностного совершенствования исполнителей.

знать:

$З_1$ - нормативные правовые акты, регулирующие правоотношения в процессе профессиональной деятельности;

$З_2$ - права и обязанности работников в сфере профессиональной деятельности;

$З_3$ - основы экономической теории и экономических отношений;

$З_4$ –функции, виды и психологию менеджмента;

$З_5$ – основы организации работы коллектива исполнителей;

$З_6$ – принципы делового общения в коллективе;

$З_7$ – поведение в конфликтных ситуациях.

с целью овладения **общими компетенциями (ОК)**:

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

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

ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и *финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях*[1];

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;

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

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

и профессиональными компетенциями (ПК):

ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

ПК 2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

ПК 2.2. Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах.

ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.

ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.

ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.

---

[1] *Выделенное курсивом не формируется в рамках данной дисциплины*

2 семестр

Форма промежуточной аттестации – ***другие формы контроля.***

Вид - тест

Оценочные материалы содержат тестовые задания (перечень вопросов и задач) - тест состоит из 20 вопросов и 6 задач.

Тест состоит из 2 частей.

Часть А представляет собой задания закрытого и открытого типа.

Задания №№1-16 (вариант-1) и №№1-17 (вариант-2): задания закрытого типа, где необходимо выбрать один или несколько правильных ответов

Задания №№ 17-20 (вариант-1) и №№18-20 (вариант-2): задания открытого типа – необходимо написать одно слово или словосочетание.

Часть Б – задачи – необходимо написать правильное решение предложенной ситуации.

Критерии оценки

Уровень подготовки студентов оценивается в баллах: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Критерии оценки тестовых заданий (часть А)

Каждый правильный ответ оценивается в 1 балл.

Критерии оценки задач (часть Б):

2 балла – ответ полный, соответствует эталону

1 балла – ответ неполный, есть неточности

0 баллов – ответ не соответствует эталону

Общая оценка теста:

Результативность		**Качественная оценка уровня**	
% правильных ответов	**баллы**	**оценка**	**вербальный аналог**
90 ÷ 100	50-55	5	Отлично
80 ÷ 89	44-49	4	Хорошо
70 ÷ 79	38-43	3	Удовлетворительно
менее 70	37 и менее	2	неудовлетворительно

Автономная некоммерческая организация среднего профессионального образования
«Цифровой колледж «Синергия»

УТВЕРЖДЕНО
директором колледжа в составе образовательной
программы по специальности *42.02.01 Реклама*

Тест
для промежуточной аттестации
по дисциплине
ОП.09. Основы права и управления в рекламной деятельности

Инструкция по выполнению теста

Тест состоит из 2 частей.
Часть А – тестовые задания. В заданиях 1-17 необходимо выбрать один или несколько правильных ответов. В заданиях 18-20 необходимо правильный ответ записать словом или словосочетанием.
Часть Б – решить задачу: ответ написать словами.
Внимательно прочитайте задания и ответы запишите на бланке.
Время выполнения задания – 40 минут

1 вариант

Часть А

Выберите один или несколько правильных ответов

1. Назвать корректные выражения:
А. юридическими лицами могут быть организации, преследующие извлечение прибыли в качестве основной цели;
Б. правоспособность юридического лица возникает с момента подачи документов для регистрации;
В. правоспособность юридического лица возникает с момента регистрации;
Г. правоспособность юридического лица прекращается в момент его ликвидации;

2. Если работник не приступил к выполнению своих обязанностей в день начала работы, то работодатель имеет право согласно ТК:
А. наложить штраф; Б. аннулировать трудовой договор;
В. объявить выговор; Г. понизить в должности;

3. Реорганизация юридического лица – это:
А. ликвидация юридического лица без правопреемства;
Б. ликвидация юридического лица с правопреемством;
В. разделение юридического лица;
Г. выделение филиала юридического лица;

4. Назвать корректные выражения:
А. юридическое лицо действует на сновании устава, либо учредительного договора и устава;
Б. учредительный договор юридического лица утверждается, а устав заключается его учредителями;
В. предмет и определенные цели деятельности коммерческих организаций должны быть обязательно предусмотрены учредительными документами;
Г. юридическое лицо, являющееся коммерческой организацией, не обязательно имеет фирменное наименование;

5. Для заключения трудового договора необходимые следующие документы
А. паспорт; Б. трудовая книжка;
В. медицинская справка; Г. документ воинского учета;
Д. характеристика; Е. свидетельство о заключении брака;

6. Акционеры:
А. несут риск убытков в пределах стоимости принадлежащих им акций;
Б. отвечают по обязательствам АО;
В. имеют право принимать решения от имени всего АО;

7. Отсутствие в трудовом договоре условий об испытании означает, что работник принят на работу:
А. на временной основе;
Б. без испытаний;
В. с испытанием сроком 3 месяца;
Г. на общественных началах;

8. Исключить лишнее:
А. статус индивидуального предпринимателя наступает с момента подачи документов на регистрацию;
Б. для регистрации в качестве индивидуального предпринимателя, являющегося несовершеннолетним, требуется письменное согласие родителей;
В. отказ в государственной регистрации гражданина в качестве индивидуального предпринимателя не может быть ни при каких обстоятельствах;

9.Работодатель имеет право отстранить от работы работника:
А. появившегося на работе в состоянии алкогольного опьянения;
Б. опоздания на работу;
В. из-за личной неприязни к работнику;
Д. при выявлении в соответствии с медицинским заключением противопоказаний для выполнения работником работы;

10. Трудовые договора могут заключаться:
А. на срок 10 лет; Б. на неопределенный срок; В. на срок не более 5 лет;

11. Целями комплексных кадастровых работ органов исполнительной власти субъектов РФ являются:

А. уточнение границ земельного участка;

Б. установление права собственности на земельный участок:

В. Установление или уточнение местоположения объектов собственности;

12. Материальная ответственность работника по Трудовому праву за нанесенный ущерб организации состоит:

А. из возмещения полной стоимости нанесенного ущерба;

Б. не более стоимости средней заработной платы работника;

В. из возмещения полной стоимости ущерба и упущенной выгоды;

13. В целях самозащиты трудовых прав работник, известив работодателя в письменной форме:

А. может отказаться от выполняемой работы, не предусмотренной трудовым договором;

Б. не может отказаться от работы, не предусмотренной трудовым договором;

В. может расторгнуть трудовой договор с работодателем;

14. Индивидуальные трудовые споры рассматриваются:

А. в комиссии по трудовым спорам; Б. в суде;

В. у непосредственного начальника;

Г. в налоговой инспекции по месту жительства;

15. Указать корректные высказывания:

А. работник имеет право расторгнуть Трудовой договор, предупредив об этом работодателя в письменной форме за 2 недели;

Б. в случае, когда работник сам подал заявление об увольнении, то после подачи он уже не сможет отозвать его;

В. по истечении срока предупреждения об увольнении работник имеет право прекратить работу;

Г. если по истечении срока предупреждения об увольнении Трудовой договор не был расторгнут, и работник не настаивает на увольнении, то действие договора продолжается;

16. В случае признания судом увольнения или перевода работника на другую работу незаконным:

А. работник должен быть восстановлен на прежней работе;

Б. работник не должен быть восстановлен на прежней работе;

В. работник должен получить средний заработок за время вынужденного прогула или разницу в заработке за все время выполнения нижеоплачиваемой работы;

17. Административными проступками являются:

А. невыполнение условий сделки; Б. нарушение правил дорожного движения;

В. уклонение от уплаты налогов; Д. безбилетный проезд;

Г. распитие спиртных напитков в общественном месте;

Е. контрабанда.

Дополните

18. Административным правоотношением признается _____, виновное действие или _____ физического или юридического лица, за которое установлена_____ ответственность.

19. Безработные – это трудоспособные граждане, которые не имеют _____и _____зарегистрированы в службе_____ в целях поиска подходящей работы и готовы приступить к ней.

20. Приказ работодателя о применении дисциплинарного взыскания должен быть объявлен работнику в течение _____ дней.

Часть Б

Задача №1: Иванова С.И. после окончания колледжа нашла временную работу, т.к. ее родители нуждались в уходе по состоянию здоровья. Некоторое время спустя родители вышли на пенсию и Иванова С.И. хотела зарегистрироваться в качестве безработной в центре занятости, но ей было отказано. Что могло послужить причиной отказа Ивановой в качестве безработной?

Задача №2: Симонов В.В. был переведен на другую должность в связи с реорганизацией предприятия. Права ли администрация, назначая ему при переводе испытательный срок, мотивируя это отличие в профиле работы?

Задача №3: Усманова М.Р. работает в бухгалтерии ОАО «Парус». Она обратилась к администрации с просьбой установить ей сокращенный рабочий день, т.к. у нее ребенок – инвалид 11 лет. Рассмотрев ее заявление, ей ответили, что неполное рабочее время установят, но заработная плата будет меньше и отпуск, соответственно сократится. Права ли администрация?

Задача №4: Для проведения столярных работ организация заключила договор со столяром Петровым И.С., временно нигде не работающим. Он обязался в течение месяца выполнить ряд строительных работ, а администрация должна была уплатить ему определенную сумму денег. Выполняя работу, Петров упал с лестницы и в течение 2-х недель был нетрудоспособен, поэтому работу он завершил позднее. При производстве расчета за выполненную работу Петров потребовал, чтобы ему был оплачен листок нетрудоспособности за время болезни, поскольку он получил травму на работе. Помимо этого, он потребовал, чтобы поступление на работу и увольнение с нее были записаны в трудовую книжку для подтверждения стажа работы. Как должна поступить администрация?

Задача №5: Выпускник ПНК учится на 4 курсе Вуза заочно. Написал заявление на отпуск на время сессии, но его руководитель отказал. Правомерно ли поступил руководитель?

Задача №6: Работник обратился в пенсионный фонд для оформления пенсии по старости. Ему отказали. Как выдумаете, что явилось причиной отказа в назначении пенсии?

Автономная некоммерческая организация среднего профессионального образования
«Цифровой колледж «Синергия»

УТВЕРЖДЕНО
директором колледжа в составе образовательной
программы по специальности *42.02.01 Реклама*

Тест
для промежуточной аттестации
по дисциплине
ОП.09. Основы права и управления в рекламной деятельности

Инструкция по выполнению теста
Тест состоит из 2 частей.
Часть А – тестовые задания. В заданиях 1-17 необходимо выбрать один или несколько правильных ответов. В заданиях 18-20 необходимо правильный ответ записать словом или словосочетанием.
Часть Б – решить задачу: ответ написать словами.
Внимательно прочитайте задания и ответы запишите на бланке.
Время выполнения задания – 40 минут

2 вариант

Часть А

Выберите один или несколько правильных ответов

1. Исключить лишнее:
А. статус индивидуального предпринимателя наступает с момента подачи документов;
Б. статус индивидуального предпринимателя наступает с момента государственной регистрации;
В. статус индивидуального предпринимателя наступает с момента получения регистрационного свидетельства;

2. Административное право – это отрасль законодательства, которая регулирует отношения в сфере:
А. бизнеса Б. управления
В. Культуры Г. образования

3. Исключить лишнее:
Собственник имущества по своему усмотрению может:
А. совершать в отношении имущества любые действия, не противоречащие закону;
Б. отдавать свое имущество в залог;
В. оставить по своему желанию наследникам;
Г. совершать в отношении имущества действия только с согласия нотариуса;

4. Назвать корректные выражения:
А. отказ от государственной регистрации юридического лица допускается только в случае не предоставления необходимых документов;
Б. отказа от государственной регистрации юридического лица не может быть ни при каких условиях;
В. отказ от государственной регистрации юридического лица может быть в случае нецелесообразности данного бизнеса;
Г. государственная регистрация юридического лица состоит во внесении записи о вновь созданном юридическом лице в единый государственный реестр юридических лиц;

5. Исключить лишнее: Прекращение трудовых отношений после причинения вреда работодателю:
А. возможно, но это влечет за собой освобождение стороны трудового договора от материальной ответственности;
Б. возможно, но это не влечет за собой освобождение стороны трудового договора от материальной ответственности;
В. невозможно до тех пор, пока не будет возмещен материальный ущерб;

6. Причинами расторжения трудового договора по инициативе работодателя являются:
А. признание работника нетрудоспособным;
Б. смерть работника;
В. неоднократное неисполнение работником трудовых обязанностей;
Г. сокращение численности работников;
Д. не избрание на должность;

7. Купить акции предприятия - это значит:
А. стать кредитором предприятия;
Б. стать совладельцем предприятия;
В. нести ответственность за долги АО;

8. Работник обязан приступить к исполнению обязанностей со дня определенного:
А. уставом фирмы; Б. приказом директора фирмы;
В. трудовым договором; Г. письменным заявлением работника;

9. Укажите существенные условия трудового договора
А. место работы;
Б. место жительства работника;
В. дата начала работы;
Г. наименование должности, специальности, профессии с указанием квалификации;
Д. условия оплаты;
Е. социальные выплаты;

10. Комиссия по трудовым спорам при отсутствии работника по уважительной причине:

А. не рассматривает трудовой спор;

Б. рассматривает трудовой спор;

В. требует документального подтверждения уважительной причины отсутствия работника;

11. Согласно ФЗ №218 от 13 июля 2015 г. «О государственной регистрации недвижимости», зарегистрировать такие объекты можно только при наличии следующих документов:

А. паспорт;

Б. правоустанавливающий документ на земельный участок;

В. разрешение местных органов власти;

Г. документы о межевания земельного участка;

12. Трудовые споры, рассматриваемые в суде,

А. облагаются судебной пошлиной;

Б. освобождают работника от оплаты пошлины и судебных расходов;

В. судебная пошлина и судебные расходы оплачиваются за счет работодателя;

13. Несовершеннолетние работники могут быть привлечены к полной материальной ответственности:

А. на общих основаниях с остальными категориями работников;

Б. только при умышленном причинении вреда;

В. при умышленном причинении вреда, а также причинении вреда в состоянии алкогольного, наркотического или иного токсического опьянения;

14. Исключить лишнее:

Прекращение прав собственности возникает:

А. при отчуждении собственности другим лицом;

Б. при принудительном изъятии у собственника имущества;

В. гибели или уничтожении имущества;

Г. при обращении взыскания на имущество по обязательствам;

15. Условиями ограничения гражданской правоспособности физического лица являются:

А. достижение 18 лет; Б. лишение свободы;

В. служба в армии; Г. вступление в брак;

Д. выполнение гражданином должностных функций;

16.Указать корректные выражения:

А. передача перехода права собственности в доверительное управление влечет переход права собственности доверительному управляющему;

Б. при разделе имущества, находящегося в совместной собственности выдел доли каждого, определяется только судом;

В. при разделе совместного имущества доля каждого признается равной;

Г. доверительный управляющий осуществляет управление имуществом только по своему усмотрению;

Дополните

17. При сокращении работника и ликвидации фирмы работодатель должен выдать работнику _____ об увольнении за ____ месяца, и должен выплатить работнику _____ в размере _____ за _____ месяца.

18. Заключение трудового договора допускается с лицами, достигшими ____лет.

19. Трудовая книжка является основным документом о трудовой деятельности и _____ работника. В ней записываются_____, а в случае увольнения работника трудовая книжка должна быть выдана в течение _____дней.

20. Неиспользование земельного участка из земель сельхоз. назначения для ведения сельхоз. производства согласно КоАП РФ СТ.8.8 п.2 влечет наложения штрафа на граждан в размере _____ кадастровой стоимости земельного участка.

Часть Б

Задача №1: Хитрова А.И. была принята на временную работу с 5 января сроком на 4 месяца для замены нормировщицы Евсеевой Г.Л., которая ушла в декретный отпуск по беременности и родам. После этого отпуска Евсеева получила дополнительно 6-ти месячный отпуск по уходу за ребенком. В общей сложности Хитрова заменяла Евсееву непрерывно 10 месяцев. По возвращении Евсеевой из отпуска Хитрова была уволена без выплаты выходного пособия и компенсации за отпуск-как временный работник. Права ли администрация в этом решении?

Задача №2: Иванов В.А. работал в ООО «Вымпел» по трудовому договору и заболел. Срок действия его договора истек во время его болезни, и его уволили. Правомерно ли такое увольнение?

Задача №3: Работодатель 4 месяца не платил заработную плату Сидорову М.С. Что посоветуете вы ему в этой непростой ситуации?

Задача №4: Иванов И.Д., управляя автомашиной по доверенности, совершил наезд на Смирнова С., переходившего проезжую часть, в результате чего последний был доставлен в больницу. По излечении Смирнов предъявил гражданский иск к собственнику имущества о возмещении материального и морального вреда. Правильно ли поступил потерпевший?

Задача №5: Выпускник ПНК учится заочно, желает получить высшее образование. Во время очередной сессии руководство организации вынуждает его брать очередной отпуск. Законно ли это? Можно ли что-нибудь изменить, учитывая, что он уже написал заявление на очередной отпуск?

Задача №6: Ребенку 10 лет, он часто болеет. В текущем году работница уже 45 дней была на больничном по уходу за ребенком. Оплатит ли ей работодатель очередной больничный?

3 семестр

Форма промежуточной аттестации – ***дифференцированный зачет.***

Вид – тест.

Каждый тест состоит из 20 вопросов и имеет 1 вариант.

Время выполнения задания – 40 мин.

Критерии оценивания теста

Каждый правильный ответ оценивается в 1 балл.

Максимальное количество баллов – 20.

Оценка	Критерии оценивания
«Отлично»	правильное выполнено 20-18 заданий
«Хорошо»	правильное выполнено 17-15 заданий
«Удовлетворительно»	правильное выполнено 14-11 заданий
«Неудовлетворительно»	правильное выполнено 10 и менее заданий.

Автономная некоммерческая организация среднего профессионального образования
«Цифровой колледж «Синергия»

УТВЕРЖДЕНО
директором колледжа в составе образовательной
программы по специальности *42.02.01 Реклама*

Тест по дисциплине
ОП.09. Основы права и управления в рекламной деятельности
для специальности 42.02.01 Реклама

Инструкция
Внимательно прочитайте задания и запишите правильные ответы.
Блок 1 – Выберите один правильный ответ
Блок 2 – Выберите несколько правильных ответов
Блок 3 – Установите соответствие
Блок 4 – Установите последовательность действий
Блок 5 – Задание на классификацию
Время выполнения – 40 минут.

Блок 1. Выберите один правильный ответ

1. Информация, содержащая некорректные сравнения рекламируемого товара с другими товарами, находящимися в обороте, порочит честь и достоинство, носит название:
А) непристойная
Б) некорректная
В) недостоверная
Г) недобросовестная

2. Нормативный акт — это...
А) Официальный документ, содержащий общеобязательные правила поведения
Б) Решение суда по конкретному делу
В) Общепринятое правило в обществе
Г) Соглашение между государствами

3. Характеристикой нормативного акта НЕ является:
А) Индивидуальное применение
Б) Содержание общеобязательных правил
В) Официальная публикация
Г) Наличие юридической силы

4. Выберите орган, выдающий токен маркировки рекламы:
А) ФАС; Б) Роскомнадзор; В) ОРД;
Г) ЕРИР Д) все вышеперечисленное.

5. Маркировке рекламы НЕ подлежит:
А) Текстово-графические объявления; Б) Подкасты;
В) Исчезающие сториз; Г) ТВ реклама

6. Выберите источник права, не являющимся основным в Российской Федерации:
А) Нормативный договор
Б) Нормативный акт
В) Правовой обычай
Г) Правовая доктрина

7. Укажите роль судебного прецедента в системе источников права в России:
А) Является основным источником права
Б) Имеет такую же силу, как и нормативные акты
В) Используется как вспомогательное средство для толкования норм
Г) Не имеет значения в российской правовой системе

8. Выберите товары, на которых реклама не запрещена:
А) психотропных веществ;
Б) пиротехнических изделий;
В) тканей человека;
Г) наркотических веществ.

9. Публичное опровержение недостоверной рекламы называется:
А) контрреклама;
Б) опровержение;
В) контраргументация;
Г) контрафакт.

10. Запрещено рекламировать:
А) охоту;
Б) психотропные лекарства;
В) кинофильмы, содержащие сцены насилия;
Г) алкогольные напитки

Блок 2. Выберите несколько правильных ответов

11. К обстоятельствам форс-мажора относится:
А) природные катастрофы
Б) банкротство
В) введение новых законов или нормативных актов, которые делают выполнение договора невозможным
Г) смерть учредителя компании.

12. Закон «О рекламе» не распространяется на:
А) информацию социального характера о благотворительном сборе средств;
Б) на недобросовестную рекламу;
В) вывески, указатели;
Г) на недостоверную рекламу

13. В общие требования к рекламе входит:

А) достоверность
Б) сравнительные характеристики
В) этичность
Д) маркировка.

14. **Проверкой рекламного креатива на соответствие закону является:**

А) достоверно раскрывает ассортимент и комплектацию товаров
Б) не содержит иностранных слов, которых могут исказить смысл
В) привлекает внимание из прочих
г) не содержит орфографических ошибок.

Блок 3. Установите соответствие

15. Установите соответствие между ситуациями и примерами, не подлежащими маркировке:

Ситуация	Пример
1. Перечисление нескольких услуг или товаров без специального фокуса на одном из них	А) Блогер показывает, как делает маникюр, используя при этом лак для ногтей конкретной фирмы
2. Перечисление собственных продуктов без акцента на одном из них	Б) Список предновогодних спектаклей в Санкт-Петербурге
3. Использование в кадре продукта какого-либо бренда по назначению без привлечения к нему внимания	В) Обзор на несколько брендов косметики
4. Анонсы нескольких событий без активного приглашения на одно из них	Г) Топ-10 самых популярных кухонных столов на сайте магазина мебели

16. Установите соответствие между понятием и определением способов правового регулирования:

Понятие	Определение
1. Дозволение	А) Совершать активные действия, указанные в законе или договоре
2. Обязывание	Б) Воздержаться от определенных действий, определенного поведения
3. Запрещение	В) совершать определенные действия в своих интересах

Блок 4. Установите последовательность действий

17. Установите правильную последовательность процесса маркировки рекламы:

А) выбрать подходящего оператора ОРД
Б) получить уникальный идентификатор
В) загрузить рекламный материал
Г) отправить отчет в ОРД
Д) добавить токен в рекламу

18. Установите правильную последовательность порядка размещения наружной рекламы:

А) Обратиться в администрацию города, чтобы оставить заявку на разрешение монтажа вашей рекламы

Б) Получить разрешение от владельца стенда (или другой недвижимости). Это может быть фасад здания, растяжка, билборд и так далее.

В) Согласовать размещение рекламы с архитектурной службой города.
Г) Установить рекламу.
Д) Снять ее, как только разрешение потеряет свою силу.

Блок 5. Задание на классификацию

19. Распределите характеристики по видам рекламы:

Вид рекламы	Характеристика
1. Недобросовестная 2. Недостоверная	А) Вводит в заблуждение о производителе Б) Вводит в заблуждение о преимуществах товара В) портят репутацию конкурентов Г) оскорбляет

19. Распределите виды рекламы согласно их запретам/ разрешениям:

Запрет/разрешение	Вид рекламы
1. Реклама, разрешенная законом 2. Реклама, запрещенная законом	А) Реклама табачных изделий Б) Реклама финансовых услуг В) Реклама алкогольной продукции Г) Реклама лекарственных средств Д) Социальная реклама здорового образа жизни

1.2. Сформированность компетенций обучающихся

В результате освоения дисциплины ОП.09. Основы права и управления в рекламной деятельности обучающийся должен показать также сформированность общих компетенций (ОК):

Результат (общие компетенции)	*Основные показатели*
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам	- самостоятельно организует свою деятельность по выданным заданиям - умеет оценить свои возможности для выполнения поставленных целей, задач, заданий по дисциплине
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	- осуществляет поиск информации в сети Интернет и различных электронных носителях - извлекает информацию с электронных носителей - использует средства ИТ для обработки и хранения информации - представляет информацию в различных формах с использованием разнообразного программного обеспечения - создает презентации в различных формах
ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и *финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях*[2]	- берет на себя ответственность за принятое решение/совершенный поступок - ответственно выполняет разовые/постоянные поручения в группе - может спрогнозировать результат - умеет оценить свои действия, поступки и проанализировать их
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	- устанавливает позитивный стиль общения - выбирает стиль общения в соответствии с ситуацией - признает чужое мнение - при необходимости отстаивает собственное мнение - принимает критику - ведет деловую беседу в соответствии с этическими нормами - соблюдает официальный стиль при оформлении документов - выполняет письменные и устные рекомендации преподавателя - способен к эмпатии - организует коллективное обсуждение рабочей ситуации

[2] *Выделенное курсивом не формируется в рамках данной дисциплины*

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	- умеет передавать информацию другому человеку - способен правильно формулировать свои мысли в устной и письменной формах - способен письменно оформлять свои мысли
ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, *применять стандарты антикоррупционного поведения*[3].	- ведет деловую беседу в соответствии с этическими нормами - признает чужое мнение - способен к эмпатии - не обманывает - старается выполнять задания сам, не прибегая к помощи других
ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и *иностранно*м языках	- осуществлять эффективный поиск необходимой информации в российских и зарубежных источниках: нормативно-правовой документации, стандартов, научных публикации, технической документации;

Критерии оценивания

2 балла - компетенция проявляется постоянно в полной мере (сформирована полностью);
1 балл - компетенция проявляется иногда или неполностью (частично сформирована);
0 баллов - компетенция не проявляется (не сформирована).

Оценка ***профессиональных компетенций (ПК)*** происходит через освоенные знания и умения.

Результат (профессиональные компетенции)	*Основные показатели*
ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий. ПК 2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и	**уметь:** $У_1$ - применять требования законодательных и других нормативных актов при организации и выполнении работ; $У_2$ - защищать свои права в соответствии с трудовым законодательством Российской

[3] *Выделенное курсивом не формируется в рамках данной дисциплины*

мероприятий. ПК 2.2. Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах. ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет. ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании. ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.	Федерации; $У_3$ - использовать современные технологии менеджмента; $У_4$ - организовывать работу подчиненных; $У_5$ - мотивировать исполнителей на повышение качества труда; $У_6$ - обеспечивать условия для профессионально-личностного совершенствования исполнителей. **знать:** $З_1$ - нормативные правовые акты, регулирующие правоотношения в процессе профессиональной деятельности; $З_2$ - права и обязанности работников в сфере профессиональной деятельности; $З_3$ - основы экономической теории и экономических отношений; $З_4$ –функции, виды и психологию менеджмента; $З_5$ – основы организации работы коллектива исполнителей; $З_6$ – принципы делового общения в коллективе; $З_7$ – поведение в конфликтных ситуациях.

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
профессионального модуля

ПМ.01. Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта

для специальности 42.02.01 Реклама

Якутск, 2024

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледж
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024

УТВЕРЖДАЮ
Директор АНО СПО «Цифровой колледж
«Синергия»
_____ С.Н.Семенов
«15» 04 2024 г.

Рабочая программа профессионального модуля ПМ.01. Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (далее – ФГОС СПО) по *специальности 42.02.01 Реклама,* утвержденного приказом Минпросвещения России от 21.07.2023 г. № 552 (зарегистрирован в Минюсте РФ 22.08.2023 № 74908)

Организация-разработчик: АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»

Составитель: Чиннова В.С., преподаватель

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Паспорт рабочей программы профессионального модуля	4
2. Структура и содержание профессионального модуля	7
3. Условия реализации рабочей программы профессионального модуля	16
4. Контроль и оценка освоения профессионального модуля (вида деятельности)	19

1 Паспорт рабочей программы профессионального модуля ПМ.01. Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта

Рабочая программа профессионального модуля ПМ.01. Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта является частью основной профессиональной образовательной программы СПО – программы подготовки специалистов среднего звена по специальности *42.02.01 Реклама***,** входящей в состав укрупненной группы специальностей *42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело*.

1.1 Место профессионального модуля в структуре образовательной программы

Профессиональный модуль ПМ.01. Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта входит в состав профессионального цикла образовательной программы.

1.2 Требования к результатам освоения профессионального модуля

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен:

уметь:

$У_1$ – выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы;

$У_2$ - анализировать действия конкурентов, целевую аудиторию потребителей и её особенности принятия решений о покупке, результаты продвижения и продаж;

$У_3$ – распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте;

знать:

$З_1$ – современные концепции, модели поведения потребителей;

$З_2$ – факторы, влияющие на поведение потребителей;

$З_3$ – основные методы исследования поведения потребителей;

$З_4$ - основные направления рекламной деятельности;

$З_5$ - виды рекламной деятельности;

$З_6$ - структуру рекламного рынка.

иметь практический опыт в:

$ПО_1$ – определении целевой аудитории и целевой группы;

$ПО_2$ – проведении анализа объема рынка;

$ПО_3$ – проведении анализа конкурентов;

$ПО_4$ – в оформлении целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимися видом деятельности – **ВД.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта**, в том числе **профессиональными компетенциями (ПК):**

ПК 1.1. Определять целевую аудиторию и целевые группы.

ПК 1.2. Проводить анализ объема рынка.

ПК 1.3. Проводить анализ конкурентов.

ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий

и **общими компетенциями (ОК)**:

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.

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

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

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.

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

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

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

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

1.3 Количество часов, отводимое на освоение профессионального модуля

Общая учебная нагрузка обучающегося:	**354**
в том числе	
в форме практической подготовки	*244*
Объем работы обучающегося во взаимодействии с преподавателем	***258***
Самостоятельная работа обучающегося	***24***
Учебная практика	***72***
производственная практика	***72***
Промежуточная аттестация	***12***
Всего:	***354***

Обязательная часть учебной нагрузки составляет 300 часов, вариативная часть - 54 часа

2 Структура и содержание профессионального модуля

2.1 Структура, объем профессионального модуля и виды учебной деятельности

Коды профессиональных компетенций	***Наименования МДК, практик профессионального модуля***	***Всего,*** *часов*	*в том числе в форме практической подготовки*	***Учебная нагрузка обучающихся***							***Практика***	
				Всего, *часов*	***Во взаимодействии с преподавателем***				***Самостоятельная работа обучающегося,*** *часов*	***Промежуточная аттестация***	***Учебная,*** *часов*	***Производственная,*** *часов*
					занятий на уроках, часов	*практических занятий, часов*	*курсовой проект*	*Консультации*				
					в том числе							
ПК 1.1 - ПК 1.4	МДК.01.01. Поведение потребителей	**68**	**22**	56	34	22	-	-	12	-		
ПК 1.1 - ПК 1.4	МДК.01.02 Маркетинг в рекламе	**136**	**78**	118	40	78	-	-	12	6		
ПК 1.1 - ПК 1.4	УП.01 Учебная практика по ПМ.01.	**72**	**72**	72							72	
ПК 1.1 - ПК 1.4	ПП.01 Производственная практика по ПМ.01	**72**	**72**									72
ПК 1.1 - ПК 1.4	Экзамен по профессиональному модулю ПМ.01.	**6**		6						6		
	Всего по ПМ.01:	**354**	**244**	**252**	**72**	**130**	**-**	**-**	**24**	**12**	**72**	**72**

2.2 Формы промежуточной аттестации

2 семестр – дифференцированный зачет (МДК.01.01)
2 семестр – экзамен (МДК.01.02)
2 семестр – дифференцированный зачет (УП.01)
2 семестр – дифференцированный зачет (ПП.01)
2 семестр – экзамен по профессиональному модулю ПМ.01

2.3 Тематический план и содержание профессионального модуля

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)		Объем часов	В том числе в форме практической подготовки	Формируемые компетенции
МДК.01.01. Поведение потребителей			**68**	*22*	
Тема 1.1 Целевая аудитория и целевые группы	*Содержание учебного материала*		*48*	*18*	
	1	Определение понятий «потребление», «потребительское поведение». Поведение потребителя в процессе приобретения, потребления и избавления от товаров. Факторы внешнего влияния на поведение потребителей.	2		ОК 01- ОК 05, ОК 07, ОК 09, ПК 1.1-ПК 1.4
	2	Культура, этническая принадлежность и социальный класс. Влияние семьи и домохозяйства. Жизненный цикл семьи.	2		
	3	Социальная психология. Психология личности, лидера, группы	2		
	4	Влияние группы и влияние личности. Влияние референтной группы.	2		
	5	Внутренние факторы, влияющие на поведение потребителей. Процесс принятия решения о покупке	2		
	6	Ситуационные факторы в процессе принятия решения о покупке	2		
	7	Манипуляции: виды, формы	2		
	8	Маркетинговые методы исследования поведения потребителя. Исследования в маркетинге. Содержание и направления маркетинговых исследований. Виды и типы исследований. Маркетинговая информация и источники ее получения	2		
	9	Маркетинговая информационная система (МИС). Структура маркетинговой информационной системы. Основные направления. Методы оценки трудоемкости и стоимости проведения маркетингового исследования. Характеристики метода сбора данных.	2		
	10	Базы данных. Основные требования к использованию баз данных. Интернет, как источник маркетинговой информации. Подходы к получению данных. Генеральная совокупность и выборка.	2		
	11	Направление изучения потребителя. Количественные и качественные исследования поведения потребителей. Опросы, наблюдение, глубинное интервью, фокус-группа.	2		
	12	Маркетинговые исследования рынка. Предплановый маркетинговый анализ. Сегментация рынка. Факторы сегментации. Целевой маркетинг. Стратегии выбора целевых сегментов.	2		

	Практические занятия		**18**	*18*	ОК 01-ОК 03, ОК 05, ОК 07-ОК 09, ПК 1.1 - ПК 1.4
	13-14	**Практическое занятие № 1.** Разработка программы маркетингового исследования.			
	15	**Практическое занятие № 2.** Расчет стоимости маркетингового исследования			
	16-17	**Практическое занятие № 3.** Исследование банка данных (по категории товара)			
	18	**Практическое занятие № 4.** Установление основных видов потребителей и товаров, как средства их удовлетворения.			
	19	**Практическое занятие № 5.** Выбор и оценка целевых сегментов			
	20	**Практическое занятие № 6.** Составление профиля сегмента			
	21	**Практическое занятие № 7.** Проведение сегментации, выбор целевой аудитории			
	Самостоятельная работа		**6**		ОК 01-ОК 03, ОК 05-ОК 09, ПК 1.1 - ПК 1.4
	Анализ и сегментация ЦА для реального бренда Сравнительный анализ ЦА продуктов-конкурентов Разработка креативной концепции для узкой ЦГ				
Тема 1.2 Восприятие и обработка информации - основа механизма принятия решения о покупке	*Содержание учебного материала*		*12*	*2*	ОК 01- ОК 05, ОК 07, ОК 09, ПК 1.1 - ПК 1.4
	1	Понятие восприятия потребителем информации о товаре. Понятие об экспозиции и внимании как элементах процесса восприятия потребителем информации.	2		
	2	Интерпретация потребителем информации как элемент процесса восприятия. Память и восприятие информации	2		
	3	Процесс восприятия информации потребителем и маркетинговая стратегия организации.	2		
	Практические занятия		**2**	*2*	ОК 01-ОК 03, ОК 05, ОК 07-ОК 09, ПК 1.1 - ПК 1.4
	4	**Практическое занятие № 8.** Визуалы, аудиалы, кинестетики (семинар)			
	Самостоятельная работа		**4**		ОК 01-ОК 03, ОК 05-ОК 09, ПК 1.1 - ПК 1.4
	Подготовка к практическому занятию № 8				
Тема 1.3 Новые товары и инновации	*Содержание учебного материала*		*6*	*2*	
	1	Понятие инноваций. Классификация инноваций по степени их воздействия на поведение потребителей. Формы новых продуктов. Факторы, влияющие на скорость диффузии инноваций. Классификация потребителей по времени восприятия ими новинок. Инноваторы, ранние освоители, раннее большинство, позднее большинство, запаздывающие.			ОК 01- ОК 05, ОК 07, ОК 09, ПК 1.1 - ПК 1.4
	Практические занятия		**2**	*2*	ОК 01-ОК 03,
	2	**Практическое занятие № 9.** Инновации в рекламной деятельности (за последние 5			ОК 05, ОК 07-

		лет) (семинар)			ОК 09, ПК 1.1 - ПК 1.4
	Самостоятельная работа		**2**		ОК 01-ОК 03, ОК 05-ОК 09, ПК 1.1-ПК 1.4
	Подготовка к практическому занятию № 9				
		Дифференцированный зачет	**2**		
		ВСЕГО по МДК.01.01	**68**	*22*	
МДК.01.02 Маркетинг в рекламе			**136**	*78*	
Тема 1.1 Сущность и содержание маркетинга, и его место в рекламной деятельности	*Содержание учебного материала*		*20*	*10*	
	1	Место маркетинга в рекламе. Понятие маркетинга. Цели и задачи маркетинга. Основные принципы маркетинга. Функции маркетинга: аналитическая, производственная, сбытовая и коммуникативная	2		ОК 01- ОК 05, ОК 07, ОК 09, ПК 1.4-ПК 1.4
	2	Рекламная деятельность: понятие, цели и задачи, основные направления. Взаимосвязь маркетинга и рекламы. Особенности использования маркетинга в рекламной деятельности. Рынок. Субъекты рекламного рынка	2		
	3	Характеристика рекламного рынка. Развитие рекламного бизнеса в России. Организация и управление маркетингом. Организация распространения и продажи товаров и услуг.	2		
	Практические занятия		**10**	*10*	ОК 01-ОК 03, ОК 05, ОК 07-ОК 09, ПК 1.1 - ПК 1.4
	4	**Практическое занятие № 1.** Схемы функций маркетинга и способы их реализации			
	5	**Практическое занятие № 2.** Маркетинговые концепции рекламных кампаний			
	6	**Практическое занятие № 3.** Анализ рекламного рынка города			
	7	**Практическое занятие № 4.** Анализ взаимосвязи маркетинга и рекламы			
	8	**Практическое занятие № 5.** Виды каналов товародвижения. Обоснование их выбора			
	Самостоятельная работа		**4**		ОК 01-ОК 03, ОК 05-ОК 09, ПК 4.1 - ПК 4.3
	Завершение идей, начатых на практических занятиях				
Тема 1.2 Маркетинговые исследования в рекламе	*Содержание учебного материала*		*18*	*10*	
	1	Маркетинговые исследования: понятие, цели, процедура поведения. Специфика маркетинговых исследований в рекламе. Основные направления маркетинговых исследований, необходимых для успешной рекламы	2		ОК 01- ОК 05, ОК 07, ОК 09, ПК 1.4-ПК 1.4
	2	Методы маркетинговых исследований потребительского рынка. Анализ деятельности субъектов рекламного рынка. Изучение аудитории различных средств	2		

		распространения информации			
	3	Фокус - группы. Мониторинг рекламной информации в основных средствах распространения рекламы. Ведущие международные и российские исследовательские фирмы в области рекламы.	2		
	4	Сегментирование рынка и выявление целевых групп потребителей. Понятие сегментирования рынка, цели, используемые критерии. Выявление целевой аудитории. Классификация целевой аудитории. Значение удачного выбора целевой аудитории для успешного проведения рекламной кампании. Проблема достоверности и доступности информации о целевых аудиториях, специфика их получения. Достижение целевой аудитории: понятие и способы	2		
	Практические занятия		**10**	*10*	ОК 01-ОК 03, ОК 05, ОК 07-ОК 09, ПК 1.1 - ПК 1.4
	5	**Практическое занятие № 6.** Создание проекта программы маркетинговых исследований			
	6	**Практическое занятие № 7.** Анализ и определение целевых аудиторий для представленных рекламных сообщений			
	7	**Практическое занятие № 8.** Разработка сценария работы с фокус-группой			
	8	**Практическое занятие № 9.** Проведение тестирования по заданным темам			
	9	**Практическое занятие № 10.** Кейс-задание «Анализ целевой аудитории по заданным рекламным кампаниям»			
Тема 1.3 Разработка комплекса маркетинговых мероприятий в области рекламы	*Содержание учебного материала*		*26*	*20*	ОК 01- ОК 05, ОК 07, ОК 09, ПК 1.4-ПК 1.4
	1	Основные элементы комплекса маркетинговых мероприятий – разработка товаров и услуг, ценообразование, формирование каналов сбыта, стимулирование сбыта. Специфика комплекса маркетинга для рекламы.	2		
	2	Рекламные услуги: понятие, классификация, основные формы реализации. Рекламный продукт: понятие, и требования, предъявляемые рынком к нему. Особенности изготовления рекламного продукта в зависимости от стратегии рекламной кампании и средств распространения рекламы.	2		
	3	Проблемы при разработке и изготовлении рекламного продукта. Порядок взаимоотношений между рекламодателями и производителями рекламы. Реклама в комплексе маркетинговых коммуникаций. Функции, средства распространения, фирменный блок	2		
	Практические занятия		**20**	*20*	ОК 01-ОК 03, ОК 05, ОК 07-ОК 09, ПК 1.1 - ПК 1.4
	4	**Практическое занятие № 11.** Создание рекламного сообщения, ориентированного для конкретной целевой группы			
	5-6	**Практическое занятие № 12.** Изготовление рекламного продукта в зависимости от стратегии рекламной кампании и средств распространения рекламы			

	7-9	**Практическое занятие № 13.** Разработка рекламной кампании для конкретного товара			
	10	**Практическое занятие № 14.** Разработка нового товара для рынка города			
	11-12	**Практическое занятие № 15.** Разработка фирменных атрибутов конкретной компании			
	13	**Практическое занятие № 16.** Оценка рекламных обращений методом семантического дифференциала			
Тема 1.4. Ценообразование в рекламе	*Содержание учебного материала*		*16*	*10*	ОК 01- ОК 05, ОК 07, ОК 09, ПК 1.4-ПК 1.4
	1	Общие принципы ценообразования на рекламную продукцию и рекламные услуги. Факторы, влияющие на формирование цен в сфере рекламы	2		
	2	Основные тенденции в динамике цен на отечественном рекламном рынке. Расценки на услуги рекламных агентств.	2		
	3	Стоимость исследовательских работ. Ценообразование в области производства рекламы в зависимости от средств распространения. Скидки и наценки к тарифам при размещении рекламы	2		
	Практические занятия		**10**	*10*	ОК 01-ОК 03, ОК 05, ОК 07-ОК 09, ПК 1.1 - ПК 1.4
	4	**Практическое занятие № 17.** Расчет стоимости рекламного продукта и продвижения товара			
	5	**Практическое занятие № 18.** Система скидок для сезонных товаров			
	6	**Практическое занятие № 19.** Расчет стоимости исследовательских работ			
	7	**Практическое занятие № 20.** Составление сравнительной таблицы цен на рекламные услуги в городе			
	8	**Практическое занятие № 21.** Аналитический обзор современного состояния Российского рекламного рынка			
Тема 1.5. Маркетинговые коммуникации в рекламе	*Содержание учебного материала*		*18*	*12*	ОК 01- ОК 05, ОК 07, ОК 09, ПК 1.4-ПК 1.4
	1	Маркетинговые коммуникации: понятие, их место в системе маркетинга. Основные виды маркетинговых коммуникаций и их использование в рекламной деятельности.	2		
	2	Маркетинговые коммуникации, используемые рекламными агентствами. Средства распространения рекламной информации и специфика применения отдельных элементов маркетинговых коммуникаций в рекламной деятельности: стимулирование спроса, лучных продаж, паблик рилейшнз, ярмарок и выставок.	2		
	3	Интегрированные маркетинговые коммуникации (ИМК): понятие, преимущества и недостатки.	2		
	Практические занятия		**12**		ОК 01-ОК 03, ОК 05, ОК 07-ОК 09,
	4	**Практическое занятие № 22.** Формирование концепции ИМК для предложенных видов продуктов			

	5	**Практическое занятие № 23.** Подборка наиболее эффективных маркетинговых коммуникаций к конкретному товару		*12*	ПК 1.1 - ПК 1.4
	6	**Практическое занятие № 24.** Разработка пирамиды бренда на примере известных торговых марок			
	7	**Практическое занятие № 25.** Разработка анкеты по проведению опроса на тему «Изучение востребованности услуг рекламных предприятий города»			
	8	**Практическое занятие № 26.** Проведение опроса потребителей услуг рекламных предприятий			
	9	**Практическое занятие № 27.** Составление схемы «Принятие решения о покупке рекламных услуг», используя конкретный пример			
Тема 1.6 Планирование рекламной деятельности и контроль в системе маркетинга	*Содержание учебного материала*		*30*		ОК 01- ОК 05, ОК 07, ОК 09, ПК 1.4-ПК 1.4
	1	Планирование рекламной кампании: понятие, цели, необходимость при осуществлении рекламной деятельности.	2		
	2	Разработка стратегии рекламной кампании. Разработка планов маркетинга и рекламы. Планирование рекламного бюджета. Медиапланирование: понятие, виды, порядок организации и проведение работ по реализации.	2		
	3	Контроль за реализацией комплекса маркетинговых мероприятий в рекламе. Основные источники информации для проведения контроля. Понятие эффективности в рекламе. Эффективность рекламной продукции.	2		
	4	Основные показатели эффективности. Корректировка маркетинговых мероприятий в рекламной деятельности	2		
	Практические занятия		**16**		ОК 01-ОК 03, ОК 05, ОК 07-ОК 09, ПК 1.1 - ПК 1.4
	5	**Практическое занятие № 28.** Разработка концепции рекламной кампании (формулировка миссии, формирование плана)		*16*	
	6-7	**Практическое занятие № 29.** Составление медиаплана			
	8-9	**Практическое занятие № 30.** Разработка маркетинговой части бизнес-плана			
	10	**Практическое занятие № 31.** Разработка стратегического плана рекламной кампании			
	11	**Практическое занятие № 32.** Разработка тактического плана рекламной кампании			
	12	**Практическое занятие № 33.** Защита рекламного проекта			
	Самостоятельная работа		**8**		ОК 01-ОК 03, ОК 05-ОК 09, ПК 1.1-ПК 1.4
	Оформление рекламного проекта и подготовка к его защите		2		
	Подготовка к промежуточной аттестации		6		
		Экзамен	**6**		
		ВСЕГО по МДК.01.02	**136**	*78*	

УП.01. Учебная практика по ПМ.01.	*Виды работ*	*72*	72	
	Изучение и проведение анализа целевой аудитории для вывода на рынок нового товара (по заданию) Составление портрета потребителя с основными социальными, психологическими и потребительскими характеристиками Разработка оригинального креативного рекламного решения, соответствующего указанному портрету потребителя Разработка сценария работы с фокус - группой, подтверждающий соответствие креативного решения характеристикам потребителя Создание рекламного продукта (макет) Выбор средств распространения рекламного продукта, время и способы размещения в СМИ Расчет рекламного бюджета данного проекта Формирование маркетингового раздела бизнес – плана Подготовка презентации проекта и защита его			ОК 01 -ОК 09, ПК 1.1 - ПК 1.4
	Дифференцированный зачет	**6**	**6**	
	ВСЕГО по УП.01	**72**	**72**	
ПП.01. Производственная практика по ПМ.01	*Виды работ*	*72*	72	
	Инструктаж по охране труда Знакомство с предприятием. Характеристика предприятия: название; форма собственности; вид деятельности. Основные виды деятельности; географические границы и структура целевого рынка; наиболее значимые сегменты. Основные показатели деятельности компании: занимаемая доля рынка; объемы производства и реализации. Исследование маркетинговой деятельности. Организационная служба маркетинга: структура отдела; должностные инструкции сотрудников отдела. Рассмотрение системы и способа взаимодействия между подразделениями, распределения функциональных обязанностей при подготовке совместных рекламных проектов. Изучение маркетинговых показатели, таких как: продажи, доля рынка предприятия, число клиентов предприятия и количество лояльных клиентов, распределение функций по структурам службы маркетинга и наличие подразделений рекламных и PR-служб, планирование и контроль рекламно-маркетинговой деятельности, анализ и оценка эффективности проводимых рекламно-маркетинговых мероприятий. Анализ рекламной деятельности: формы и средства рекламы, каналы распространения.			ОК 01 -ОК 09, ПК 1.1 - ПК 1.4

	Составление отчета по практике			
	Дифференцированный зачет	**6**	**6**	
	ВСЕГО ПО ПП.01	**72**	**72**	
	Экзамен по профессиональному модулю ПМ.01.	**6**		
	ИТОГО по ПМ.01.	**346**		

2.3. Вариативные часы профессионального модуля

№ п/п	Наименование темы	Объем часов	Примечание
1	**МДК. 01.01 Поведение потребителей**	**2**	Для углубления знаний и совершенствования умений и проверку запланированных результатов
	Самостоятельная работа	2	
2	**МДК.01.02 Маркетинг в рекламе**	**10**	
	Самостоятельная работа	10	
3	**ПП.01. Производственная практика по ПМ.01**	**36**	
4	**Экзамен по профессиональному модулю ПМ.01.**	**6**	Для проверки освоения вида деятельности ВД.01
	ИТОГО:	**54**	

3 Условия реализации рабочей программы профессионального модуля

3.1 Материально-техническое обеспечение

Реализация рабочей программы по профессиональному модулю ПМ.01. Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта осуществляется в лаборатории компьютерного дизайна и компьютерной графики.

Оборудование лаборатории:

- Персональный компьютер в сборе (Процессор: Intel Core I7-10700 Оперативная память: 32gb DDR4 3200 Mhz Накопитель: 1024GB ssd NVME PCI-E 4.0 Видеокарта: RTX3060 12GB) – 30 шт.
- Графические планшеты – 30 шт.
- Короткофокусный проектор Optoma X309ST - 1 шт.
- Стол ученический Классик двухместный регулируемый, №4-6 СУР А.02.46 проект НМ-035.04.02 – 12 шт.
- Стул ученический Стандарт, №4-6 СТУР А 02.46.Ф проект НМ-035.30.02 – 12 шт.
- Учебная маркерная доска белая – 1 шт.

При реализации рабочей программы профессионального модуля ПМ.01. Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта проводится учебная и производственная практика.

Материально-техническое оснащение практик представлены в рабочей программе практики.

3.2 Информационное обеспечение обучения

Нормативные акты:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть первая: федер. закон № 51-ФЗ от 21.10.1994г.
2. Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 "О защите прав потребителей"
3. Закон РСФСР от 22.03.1991 N 948-1 "О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках",
4. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе».

Учебная литература:

1. Семенова Л. М. Маркетинг в рекламе. Имиджбилдинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. М. Семенова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 141 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11529-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/517793 (дата обращения: 10.03.2024).

Электронные образовательные ресурсы:

Сайты, блоги, электронные библиотеки

1. Официальный сайт журнала Индустрия рекламы. Сайт. [Электронный ресурс]. URL: http://www.ir-magazine.ru

2. Официальный сайт журнала Практики рекламы. [Электронный ресурс]. URL: http://www.prosmi.ru/magazine/practic

3. Официальный сайт журнала Рекламные идеи. [Электронный ресурс]. URL: http://www.advi.ru

4. Журнал «Реклама. Теория и практика». [Электронный ресурс]. URL: http://www.vsetrening.ru/magazine/grebennikov-advertising-practice/

5. Справочник от автор24. Маркетинговые исследования в рекламе [Электронный ресурс]. URL: Маркетинговые исследования в рекламе

6. Анализ рекламы: инструкция, как анализировать рекламу с примерами [Электронный ресурс]. URL: Анализ рекламы: инструкция, как анализировать рекламу с примерами

Дополнительная электронная литература/учебные пособия, материалы, статьи

1. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта: учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 502 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05261-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — [Электронный ресурс]. URL: https://urait.ru/bcode/535961

2. Тимур Гусейнов, аккаунт-стратег в Google Marketing Solutions: — Электронная книга “Практикум по видео-рекламе: настройки, кейсы, продакшн”. [Электронный ресурс]. URL: Praktikum_po_videoreklame.compressed.pdf

3. Бизнес-секреты. Что влияет на поведение потребителя и как его анализировать [Электронный ресурс]. URL: https://secrets.tbank.ru/glossarij/povedenie-potrebitelya/?utm_referrer=https%3A%2F%2Fwww.yandex.ru%2F&internal_source=copypaste

Видеоматериалы/ виртуальные музеи/интерактивные презентации

1. Курс лекций А. Назайкина."Копирайтинг: XXI век". [Электронный ресурс]. URL: Курс лекций А.Назайкина «Копирайтинг: 21 век»: коммуникация, автор, текст

2. Виды потребительского поведения. Онлайн бесплатно на RUTUBE. [Электронный ресурс]. URL: https://rutube.ru/tags/video/57802/

Тренажеры/ тесты/ кейсы/ материал для практикума/ бесплатные онлайн курсы

1. Три бесплатных сервиса для A/B-тестирования [Электронный ресурс]. URL: Три бесплатных сервиса для A/B-тестирования - Alente

3.3 Учебно-методическое обеспечение

По профессиональному модулю ПМ.01. Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта создана учебно-методическая документация:

– Рабочая программа;

– Оценочные материалы;

– Методические указания по выполнению заданий на практических занятиях;

– Методические указания по выполнению самостоятельной работы.

3.4. Общие требования к организации образовательного процесса

Освоение обучающимися профессионального модуля ПМ.01. Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта проходит в Колледже и на предприятиях города.

Профессиональный модуль ПМ.01. изучается в течение одного семестра.

Учебная практика проводится концентрированно в объеме 72 часов.

Производственная практика проводится концентрировано после изучения всех МДК и освоения видов работ учебной практики на предприятиях/организациях на основании заключенных договоров о практической подготовке.

Самостоятельная работа организована в МДК.01.01 и МДК.01.02 в пределах часов учебного плана в соответствии с методическими указаниями, разработанными преподавателями.

3.5. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по профессиональному модулю:

Наличие высшего профессионального образования, соответствующего профилю модуля ПМ.01. Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта *по специальности 42.02.01 Реклама*.

Опыт деятельности в соответствующей профессиональной сфере необходим.

4 Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля (вида деятельности)

Контроль и оценка результатов освоения содержания ПМ.01. Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта обучающимся осуществляется преподавателем на занятиях по итогам выполнения заданий на уроках, практических занятиях, учебной и производственной практике и самостоятельной работы.

Оценка качества освоения программы профессионального модуля обучающимся включает текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию.

Код и наименование формируемых компетенций	***Практический опыт, умения, знания***	***Формы контроля и оценки результатов освоения***	
		Текущий контроль	***Промежуточная аттестация***
ПК 1.1. Определять целевую аудиторию и целевые группы	**знать:** $З_1$ – современные концепции, модели поведения потребителей; $З_2$ – факторы, влияющие на поведение потребителей; $З_3$ – основные методы исследования поведения потребителей;	МДК.01.01 *- устный опрос* *- выполнение заданий на практических занятиях* *- выполнение заданий самостоятельной работы*	*- дифференцированный зачет*
		МДК.01.02 *- устный опрос* *- выполнение заданий на практических занятиях* *выполнение заданий самостоятельной работы*	*- экзамен*
	уметь: $У_1$ – выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; $У_2$ - анализировать действия конкурентов, целевую аудиторию потребителей и её особенности принятия решений о покупке, результаты продвижения и продаж; **иметь практический опыт в:** $ПО_1$ – определении целевой аудитории и целевой группы;	УП.01. Учебная практика *- комплексный контроль в ходе выполнения видов работ*	*- дифференцированный зачет*
		ПП.01. Производственная практика *- комплексный контроль в ходе выполнения видов работ*	*- дифференцированный зачет*
			- экзамен по профессиональному модулю ПМ.01.

Код и наименование формируемых компетенций	***Практический опыт, умения, знания***	***Формы контроля и оценки результатов освоения***	
		Текущий контроль	***Промежуточная аттестация***
ПК 1.2. Проводить анализ объема рынка	**знать:** $З_3$ – основные методы исследования поведения потребителей; $З_4$ - основные направления рекламной деятельности; $З_5$ - виды рекламной деятельности; $З_6$ - структуру рекламного рынка.	МДК.01.01 *- устный опрос* *- выполнение заданий на практических занятиях* *- выполнение заданий самостоятельной работы*	*- дифференцированный зачет*
		МДК.01.02 *- устный опрос* *- выполнение заданий на практических занятиях* *- выполнение заданий самостоятельной работы*	*- экзамен*
	уметь: $У_1$ – выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; $У_2$ - анализировать действия конкурентов, целевую аудиторию потребителей и её особенности принятия решений о покупке, результаты продвижения и продаж; $У_3$ – распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; **иметь практический опыт в:** $ПО_2$ – проведении анализа объема рынка;	УП.01. Учебная практика *- комплексный контроль в ходе выполнения видов работ*	*- дифференцированный зачет*
		ПП.01. Производственная практика *- комплексный контроль в ходе выполнения видов работ*	*- дифференцированный зачет*
			- экзамен по профессиональному модулю ПМ.01.
К 1.3. Проводить анализ конкурентов	**знать:** $З_3$ – основные методы исследования поведения потребителей;	МДК.01.01 *- устный опрос* *- выполнение заданий на практических занятиях* *выполнение заданий самостоятельной работы*	*- дифференцированный зачет*
		МДК.01.02 *- устный опрос*	*- экзамен*

Код и наименование формируемых компетенций	***Практический опыт, умения, знания***	***Формы контроля и оценки результатов освоения***	
		Текущий контроль	***Промежуточная аттестация***
		- *выполнение заданий на практических занятиях выполнение заданий самостоятельной работы*	
	уметь: $У_1$ – выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; $У_2$ - анализировать действия конкурентов, целевую аудиторию потребителей и её особенности принятия решений о покупке, результаты продвижения и продаж; $У_3$ – распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; **иметь практический опыт в:** $ПО_3$ – проведении анализа конкурентов;	УП.01. Учебная практика - *комплексный контроль в ходе выполнения видов работ*	- *дифференцированный зачет*
		ПП.01. Производственная практика - *комплексный контроль в ходе выполнения видов работ*	- *дифференцированный зачет*
			- *экзамен по профессиональному модулю ПМ.01.*
ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	**знать:** $З_4$ - основные направления рекламной деятельности; $З_5$ - виды рекламной деятельности; $З_6$ - структуру рекламного рынка.	МДК.01.01 - *устный опрос* - *выполнение заданий на практических занятиях выполнение заданий самостоятельной работы*	*дифференцированный зачет*
		МДК.01.02 - *устный опрос* - *выполнение заданий на практических занятиях выполнение заданий самостоятельной работы*	- *экзамен*
	уметь: $У_3$ – распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; **иметь практический опыт в:**	УП.01. Учебная практика - *комплексный контроль в ходе выполнения видов работ*	- *дифференцированный зачет*
		ПП.01. Производственная практика - *комплексный контроль в ходе выполнения видов*	- *дифференцированный зачет*

Код и наименование формируемых компетенций	*Практический опыт, умения, знания*	*Формы контроля и оценки результатов освоения*	
		Текущий контроль	*Промежуточная аттестация*
	$ПО_4$ – в оформлении целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.	*работ*	
			- экзамен по профессиональному модулю ПМ.01.

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся, не только сформированность профессиональных компетенций (ПК), но и **общих компетенций** (ОК):

Результаты (сформированные общие компетенции)	**Основные показатели оценки результата**	***Формы контроля и оценки результатов освоения***	
		Текущий контроль	***Промежуточная аттестация***
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	- самостоятельно организует свою деятельность по выданным заданиям - умеет оценить свои возможности для выполнения поставленных целей, задач, заданий	*комплексный контроль в ходе выполнения видов работ по МДК.01.01, МДК.01.02, УП.01, ПП.01*	*- дифференцированный зачет (МДК.01.01, УП.01, ПП.01)* *- экзамен (МДК.01.02)* *- Экзамен по профессиональному модулю ПМ.01*
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	- осуществляет поиск информации в сети Интернет и различных электронных носителях - извлекает информацию с электронных носителей - использует средства ИТ для обработки и хранения информации - представляет информацию в различных формах с использованием разнообразного программного обеспечения - создает презентации в различных формах		
ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую	- берет на себя ответственность за принятое решение/совершенный поступок - ответственно выполняет разовые/постоянные поручения в группе		

деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	- может спрогнозировать результат - умеет оценить свои действия, поступки и проанализировать их - знает основную нормативную документацию по предпринимательской деятельности и может ее найти в поисковых системах; - определяет возможности/невозможности предпринимательства той или иной возникшей ситуации - успешно учится, выполняет повседневные поручения/обязанности, связанные с финансами (оплата проезда, покупка продуктов, обеда) - владеет навыками обращения с банковскими картами		
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	- устанавливает позитивный стиль общения - выбирает стиль общения в соответствии с ситуацией - признает чужое мнение - при необходимости отстаивает собственное мнение - принимает критику - ведет деловую беседу в соответствии с этическими нормами - соблюдает официальный стиль при оформлении документов - выполняет письменные и устные рекомендации преподавателя - способен к эмпатии - организует коллективное обсуждение рабочей ситуации		
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	- умеет передавать информацию другому человеку - способен правильно формулировать свои мысли в устной и письменной формах - способен письменно оформлять свои мысли		
ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских	- не участвует в запрещенных группировках; - не проводит антироссийскую пропаганду; - уважительно относится к сверстникам, окружающим, старшим и младшим; - не хамит, не грубит		

духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения	- применяет в своем поведении стандарты антикоррупционного поведения		
ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях	- поддерживает чистоту в кабинете/лаборатории и на своем рабочем месте - адекватно реагирует на внезапное изменение ситуации (звонок, сирена, сигнал тревоги) - владеет информацией по рациональной организации технологического процесса - знает правила безопасного ведения работ		
ОК 08. Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности.	- посещает учебные занятия, практику; - отсутствие пропусков по болезни - посещение спортивных секций в колледже и вне (по различным видам спорта) - ведет здоровый образ жизни		
ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.	- осуществлять эффективный поиск необходимой информации в российских и зарубежных источниках: нормативно-правовой документации, стандартов, научных публикации, технической документации; - уметь применять лексику и грамматику иностранного языка для перевода текста, содержание которого включает профессиональную лексику; - уметь анализировать, систематизировать и применять в профессиональной деятельности информацию, содержащуюся в документации профессиональной области.		

Критерии и методы оценки сформированности знаний, умений и приобретённый практический опыт, а также освоенные общие и профессиональные компетенции отражены в оценочных материалах профессионального модуля ПМ.01. Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта.

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ

СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

«ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

учебной практики

УП.01. Учебная практика по ПМ.01.

для специальности 42.02.01 Реклама

Якутск, 2024

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г.)

УТВЕРЖДАЮ
Директор АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»
_____ С.Н.Семенов
«15» 04 2024 г.

Рабочая программа учебной практики УП.01. Учебная практика по ПМ.01. разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (далее – ФГОС СПО) по *специальности 42.02.01 Реклама,* утвержденного приказом Минпросвещения России от 21.07.2023 г. № 552 (зарегистрирован в Минюсте РФ 22.08.2023 № 74908)

Организация-разработчик: АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»

Составитель:

Чиннова В.С., преподаватель

ОГЛАВЛЕНИЕ

	стр.
1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ	4
2. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	7
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ	8
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ	11

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ
УП.01. Учебная практика по ПМ.01.

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа учебной практики УП.01. Учебная практика по ПМ.01. является частью основной профессиональной образовательной программы СПО – программы подготовки специалистов среднего звена по специальности *42.02.01 Реклама, входящей в состав укрупненной группы специальностей 42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело*.

1.2. Место учебной практики в структуре образовательной программы:

Учебная практика является частью профессионального модуля ПМ.01. Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта и проводится концентрировано после изучения МДК.01.01 и МДК.01.02.

1.3. Цели учебной практики – требования к результатам

Учебная практика направлена на формирование у обучающихся умений, приобретение практического опыта по ПМ.01. Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта:

уметь:

$У_1$ – выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы;

$У_2$ - анализировать действия конкурентов, целевую аудиторию потребителей и её особенности принятия решений о покупке, результаты продвижения и продаж;

$У_3$ – распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте;

иметь практический опыт в:

$ПО_1$ – определении целевой аудитории и целевой группы;

$ПО_2$ – проведении анализа объема рынка;

$ПО_3$ – проведении анализа конкурентов;

$ПО_4$ – в оформлении целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимися видом деятельности – **ВД.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта,** в том числе **профессиональными компетенциями (ПК):**

ПК 1.1. Определять целевую аудиторию и целевые группы.

ПК 1.2. Проводить анализ объема рынка.

ПК 1.3. Проводить анализ конкурентов.

ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий

и **общими компетенциями (ОК)**:

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.

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

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

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.

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

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

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

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

1.4. Количество часов на освоение учебной практики

Общее количество часов – 72 часа (2 недели),

в том числе в форме практической подготовки – 72 часа

1.5. Формы промежуточной аттестации

2 семестр – дифференцированный зачет (УП.01.)

2. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

УП.01. Учебная практика по ПМ.01.

	Содержание учебной практики, виды работ, обеспечивающие формирование умений и приобретение практического опыта	Объем часов	В т.ч. практическая подготовка
Виды работ			
1	Знакомство с программой учебной практики, сроками и условиями выполнения работ. Требования охраны труда	2	2
2	Изучение и проведение анализа целевой аудитории для вывода на рынок нового товара (по заданию)	4	4
3	Составление портрета потребителя с основными социальными, психологическими и потребительскими характеристиками	6	6
4	Разработка оригинального креативного рекламного решения, соответствующего указанному портрету потребителя	6	6
5	Разработка сценария работы с фокус - группой, подтверждающий соответствие креативного решения характеристикам потребителя	6	6
6	Создание рекламного продукта (макет)	12	12
7	Выбор средств распространения рекламного продукта, время и способы размещения в СМИ	6	6
8	Расчет рекламного бюджета данного проекта	6	6
9	Формирование маркетингового раздела бизнес – плана	12	12
10	Подготовка презентации проекта и его защита	6	6
11	**Дифференцированный зачет**	**6**	6
	ИТОГО по УП.01.	**72**	**72**

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

3.1. Материально-техническое обеспечение

Реализация рабочей программы учебной практики УП.01. Учебная практика по ПМ.01. проходит в лаборатории компьютерного дизайна и компьютерной графики.

Оборудование лаборатории:

- Персональный компьютер в сборе (Процессор: Intel Core I7-10700 Оперативная память: 32gb DDR4 3200 Mhz Накопитель: 1024GB ssd NVME PCI-E 4.0 Видеокарта: RTX3060 12GB) – 30 шт.
- Графические планшеты – 30 шт.
- Короткофокусный проектор Optoma X309ST - 1 шт.
- Стол ученический Классик двухместный регулируемый, №4-6 СУР А.02.46 проект НМ-035.04.02 – 12 шт.
- Стул ученический Стандарт, №4-6 СТУР А 02.46.Ф проект НМ-035.30.02 – 12 шт.
- Учебная маркерная доска белая – 1 шт.

3.2 Информационное обеспечение обучения

Нормативные акты:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть первая: федер. закон № 51-ФЗ от 21.10.1994г.

2. Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 "О защите прав потребителей"

3. Закон РСФСР от 22.03.1991 N 948-1 "О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках",

4. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе».

Учебная литература:

1. Семенова Л. М. Маркетинг в рекламе. Имиджбилдинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. М. Семенова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 141 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11529-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/517793 (дата обращения: 10.03.2024).

Электронные образовательные ресурсы:

Сайты, блоги, электронные библиотеки

1. Официальный сайт журнала Индустрия рекламы. Сайт. [Электронный ресурс]. URL: http://www.ir-magazine.ru

2. Официальный сайт журнала Практики рекламы. [Электронный ресурс]. URL: http://www.prosmi.ru/magazine/practic

3. Официальный сайт журнала Рекламные идеи. [Электронный ресурс]. URL: http://www.advi.ru

4. Журнал «Реклама. Теория и практика». [Электронный ресурс]. URL: http://www.vsetrening.ru/magazine/grebennikov-advertising-practice/

5. Справочник от автор24. Маркетинговые исследования в рекламе [Электронный ресурс]. URL: Маркетинговые исследования в рекламе

6. Анализ рекламы: инструкция, как анализировать рекламу с примерами [Электронный ресурс]. URL: Анализ рекламы: инструкция, как анализировать рекламу с примерами

Дополнительная электронная литература/учебные пособия, материалы, статьи

1. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта: учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 502 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05261-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — [Электронный ресурс]. URL: https://urait.ru/bcode/535961

2. Тимур Гусейнов, аккаунт-стратег в Google Marketing Solutions: — Электронная книга “Практикум по видео-рекламе: настройки, кейсы, продакшн”. [Электронный ресурс]. URL: Praktikum_po_videoreklame.compressed.pdf

3. Бизнес-секреты. Что влияет на поведение потребителя и как его анализировать [Электронный ресурс]. URL: https://secrets.tbank.ru/glossarij/povedenie-potrebitelya/?utm_referrer=https%3A%2F%2Fwww.yandex.ru%2F&internal_source=copypaste

Видеоматериалы/ виртуальные музеи/интерактивные презентации

1. Курс лекций А. Назайкина."Копирайтинг: XXI век". [Электронный ресурс]. URL: Курс лекций А.Назайкина «Копирайтинг: 21 век»: коммуникация, автор, текст

2. Виды потребительского поведения. Онлайн бесплатно на RUTUBE. [Электронный ресурс]. URL: https://rutube.ru/tags/video/57802/

Тренажеры/ тесты/ кейсы/ материал для практикума/ бесплатные онлайн курсы

1. Три бесплатных сервиса для A/B-тестирования [Электронный ресурс]. URL: Три бесплатных сервиса для A/B-тестирования - Alente

3.3 Учебно-методическое обеспечение обучения

По учебной практике создана учебно-методическая документация:

– Рабочая программа;
– Оценочные материалы;
– Методические указания по выполнению видов работ.

3.4. Общие требования к организации учебной практики

По результатам прохождения учебной практики обучающиеся сдают выполненные задания по видам работ.

Форма промежуточной аттестации – ***дифференцированный зачет.***

3.5. Кадровое обеспечение

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство учебной практикой:

- учебная практика УП.01. проводится преподавателем, имеющим высшее образование, соответствующее профилю преподаваемого профессионального модуля. Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы является обязательным. Преподаватели получают дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ

Контроль и оценка результатов выполнения работ обучающимися осуществляется преподавателем на занятиях учебной практики.

Оценка качества освоения рабочей программы учебной практики обучающимся включает текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию.

Код и наименование формируемых компетенций	***Практический опыт, умения, знания***	***Формы контроля и оценки результатов освоения***	
		Текущий контроль	***Промежуточная аттестация***
ПК 1.1. Определять целевую аудиторию и целевые группы.	**уметь:** $У_1$ – выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; $У_2$ - анализировать действия конкурентов, целевую аудиторию потребителей и её особенности принятия решений о покупке, результаты продвижения и продаж; **иметь практический опыт в:** $ПО_1$ – определении целевой аудитории и целевой группы;	- *комплексный контроль в ходе выполнения видов работ*	- *дифференцированный зачет*
ПК 1.2. Проводить анализ объема рынка.	**уметь:** $У_1$ – выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; $У_2$ - анализировать действия конкурентов, целевую аудиторию потребителей и её особенности принятия решений о покупке, результаты продвижения и продаж; $У_3$ – распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; **иметь практический опыт в:** $ПО_2$ – проведении анализа объема рынка;	- *комплексный контроль в ходе выполнения видов работ*	- *дифференцированный зачет*
ПК 1.3. Проводить анализ конкурентов.	**уметь:** $У_1$ – выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы;	- *комплексный контроль в ходе выполнения видов*	- *дифференцированный зачет*

Код и наименование формируемых компетенций	***Практический опыт, умения, знания***	***Формы контроля и оценки результатов освоения***	
		Текущий контроль	***Промежуточная аттестация***
	$У_2$ - анализировать действия конкурентов, целевую аудиторию потребителей и её особенности принятия решений о покупке, результаты продвижения и продаж; $У_3$ – распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; **иметь практический опыт в:** $ПО_3$ – проведении анализа конкурентов;	*работ*	
ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	**уметь:** $У_3$ – распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; ***иметь практический опыт в:*** $ПО_4$ – в оформлении целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.	- *комплексный контроль в ходе выполнения видов работ*	- *дифференцированный зачет*

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся, не только сформированность профессиональных компетенций (ПК), но и общих компетенций (ОК):

Результаты (сформированные общие компетенции)	**Основные показатели оценки результата**	***Формы контроля и оценки результатов освоения***	
		Текущий контроль	***Промежуточная аттестация***
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к	- самостоятельно организует свою деятельность по выданным заданиям - умеет оценить свои возможности для выполнения	*комплексный контроль в ходе*	- *дифференцированный зачет*

различным контекстам	поставленных целей, задач, заданий	*выполнения видов работ*	
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	- осуществляет поиск информации в сети Интернет и различных электронных носителях - извлекает информацию с электронных носителей - использует средства ИТ для обработки и хранения информации - представляет информацию в различных формах с использованием разнообразного программного обеспечения - создает презентации в различных формах		
ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	- берет на себя ответственность за принятое решение/совершенный поступок - ответственно выполняет разовые/постоянные поручения в группе - может спрогнозировать результат - умеет оценить свои действия, поступки и проанализировать их - знает основную нормативную документацию по предпринимательской деятельности и может ее найти в поисковых системах; - определяет возможности/невозможности предпринимательства той или иной возникшей ситуации - успешно учится, выполняет повседневные поручения/обязанности, связанные с финансами (оплата проезда, покупка продуктов, обеда) - владеет навыками обращения с банковскими картами		
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	- устанавливает позитивный стиль общения - выбирает стиль общения в соответствии с ситуацией - признает чужое мнение - при необходимости отстаивает собственное мнение - принимает критику - ведет деловую беседу в соответствии с этическими нормами - соблюдает официальный стиль при оформлении документов - выполняет письменные и устные рекомендации преподавателя - способен к эмпатии - организует коллективное обсуждение рабочей ситуации		
ОК 05. Осуществлять устную и	- умеет передавать информацию другому человеку		

письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	- способен правильно формулировать свои мысли в устной и письменной формах - способен письменно оформлять свои мысли		
ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения	- не участвует в запрещенных группировках; - не проводит антироссийскую пропаганду; - уважительно относится к сверстникам, окружающим, старшим и младшим; - не хамит, не грубит - применяет в своем поведении стандарты антикоррупционного поведения		
ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях	- поддерживает чистоту в кабинете/лаборатории и на своем рабочем месте - адекватно реагирует на внезапное изменение ситуации (звонок, сирена, сигнал тревоги) - владеет информацией по рациональной организации технологического процесса - знает правила безопасного ведения работ		
ОК 08. Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности.	- посещает учебные занятия, практику; - отсутствие пропусков по болезни - посещение спортивных секций в колледже и вне (по различным видам спорта) - ведет здоровый образ жизни		
ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией	- осуществлять эффективный поиск необходимой информации в российских и зарубежных источниках: нормативно-правовой		

на государственном и иностранном языках.	документации, стандартов, научных публикации, технической документации; - уметь применять лексику и грамматику иностранного языка для перевода текста, содержание которого включает профессиональную лексику; - уметь анализировать, систематизировать и применять в профессиональной деятельности информацию, содержащуюся в документации профессиональной области.		

Критерии и методы оценки сформированности умений и практического опыта отражены в оценочных материалах учебной практики УП.01. Учебная практика по ПМ.01.

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ

СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

«ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

производственной практики

ПП.01. Производственная практика по ПМ.01.

для специальности *42.02.01 Реклама*

Якутск, 2024

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г.)

УТВЕРЖДАЮ
Директор АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»
_____ С.Н.Семенов
«15» 04 2024 г.

Рабочая программа производственной практики ПП.01. Производственная практика по ПМ.01. разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (далее – ФГОС СПО) *по специальности 42.02.01 Реклама,* утвержденного приказом Министерства просвещения РФ от 21.07.2023 г. № 552 (зарегистрирован в Минюсте РФ 22.08.2023 № 74908)

Организация-разработчик: АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»

Составитель:

Чиннова В.С., преподаватель

ОГЛАВЛЕНИЕ

	стр.
1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ	4
2. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ	6
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ	7
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ	8

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ
ПП.01. Производственная практика по ПМ.01.

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа ПП.01. Производственная практика по ПМ.01. является частью основной профессиональной образовательной программы СПО – программы подготовки специалистов среднего звена по специальности *42.02.01 Реклама***,** входящей в состав укрупненной группы специальностей *42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело*.

1.2. Место производственной практики в структуре образовательной программы:

ПП.01. Производственная практика по ПМ.01. является разделом образовательной программы и частью профессионального модуля ПМ.01., проходит концентрированно в течение двух недель.

1.3. Цели производственной практики – требования к результатам

Производственная практика направлена на приобретение практического опыта **ВД.01. Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта** и необходима для освоения общих (ОК) и профессиональных компетенций (ПК):

иметь практический опыт в:

$ПО_1$ – определении целевой аудитории и целевой группы;

$ПО_2$ – проведении анализа объема рынка;

$ПО_3$ – проведении анализа конкурентов;

$ПО_4$ – в оформлении целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

Результатом освоения программы производственной практики ПП.01. является овладение обучающимися **профессиональными компетенциями (ПК):**

ПК 1.1. Определять целевую аудиторию и целевые группы.

ПК 1.2. Проводить анализ объема рынка.

ПК 1.3. Проводить анализ конкурентов.

ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий

и **общими компетенциями (ОК)**:

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.

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

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

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.

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

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

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

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

1.4. Количество часов на освоение производственной практики

Общее количество часов – 72 часа (2 недели)

в том числе в форме практической подготовки – 72 часа

1.5. Формы промежуточной аттестации

2 семестр – дифференцированный зачет

2. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

	Содержание практики, виды работ, обеспечивающие приобретение практического опыта	**Объем часов**	**В т.ч. практическая подготовка**
Виды работ			
1	Знакомство с программой практики, сроками и условиями выполнения работ. Требования охраны труда	2	2
2	Знакомство с организацией. Знакомство с правилами внутреннего распорядка, рабочим местом и руководителем практики от организации.	4	4
3	Характеристика предприятия: название; форма собственности; вид деятельности. Основные виды деятельности; географические границы и структура целевого рынка; наиболее значимые сегменты. Основные показатели деятельности компании: занимаемая доля рынка; объемы производства и реализации. Исследование маркетинговой деятельности. Организационная служба маркетинга: структура отдела; должностные инструкции сотрудников отдела. Рассмотрение системы и способа взаимодействия между подразделениями, распределения функциональных обязанностей при подготовке совместных рекламных проектов. Изучение маркетинговых показатели, таких как: продажи, доля рынка предприятия, число клиентов предприятия и количество лояльных клиентов, распределение функций по структурам службы маркетинга и наличие подразделений рекламных и PR-служб, планирование и контроль рекламно-маркетинговой деятельности, анализ и оценка эффективности проводимых рекламно-маркетинговых мероприятий. Анализ рекламной деятельности: формы и средства рекламы, каналы распространения.	54	54
4	Составление отчета по практике	6	6
5	**Дифференцированный зачет**	**6**	6
	ВСЕГО:	**72**	**72**

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

3.1. Материально-техническое обеспечение

Реализация рабочей программы ПП.01. Производственная практика по ПМ.01. проходит в организациях различных форм собственности на основании заключенных договоров о практической подготовке.

3.2 Учебно-методическое обеспечение обучения

По ПП.01. Производственная практика по ПМ.01. создана учебно-методическая документация:

– Рабочая программа;

– Оценочные материалы.

3.3. Общие требования к организации практики

ПП.01. Производственная практика по ПМ.01. проводится концентрированно.

По результатам прохождения производственной практики обучающиеся сдают отчет и заполненный дневник практики.

Форма промежуточной аттестации – ***дифференцированный зачет.***

3.4. Кадровое обеспечение

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство производственной практикой:

<u>от колледжа:</u>

- преподаватель, имеющий высшее образование, соответствующее профилю преподаваемого профессионального модуля. Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы является обязательным. Преподаватели получают дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

<u>от организации:</u>

- работник, назначенный руководителем организации в соответствии с заключенным договором о практической подготовке.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ

Контроль и оценка результатов выполнения работ обучающимися осуществляется руководителями практики в ходе выполнения этих работ и во время дифференцированного зачета (сдача отчета).

Оценка качества освоения рабочей программы практики обучающимся включает текущий контроль и промежуточную аттестацию.

Код и наименование формируемых компетенций	***Практический опыт***	***Формы контроля и оценки результатов освоения***	
		Текущий контроль	***Промежуточная аттестация***
ПК 1.1. Определять целевую аудиторию и целевые группы.	**иметь практический опыт в:** $ПО_1$ – определении целевой аудитории и целевой группы;	- *комплексный контроль в ходе выполнения видов работ*	- *дифференцированный зачет*
ПК 1.2. Проводить анализ объема рынка.	**иметь практический опыт в:** $ПО_2$ – проведении анализа объема рынка;	- *комплексный контроль в ходе выполнения видов работ*	- *дифференцированный зачет*
ПК 1.3. Проводить анализ конкурентов.	**иметь практический опыт в:** $ПО_3$ – проведении анализа конкурентов;	- *комплексный контроль в ходе выполнения видов работ*	- *дифференцированный зачет*
ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	**иметь практический опыт в:** $ПО_4$ – в оформлении целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.	- *комплексный контроль в ходе выполнения видов работ*	- *дифференцированный зачет*

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся, не только сформированность профессиональных компетенций (ПК), но и **общих компетенций** (ОК):

Результаты (сформированные общие компетенции)	**Основные показатели оценки результата**	***Формы контроля и оценки результатов освоения***	
		Текущий контроль	***Промежуточная аттестация***
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам	- самостоятельно организует свою деятельность по выданным заданиям - умеет оценить свои возможности для выполнения поставленных целей, задач, заданий	*комплексный контроль в ходе выполнения видов работ*	- *дифференцированный зачет*
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	- осуществляет поиск информации в сети Интернет и различных электронных носителях - извлекает информацию с электронных носителей - использует средства ИТ для обработки и хранения информации - представляет информацию в различных формах с использованием разнообразного программного обеспечения - создает презентации в различных формах		
ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	- берет на себя ответственность за принятое решение/совершенный поступок - ответственно выполняет разовые/постоянные поручения в группе - может спрогнозировать результат - умеет оценить свои действия, поступки и проанализировать их - знает основную нормативную документацию по предпринимательской деятельности и может ее найти в поисковых системах; - определяет возможности/невозможности предпринимательства той или иной возникшей ситуации - успешно учится, выполняет повседневные поручения/обязанности, связанные с финансами (оплата проезда, покупка продуктов, обеда) - владеет навыками обращения с банковскими картами		
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	- устанавливает позитивный стиль общения - выбирает стиль общения в соответствии с ситуацией - признает чужое мнение - при необходимости отстаивает собственное мнение - принимает критику		

	- ведет деловую беседу в соответствии с этическими нормами - соблюдает официальный стиль при оформлении документов - выполняет письменные и устные рекомендации преподавателя - способен к эмпатии - организует коллективное обсуждение рабочей ситуации		
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	- умеет передавать информацию другому человеку - способен правильно формулировать свои мысли в устной и письменной формах - способен письменно оформлять свои мысли		
ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения	- не участвует в запрещенных группировках; - не проводит антироссийскую пропаганду; - уважительно относится к сверстникам, окружающим, старшим и младшим; - не хамит, не грубит - применяет в своем поведении стандарты антикоррупционного поведения		
ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;	- поддерживает чистоту в кабинете/лаборатории и на своем рабочем месте - адекватно реагирует на внезапное изменение ситуации (звонок, сирена, сигнал тревоги) - владеет информацией по рациональной организации технологического процесса - знает правила безопасного ведения работ		
ОК 08. Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе	- посещает учебные занятия, практику; - отсутствие пропусков по болезни - посещение спортивных секций в колледже и вне (по различным видам спорта)		

профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности.	- ведет здоровый образ жизни		
ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	- осуществлять эффективный поиск необходимой информации в российских и зарубежных источниках: нормативно-правовой документации, стандартов, научных публикации, технической документации; - уметь применять лексику и грамматику иностранного языка для перевода текста, содержание которого включает профессиональную лексику; - уметь анализировать, систематизировать и применять в профессиональной деятельности информацию, содержащуюся в документации профессиональной области.		

Критерии и методы оценки сформированности практического опыта отражены в оценочных материалах ПП.01. Производственная практика по ПМ.01.

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
по выполнению самостоятельной работы
для специальности 42.02.01 Реклама

Якутск, 2024

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г.)

Методические указания составлены в соответствии с рабочей программой по профессиональному модулю ПМ.01. Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта

Разработчик: АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»

Составитель:
Чиннова В.С., преподаватель

1. Пояснительная записка

Самостоятельная работа студентов является одной из форм работы по междисциплинарному курсу МДК.01.01 Поведение потребителей.

МДК.01.01 Поведение потребителей является частью обязательного профессионального модуля ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта и изучается в течение одного семестра.

В результате освоения дисциплины обучающийся **должен**

уметь:

$У_1$ – выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы;

$У_2$ - анализировать действия конкурентов, целевую аудиторию потребителей и её особенности принятия решений о покупке, результаты продвижения и продаж;

$У_3$ – распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте;

знать:

$З_1$ – современные концепции, модели поведения потребителей;

$З_2$ – факторы, влияющие на поведение потребителей;

$З_3$ – основные методы исследования поведения потребителей;

$З_4$ - основные направления рекламной деятельности;

$З_5$ - виды рекламной деятельности;

$З_6$ - структуру рекламного рынка.

С целью овладения профессиональными компетенциями (ПК):

ПК 1.1. Определять целевую аудиторию и целевые группы.

ПК 1.2. Проводить анализ объема рынка.

ПК 1.3. Проводить анализ конкурентов.

ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий

и **общими компетенциями (ОК)**:

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.

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

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

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.

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

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

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

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

Самостоятельная работа направлена на закрепление знаний и умений по междисциплинарному курсу.

2. Содержание самостоятельной работы

Тема 1.1. Целевая аудитория и целевые группы

Цель: для закрепления знаний

$З_1$ – современные концепции, модели поведения потребителей;

$З_2$ – факторы, влияющие на поведение потребителей;

$З_3$ – основные методы исследования поведения потребителей;

и формирования умений

$У_1$ – выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы;

$У_2$ - анализировать действия конкурентов, целевую аудиторию потребителей и её особенности принятия решений о покупке, результаты продвижения и продаж;

$У_3$ – распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте;

Количество часов – 6 часов

ВИДЫ РАБОТ

1. Анализ и сегментация ЦА для реального бренда

Задание. Выберите один из предложенных брендов (или согласуйте с преподавателем свой вариант):

- Сервис доставки готовой еды (например, Yandex Food, Delivery Club).
- Мобильное приложение для изучения иностранного языка (например, Duolingo, Skyeng).
- Косметический бренд "масс-маркет" (например, L'Oréal Paris, Garnier).

Ваша задача:

1.**Проведите сегментацию ЦА** выбранного бренда минимум по **3-м критериям** (демографическим, психографическим, поведенческим). Результаты оформите в виде таблицы.

2.**Выделите 2 ключевые целевые группы** из проанализированных сегментов. Для каждой группы составьте **развернутый портрет (аватар)** по схеме:

- **Демография:** Возраст, пол, occupation (род занятий), доход.
- **Психография:** Ценности, интересы, образ жизни (Lifestyle), боли и "боли" (pains & gains).
- **Поведение:** Где ищут информацию, каналы коммуникации, частота покупки, лояльность бренду.
- **Ключевое сообщение:** Сформулируйте 1-2 ключевых рекламных сообщения, которые будут resonate (находить отклик) именно у этой группы.

Результат: Отчет в электронном виде (Word/Google Docs), объемом 2-3 страницы, содержащий таблицу сегментации и 2 подробных портрета ЦА.

Критерии оценивания для Задания 1

Критерий	Балл	Описание
Глубина и релевантность сегментации	0-5	Использованы разнообразные и релевантные бренду критерии сегментации. Сегменты логично выделены и четко описаны.
Детализация портретов ЦА (аватаров)	0-7	Портреты составлены подробно, с использованием демографических, психографических и поведенческих характеристик. Описаны реальные "боли" и мотивации, а не общие фразы.
Формулировка ключевого сообщения	0-4	Сообщения четко ориентированы на конкретную ЦГ, решают ее "боль" или отвечают на потребность, убедительны.
Структура и оформление работы	0-4	Работа логично структурирована, имеет четкое форматирование, грамотный язык, аккуратное оформление таблиц.
ИТОГО:	**0-20**	

Перевод баллов в оценку

отлично	хорошо	удовлетворительно	неудовлетворительно
18-20 баллов	15-17 баллов	14-11 баллов	10 и менее баллов

2. Сравнительный анализ ЦА продуктов-конкурентов

Задание. Выберите продуктовую категорию (например, кофе "с собой", фитнес-трекеры, каршеринг, услуги онлайн-банка). Подберите 2-3 прямых конкурента в этой категории (например, Starbucks и Cofix; Samsung Galaxy Watch и Apple Watch; Delimobil и BelkaCar).

Ваша задача:

1. Соберите "полевые" данные: Проанализируйте рекламные материалы конкурентов (3-4 примера на каждого): посты в соцсетях (VK, Telegram), видеоролики (YouTube), баннеры, контекстную рекламу.
2. Проведите сравнительный анализ и заполните сводную таблицу со следующими колонками:
   - Бренд/Продукт
   - Явные признаки ЦА (на кого явно нацелена реклама? Возраст, стиль жизни)
   - Ключевое сообщение/оффер
   - Используемые визуалы и тон коммуникации (серьезный, юмористический, вдохновляющий)
   - Каналы размещения
3. Сделайте вывод: На основе анализа сформулируйте, чем различаются

целевые аудитории выбранных конкурентов. Кто является ядром ЦА для каждого? Как различия в ЦА влияют на их рекламную стратегию?

Результат: Презентация (PowerPoint/Google Slides) на 5-7 слайдов, содержащая скриншоты рекламных материалов, сводную таблицу и выводы.

Критерии оценивания для Задания 2

Критерий	Балл	Описание
Подбор и анализ рекламных материалов	0-6	Подобраны релевантные и свежие примеры рекламы. Анализ проведен внимательно, выделены существенные детали.
Качество сравнительного анализа	0-8	Сводная таблица заполнена подробно и наглядно. Заметны и прокомментированы ключевые сходства и различия в подходах конкурентов.
Глубина и обоснованность выводов	0-4	Выводы логично вытекают из проведенного анализа, четко сформулированы различия в ЦА и их влияние на коммуникацию.
Наглядность и дизайн презентации	0-2	Презентация визуально привлекательна, информация представлена структурированно и легко воспринимается
ИТОГО:	**0-20**	

Перевод баллов в оценку

отлично	хорошо	удовлетворительно	неудовлетворительно
18-20 баллов	15-17 баллов	14-11 баллов	10 и менее баллов

3. Разработка креативной концепции для узкой ЦГ

Задание. Вам необходимо разработать рекламную кампанию для запуска нового продукта/услуги. Выберите одну из пар "Продукт - Узкая Целевая Группа":

Продукт: Премиальные мастер-классы по кулинарии (онлайн или офлайн).

ЦГ: "Неофиты ЗОЖ" – мужчины и женщины 28-40 лет, с высоким доходом, активно следящие за трендами правильного питания, но не обладающие глубокими кулинарными навыками.

Продукт: Приложение для планирования путешествий с функцией AI-помощника.

ЦГ: "Студенты-бэкпекеры" – молодые люди 18-25 лет, с ограниченным бюджетом, желающие самостоятельно организовать насыщенное путешествие по странам Азии/Европы.

Ваша задача:

1. **Дополните портрет ЦГ:** Опишите их главную "боль" (проблему) в контексте вашего продукта и ключевую мотивацию к покупке.

2. **Разработайте креативную концепцию:** Придумайте название для кампании и основную креативную идею (одна ключевая мысль, которая будет проходить через все материалы).

3. **Предложите инструменты и каналы:** На каких 2-3 каналах (онлайн или офлайн) вы будете продвигать кампанию и почему именно они эффективны для вашей ЦГ? (Обоснуйте).

4. **Создайте макет/сценарий:** Разработайте один ключевой рекламный материал на выбор: макет поста для социальной сети (можно в виде описания и раскадровки) ИЛИ сценарий видеоролика длительностью до 30 секунд.

Результат: Креативный бриф в свободной форме (1-2 страницы) и макет/сценарий рекламного материала.

Критерии оценивания для Задания 3

Критерий	Балл	Описание
Понимание и проработка ЦГ	0-5	"Боль" и мотивация ЦГ выявлены точно и глубоко. Все дальнейшие решения логично обоснованы портретом ЦГ.
Оригинальность и релевантность креативной концепции	0-6	Концепция оригинальна, запоминаема и точно соответствует ценностям и языку целевой группы.
Обоснованность выбора каналов продвижения	0-4	Каналы выбраны целесообразно, дано четкое объяснение, почему на них присутствует данная ЦГ.
Качество и проработанность рекламного материала	0-5	Макет или сценарий непосредственно воплощает креативную идею, визуально/текстово соответствует ЦГ и решает ее "боль".
ИТОГО:	**0-20**	

Перевод баллов в оценку

отлично	хорошо	удовлетворительно	неудовлетворительно
18-20 баллов	15-17 баллов	14-11 баллов	10 и менее баллов

Тема 1.2. Восприятие и обработка информации - основа механизма принятия решения о покупке

Цель: для закрепления знаний

$З_1$ – современные концепции, модели поведения потребителей;

$З_2$ – факторы, влияющие на поведение потребителей;

$З_3$ – основные методы исследования поведения потребителей;

и формирования умений

$У_1$ – выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы;

$У_2$ - анализировать действия конкурентов, целевую аудиторию потребителей и её особенности принятия решений о покупке, результаты продвижения и продаж;

$У_3$ – распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте;

Количество часов – 4 часа

ВИДЫ РАБОТ

Алгоритм подготовки к семинару "Визуалы, аудиалы и кинестетики"

Этап 1: Теоретическая база

Что изучить:

- Модель AIDA (Attention, Interest, Desire, Action)
- Пирамида обработки информации по Петти и Каччиоппо (центральный и периферийный route)
- Психологические фильтры восприятия: селективное внимание, искажение, запоминание
- Модель покупательского поведения (осознание проблемы → поиск информации → оценка вариантов → решение о покупке → поведение после покупки)

Этап 2: Анализ кейсов

Что анализировать:

- 3-4 успешные рекламные кампании разных форматов (видео, баннеры, соцсети)
- Разбор, как в каждом кейсе учтены этапы восприятия информации
- Выявление психологических триггеров, влияющих на решение о покупке

Этап 3: Практическое применение

Что выполнить:

- Самостоятельно проанализировать предложенную рекламу по изученным моделям
- Подготовить тезисы для обсуждения на семинаре

- Сформулировать 2-3 вопроса для дискуссии

Задание на семинар «Дизайн рекламы под тип восприятия"

Вы - креативная группа в рекламном агентстве. На рынок выходит новый продукт - умная колонка "SONO Beam" с инновационной функцией "вибрационного звука", которая создает эффект полного погружения не только через слух, но и через тактильные ощущения.

Ваша задача — разработать единую рекламную кампанию, но адаптировать ключевое рекламное сообщение под три основные репрезентативные системы:

1. Визуалов (воспринимают мир через образы)
2. Аудиалов (опираются на слух и слова)
3. Кинестетиков (чувствуют через ощущения и действия)

Что необходимо сделать:

Разработайте и визуализируйте один ключевой рекламной материал (например, постер или сценарий 30-секундного ролика) для каждой группы. Для этого заполните таблицу:

Целевой канал восприятия	Ключевой слоган и сообщение	Основной акцент и приемы	Обоснование выбора приемов
ВИЗУАЛЫ			
АУДИАЛЫ			
КИНЕСТЕТИКИ			

Конкретные шаги для каждой группы:

1. Для ВИЗУАЛОВ:

- Слоган/Сообщение: Сформулируйте фразу, которая создает яркий мысленный образ.
- Акценты и приемы: Продумайте визуальный ряд: какие цвета, шрифты, композиция, imagery (изображения) будут использованы? Подумайте о метафорах и визуальных эффектах, которые передадут "объемность" звука (например, визуализация звуковых волн, насыщенные цвета, динамичная композиция).

2. Для АУДИАЛОВ:

- Слоган/Сообщение: Создайте слоган, который звучит мелодично, ритмично или содержит игру слов. Напишите основной текст для голоса за кадром.
- Акценты и приемы: Продумайте звуковое сопровождение: какой тембр голоса диктора, фоновая музыка, звуковые эффекты (эмфазы) будут использованы? Как передать чистоту и эффект "вибрационного звука" через аудиоряд?

3. Для КИНЕСТЕТИКОВ:

- Слоган/Сообщение: Используйте слова, связанные с ощущениями и действиями ("почувствуй", "погрузись", "испытай", "прикоснись к музыке").
- Акценты и приемы: Продумайте, как передать тактильные ощущения и эмоции. Какие образы и ситуации вызовут физический отклик? (Например, кадры, где герой закрывает глаза и чувствует музыку кожей; съемка, передающая вибрацию предметов; призыв "прикоснуться" к звуку).

Результат: Заполненная таблица и 3 раскадровки (описательных или схематичных) для каждого варианта рекламного материала.

Критерии оценивания

Критерий	Балл	Описание
Понимание и дифференциация репрезентативных систем	0-7	Концепции для визуалов, аудиалов и кинестетиков четко различаются. Приемы точно соответствуют заявленному каналу восприятия, нет путаницы.
Креативность и проработка рекламных решений	0-6	Для каждой группы предложены оригинальные, нетривиальные и запоминающиеся ходы (слоганы, визуалы, звуковые и чувственные образы).
Глубина и убедительность обоснования	0-6	Для каждого выбора (слогана, приема) дано четкое и логичное объяснение, почему он эффективен для данной целевой группы с точки зрения психологии восприятия.
Согласованность и целостность кампании	0-3	Несмотря на различия, все три концепции ощущаются как части одной рекламной кампании для одного продукта. Сохранен единый бренд.
Качество оформления и презентации	0-3	Работа представлена аккуратно, структурированно (таблица заполнена), идеи изложены ясно и понятно.
ИТОГО:	**0-25**	

Перевод баллов в оценку

отлично	хорошо	удовлетворительно	неудовлетворительно
22-25 баллов	21-18 баллов	17-14 баллов	13 и менее баллов

Тема 1.3. Новые товары и инновации

Цель: для закрепления знаний

$З_1$ – современные концепции, модели поведения потребителей;

$З_2$ – факторы, влияющие на поведение потребителей;

$З_3$ – основные методы исследования поведения потребителей;

и формирования умений

$У_1$ – выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы;

$У_2$ - анализировать действия конкурентов, целевую аудиторию потребителей и её особенности принятия решений о покупке, результаты продвижения и продаж;

$У_3$ – распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте;

Количество часов – 2 часа

ВИДЫ РАБОТ

Задача. Проведите анализ нового товара или инновации по предложенной схеме. Выберите **ОДИН** из вариантов ниже:

Вариант 1. Реальный новый товар на рынке (например, умные очки с дополненной реальностью, биометрическая одежда, сервис на основе нейросетей).

Вариант 2. Инновационная услуга (например, телемедицина с использованием ИИ, платформа для виртуального фитнеса с персональным тренером).

План анализа (структурируйте вашу работу по этим пунктам):

1. Описание товара/инновации

- **Название:** Дайте название продукту или услуге.
- **Суть инновации:** В чем заключается принципиальная новизна? (Что делает его новым на рынке?).
- **Ключевые функции:** Перечислите 3-4 основные функции или свойства.

2. Анализ потребительского потенциала

- **Целевая аудитория:** Опишите первичную ЦА (демография, психографика).
- **Решаемая проблема / Удовлетворяемая потребность:** Какую "боль" потребителя закрывает данный товар? (Будьте конкретны).
- **Преимущества vs. Аналоги:** В чем ключевое преимущество перед существующими решениями? Захочет ли ЦА перейти на этот новый продукт и почему?

3. Прогнозирование и гипотезы для рекламной стратегии

Главный барьер восприятия: Какой основной страх, недоверие или непонимание может возникнуть у потребителя? (Высокая цена, сложность использования, консерватизм).

- **Ключевое сообщение:** Сформулируйте 1-2 возможных слогана или основного рекламного сообщения, которые преодолевают этот барьер и подчеркивают главное преимущество.
- **Канал коммуникации:** Какой канал продвижения (TikTok, специализированные блоги, YouTube и т.д.) будет наиболее эффективен для донесения вашего сообщения до ЦА? Обоснуйте свой выбор.

4. Подготовка к дискуссии

- Сформулируйте **один вопрос** для обсуждения на семинаре, который возник у вас в процессе анализа (например: "С каким самым большим возражением мы можем столкнуться при продвижении этой инновации?").

Требования к результату:

- **Объем:** 1,5 - 2 страницы А4.
- **Формат:** Текстовый документ (Word/Google Docs) с четкой структурой по пунктам плана.

ТЕСТ для самопроверки

Выберите один правильный ответ

1. Поведение потребителя определяется:

1) жизненными ценностями и установками
2) воспитанием и образованием
3) социальной средой и культурой
4) всеми перечисленными вариантами

2. Какие факторы оказывают наибольшее влияние на принятие решения о покупке?

1) цена, бренд, качество, реклама
2) маркетинговые исследования, советы друзей, эмоции, удобство
3) цена, удобство, гарантия, стиль
4) стиль, качество, реклама, удобство

3. Что может быть причиной смены предпочтений потребителей?

1) новые модные тенденции, изменение дохода, неудовлетворенность предыдущей покупкой
2) низкая цена, видимость успеха, высокая доля рынка, креативная реклама
3) отсутствие брендовой одежды, доступность новых моделей, изменение места жительства
4) реклама, удобство использования, доступность, изменение трендов

4. Что может оказывать влияние на решение о покупке в случае импульсивной покупки?

1) скидки, акции, ограниченное предложение
2) реклама, маркетинговые исследования, отзывы покупателей
3) дизайн упаковки, настроение, скидки
4) стиль, бренд, советы друзей

5. Какой вид товара предпочтителен для потребителя, который стремится получить наибольшую ценность за свои деньги?

1) брендовая продукция
2) дешевые товары
3) товары с долгим сроком службы
4) комплекты товаров

6. Какую роль играют эмоции в принятии решения о покупке?

1) не играют никакой роли
2) оказывают минимальное влияние
3) играют важную роль
4) влияют только на импульсивные покупки

7. Какое влияние оказывают отрицательные отзывы о продукте на решение о покупке?

1) никакого влияния
2) минимальное влияние
3) важное влияние
4) влияние зависит от других факторов

8. Что такое концепция "купить и выбросить" (throwaway society)?

1) покупка и немедленное выбрасывание товара

2) покупка вещей безумной ценой и высоким качеством

3) покупка товаров для пожертвования

4) все ответы верны

9. Какие факторы могут повысить лояльность потребителей к бренду?

1) высокое качество продукта, хорошее обслуживание, программа лояльности

2) низкая цена, акции, громкая реклама

3) дизайн упаковки, магазины в удобном месте, советы друзей

4) положительные отзывы покупателей, изменение трендов, доступность продукта

10. Что такое концепция "пассивных потребителей"?

1) потребители, которые никогда не делают покупок

2) потребители, которые не интересуются рекламой и новыми моделями товаров

3) потребители, которые следуют рекомендациям друзей и семьи, исключая собственный выбор

4) потребители, которые делают покупки бездумно, не обращая внимания на качество и цену товара

11. Какое влияние оказывает наличие выбора на удовлетворенность потребителя?

1) наличие выбора повышает удовлетворенность

2) наличие выбора не оказывает влияния на удовлетворенность

3) наличие выбора снижает удовлетворенность

4) влияние наличия выбора зависит от других факторов

12. Что такое "эффект владения"?

1) эффект, когда владение товаром повышает его стоимость на рынке

2) эффект, когда наличие множества вариантов выбора снижает удовлетворенность

3) эффект, когда владение товаром приносит удовольствие и удовлетворение

4) эффект, когда потребитель слишком близко связывается с товаром и не может от него отказаться

13. Какие факторы влияют на восприятие качества товара потребителем?

1) бренд, дизайн упаковки, цена

2) реклама, качество сырья, страна-производитель

3) отзывы покупателей, гарантия, наличие сертификатов

4) все ответы верны

14. Какая роль у социальных медиа в поведении потребителей?

1) никакой роли
2) минимальная роль
3) важная роль
4) роль зависит от других факторов

15. Какое влияние оказывает наличие рекомендаций от друзей и семьи на решение о покупке?

1) никакого влияния
2) минимальное влияние
3) важное влияние
4) влияние зависит от других факторов

16. Какие факторы могут повлиять на решение потребителя отказаться от покупки товара?

1)низкое качество товара, высокая цена, отзывы покупателей
2) низкая цена, маркетинговые исследования, реклама
3) дорогая цена, эксклюзивный бренд, гарантия
4) плохой сервис, сложность процесса покупки, негативный опыт других покупателей

17. Какое влияние оказывает негативная реклама на решение о покупке?

1) никакого влияния
2) минимальное влияние
3) важное влияние
4) влияние зависит от других факторов

18. Какие факторы могут повлиять на решение потребителя приобрести товар в интернете?

1) удобство покупки, низкая цена, отзывы покупателей
2) бренд, дизайн упаковки, гарантия
3) реклама, маркетинговые исследования, акции
4) все перечисленные факторы

19. Какие факторы влияют на лояльность потребителей к магазину?

1) цена, расположение магазина, качество обслуживания
2) разнообразие ассортимента, дизайн магазина, рекламные акции
3) доступность магазина, креативная реклама, наличие программы лояльности
4) все перечисленные факторы

20. Какое влияние оказывает видимость успеха на решение о покупке?

1) никакого влияния
2) минимальное влияние
3) важное влияние
4) влияние зависит от других факторов

21. Какая роль у формирования личной самооценки в поведении потребителей?

1) никакой роли
2) минимальная роль
3) важная роль
4) роль зависит от других факторов

22. Какую роль играют потребители в экономике?

1) покупают товары и услуги 2) производят товары и услуги

3) разрабатывают маркетинговые стратегии 4) не влияют на экономику

23. Что такое спрос?

1) количество денег, которое потребитель готов заплатить за товар

2) количество товара, которое потребитель готов приобрести по определенной цене

3) количество товара, которое производители могут предложить на рынке

4) количество денег, которое производители хотят получить за товар

24. Что такое маркетинговое исследование?

1) изучение потребностей и предпочтений потребителей

2) анализ конкурентов на рынке

3) разработка маркетинговых стратегий

4) проведение рекламных кампаний

25. Что такое бренд?

1) логотип компании 2) уникальное название товара

3) репутация компании на рынке 4) все вышеперечисленное

26. Что такое лояльность потребителей?

1) безразличие потребителя к марке товара

2) предпочтение потребителя одной марке товара

3) покупка товара разных марок по очереди

4) отсутствие спроса на товар

27. Что такое монополия?

1) рыночная ситуация, когда на рынке представлено несколько компаний-лидеров

2) рыночная ситуация, когда на рынке представлена только одна компания

3) рыночная ситуация, когда на рынке присутствует свободная конкуренция

4) рыночная ситуация, когда на рынке отсутствуют потребители

28. Что такое сезонность на рынке?

1) колебания цен на товары в зависимости от времени года

2) изменение предпочтений потребителей в разные периоды времени

3) временное прекращение производства определенных товаров

4) изменение спроса на товары в зависимости от праздничных сезонов

29. Что такое целевая аудитория?

1) группа потенциальных потребителей, на которую ориентирован товар или услуга

2) группа производителей, конкурирующая на рынке

3) группа экономистов, занимающихся исследованием рынка

4) группа потребителей, не заинтересованных в покупке товаров

30. Что такое сегментация рынка?

1) разделение рынка на группы по определенным признакам
2) процесс создания новых товаров и услуг
3) анализ конкурентов на рынке
4) разработка маркетинговых стратегий

ЛИТЕРАТУРА

Нормативные акты:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть первая: федер. закон № 51-ФЗ от 21.10.1994г.
2. Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 "О защите прав потребителей"
3. Закон РСФСР от 22.03.1991 N 948-1 "О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках",
4. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе».

Учебная литература:

1. Семенова Л. М. Маркетинг в рекламе. Имиджбилдинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. М. Семенова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 141 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11529-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/517793 (дата обращения: 10.03.2024).

Электронные образовательные ресурсы:

Сайты, блоги, электронные библиотеки

1. Официальный сайт журнала Индустрия рекламы. Сайт. [Электронный ресурс]. URL: http://www.ir-magazine.ru
2. Официальный сайт журнала Практики рекламы. [Электронный ресурс]. URL: http://www.prosmi.ru/magazine/practic
3. Официальный сайт журнала Рекламные идеи. [Электронный ресурс]. URL: http://www.advi.ru
4. Журнал «Реклама. Теория и практика». [Электронный ресурс]. URL: http://www.vsetrening.ru/magazine/grebennikov-advertising-practice/
5. Справочник от автор24. Маркетинговые исследования в рекламе [Электронный ресурс]. URL: Маркетинговые исследования в рекламе
6. Анализ рекламы: инструкция, как анализировать рекламу с примерами [Электронный ресурс]. URL: Анализ рекламы: инструкция, как анализировать рекламу с примерами

Дополнительная электронная литература/учебные пособия, материалы, статьи

1. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта: учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 502 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05261-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — [Электронный ресурс]. URL: https://urait.ru/bcode/535961
2. Тимур Гусейнов, аккаунт-стратег в Google Marketing Solutions: — Электронная книга “Практикум по видео-рекламе: настройки, кейсы, продакшн”. [Электронный ресурс]. URL: Praktikum_po_videoreklame.compressed.pdf

3. Бизнес-секреты. Что влияет на поведение потребителя и как его анализировать [Электронный ресурс]. URL: https://secrets.tbank.ru/glossarij/povedenie-potrebitelya/?utm_referrer=https%3A%2F%2Fwww.yandex.ru%2F&internal_source=copypaste

Видеоматериалы/ виртуальные музеи/интерактивные презентации

1. Курс лекций А. Назайкина."Копирайтинг: XXI век". [Электронный ресурс]. URL: Курс лекций А.Назайкина «Копирайтинг: 21 век»: коммуникация, автор, текст

2. Виды потребительского поведения. Онлайн бесплатно на RUTUBE. [Электронный ресурс]. URL: https://rutube.ru/tags/video/57802/

Тренажеры/ тесты/ кейсы/ материал для практикума/ бесплатные онлайн курсы

1. Три бесплатных сервиса для A/B-тестирования [Электронный ресурс]. URL: Три бесплатных сервиса для A/B-тестирования - Alente

ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
по выполнению самостоятельной работы
для специальности 42.02.01 Реклама

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

МАРКЕТИНГ В РЕКЛАМЕ

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
по выполнению самостоятельной работы
для специальности 42.02.01 Реклама

Якутск, 2024

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г.)

Методические указания составлены в соответствии с рабочей программой по профессиональному модулю ПМ.01. Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта

Разработчик: АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»

Составитель:
Чиннова В.С., преподаватель

1. Пояснительная записка

Самостоятельная работа студентов является одной из форм работы по междисциплинарному курсу МДК.01.02 Маркетинг в рекламе.

МДК.01.02 Маркетинг в рекламе является частью обязательного профессионального модуля ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта и изучается в течение одного семестра.

В результате освоения дисциплины обучающийся **должен**

уметь:

$У_1$ – выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы;

$У_2$ - анализировать действия конкурентов, целевую аудиторию потребителей и её особенности принятия решений о покупке, результаты продвижения и продаж;

$У_3$ – распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте;

знать:

$З_1$ – современные концепции, модели поведения потребителей;

$З_2$ – факторы, влияющие на поведение потребителей;

$З_3$ – основные методы исследования поведения потребителей;

$З_4$ - основные направления рекламной деятельности;

$З_5$ - виды рекламной деятельности;

$З_6$ - структуру рекламного рынка.

С целью овладения профессиональными компетенциями (ПК):

ПК 1.1. Определять целевую аудиторию и целевые группы.

ПК 1.2. Проводить анализ объема рынка.

ПК 1.3. Проводить анализ конкурентов.

ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий

и **общими компетенциями (ОК)**:

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.

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

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

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.

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

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

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

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

Самостоятельная работа направлена на закрепление знаний и умений по междисциплинарному курсу.

2. Содержание самостоятельной работы

Тема 1.1. Сущность и содержание маркетинга, и его место в рекламной деятельности

Цель: для закрепления знаний

$З_1$ – современные концепции, модели поведения потребителей;

$З_2$ – факторы, влияющие на поведение потребителей;

$З_3$ – основные методы исследования поведения потребителей;

и формирования умений

$У_1$ – выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы;

$У_2$ - анализировать действия конкурентов, целевую аудиторию потребителей и её особенности принятия решений о покупке, результаты продвижения и продаж;

$У_3$ – распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте;

Количество часов – 4 часа

ВИДЫ РАБОТ

1. Задача: Изучите основные понятия и дайте развернутые определения своими словами (не копируя текст учебника).

1. Маркетинг как философия бизнеса: Что означает фраза "Маркетинг — это философия бизнеса, ориентированная на потребителя"?
2. Основная цель маркетинга: В чем заключается главная цель маркетинга? (Подсказка: думайте не только о прибыли, но и о создании ценности).
3. Концепции маркетинга: Кратко опишите суть двух концепций:
    - Производственная концепция
    - Маркетинговая концепция
4. Комплекс маркетинга 4P: Дайте краткую характеристику каждому элементу применительно к любому известному вам бренду (например, Coca-Cola, Samsung, IKEA):
    - Product (Продукт)
    - Price (Цена)
    - Place (Место/Дистрибуция)
    - Promotion (Продвижение)

Практический анализ: "Реклама на службе у маркетинга"

Задача: Проанализируйте рекламный ролик (ссылку предоставит преподаватель) или любой известный вам пример рекламы (например, смартфона iPhone, автомобиля Kia, услуги СберБанка).

Ответьте на вопросы:

1. Какова стратегическая маркетинговая цель данной рекламы?
    - Примеры для размышления: Продвижение нового продукта? Увеличение доли рынка? Изменение восприятия бренда? Удержание текущих клиентов?
2. На решение какой задачи из комплекса маркетинга 4P работает эта реклама?
    - Является ли она частью Promotion (продвижения), и если да, то какие еще элементы 4P (Product, Price, Place) она косвенно поддерживает или о которых информирует?
3. Могла ли эта реклама появиться без предварительного маркетингового анализа?
    - Аргументируйте свой ответ. Какие маркетинговые данные, скорее всего, стояли за ее созданием? (Например, исследование ЦА, анализ рынка, позиционирование продукта).

Синтез и выводы

Задача: Сформулируйте итоговый вывод.

Напишите эссе-рассуждение (объемом 150-200 слов) на тему: «Реклама — это всего лишь верхушка маркетингового айсберга».

В эссе отразите:

- Является ли реклама самостоятельной силой или всего лишь инструментом?
- Какова ее зависимость от других маркетинговых решений (качество продукта, ценовая политика)?
- Может ли успешный продукт обойтись без масштабной рекламы, и наоборот?

Критерии оценивания

Критерий	Балл	Описание
Глубина понимания теоретических concepts	0-5	Определения даны точные, своими словами. Продемонстрировано понимание разницы между концепциями и элементами 4P.
Качество практического анализа	0-7	Даны развернутые, аргументированные ответы. Видна причинно-следственная связь между маркетинговой стратегией и рекламным сообщением.
Логичность и обоснованность выводов в эссе	0-5	Выводы вытекают из проведенного анализа. Тезис о месте рекламы в маркетинге сформулирован четко и подкреплен примерами или рассуждениями.
Структура и грамотность	0-3	Работа логично структурирована по частям, текст оформлен аккуратно, соблюдены нормы грамотности.
ИТОГО:	**0-20**	

Перевод баллов в оценку

отлично	хорошо	удовлетворительно	неудовлетворительно
18-20 баллов	15-17 баллов	14-11 баллов	10 и менее баллов

Алгоритм защиты рекламного проекта

Общее время: 7-10 минут на выступление + 3-5 минут на вопросы.

ЭТАП 1: ПОДГОТОВКА (За несколько дней до защиты)

1.Создайте презентацию-сопровождение:

- Формат: PowerPoint, Google Slides, Canva.
- Принцип: 1 слайд = 1 ключевая мысль. Минимум текста, максимум визуалов (графики, схемы, ключевые слова, изображения).
- Структура презентации: Следует логике вашего выступления (см. Этап 2).

2.Подготовьте раздаточный материал:

- Что включить: Ключевые тезисы, финальные креативы (макеты, скриншоты роликов), контактную информацию.
- Цель: Комиссия может делать пометки, и у них останется о вас память.

3.Напишите и отрепетируйте речь:

- Тайминг: Рассчитайте время для каждого блока. Лучше меньше, да лучше.
- Ключевые сообщения: Выделите 3-4 главных тезиса, которые должны услышать и запомнить члены комиссии (например: "Наша кампания решает главную проблему X через уникальный канал Y и приведет к результату Z").
- Репетиция: Отрепетируйте вслух перед зеркалом или сокурсниками. Попросите обратную связь. Настройте технику: слайды, видео- и аудиоролики.

4.Продумайте ответы на вероятные вопросы:

- Почему вы выбрали именно эту целевую аудиторию?
- Как вы обосновали бюджет?
- Почему вы считаете, что эта идея сработает?
- В чем слабые места вашей кампании?
- Кто ваши конкуренты и чем вы лучше?

ЭТАП 2: СТРУКТУРА ВЫСТУПЛЕНИЯ НА ЗАЩИТЕ (7-10 минут)

Введение (1-1.5 минуты) - "Что и для кого?"

- Приветствие: "Добрый день, уважаемые члены комиссии и коллеги! Меня зовут [Имя Фамилия], и я представляю рекламный проект для [Название бренда/продукта]".
- Резюме проекта: Кратко и емко о сути. "Цель нашего проекта — решить проблему [X] и увеличить [показатель Y] среди целевой аудитории [название ЦА]".
- Драматургия: Начните с провокационного вопроса, статистики или мини-истории, чтобы сразу захватить внимание. *Пример: "Каждый второй житель мегаполиса сталкивается с проблемой нехватки времени на спорт. Мы предлагаем решение..."*

Аналитический блок (2-3 минуты) - "Почему так?"

- Анализ ситуации (SWOT или PEST): Кратко: "Проведенный анализ показал, что сильной стороной продукта является [X], а главной возможностью на рынке — [Y]".
- Целевая аудитория: Не просто "мужчины 25-40 лет", а живой портрет. "Это Алексей, менеджер 30 лет, который ценит... и сталкивается с проблемой...". Покажите, что вы знаете своего потребителя.

• Проблема и ключевая идея: Кристаллизуйте главную "боль" ЦА и представьте вашу основную креативную идею (инсайт), которая решает эту боль.

Стратегический блок (2-3 минуты) - "Что именно мы предлагаем?"

• Цели и задачи (по SMART): Четко и измеримо. "Наша цель — увеличить узнаваемость бренда на 15% среди ЦА за 3 месяца".

• Креативная концепция: Представьте основную идею кампании, слоган, визуальный стиль. Обязательно покажите финальные макеты, ролики, посты! Это самая зрелищная часть.

• Медиастратегия и каналы продвижения: Обоснуйте выбор каналов. "Мы используем TikTok, потому что наша ЦА проводит там в среднем 2 часа в день, а контекстную рекламу — для захвата целевого поискового спроса".

• Бюджет (если требуется): Кратко, общими цифрами и с акцентом на эффективность распределения.

Заключение (1 минута) - "Какой результат?"

• Ожидаемые результаты: Кратко повторите, каких KPI (ключевых показателей эффективности) вы планируете достичь.

• Вывод: Сформулируйте итоговый месседж. "Таким образом, наша кампания, основанная на глубоком анализе и уникальной креативной идее, позволит бренду [Название] занять лидирующие позиции в сознании потребителя и достичь поставленных бизнес-целей".

• Благодарность: "Спасибо за внимание! Я готов(а) ответить на ваши вопросы".

ЭТАП 3: ОТВЕТЫ НА ВОПРОСЫ (3-5 минут)

1.Внимательно выслушайте вопрос до конца. Не перебивайте.

2.Кратко поблагодарите. "Спасибо за ваш вопрос, он очень важен".

3.Возьмите паузу на 2-3 секунды, чтобы сформулировать четкий ответ.

4.Отвечайте по существу, ссылайтесь на данные вашего проекта. Если вопрос сложный, разбейте ответ на части.

5.Если не знаете ответа, лучше честно сказать: "Это интересный аспект, который мы не рассматривали в рамках данного проекта, но он безусловно важен для дальнейшего развития кампании". Не выдумывайте.

6.Сохраняйте уверенный и доброжелательный вид, даже при критике.

ЭТАП 4: КРИТЕРИИ УСПЕХА (на что смотрит комиссия)

• Структура и логика: Четкое следование алгоритму, связность повествования.

• Глубина проработки: Наличие аналитики, обоснование решений.

• Креативность и оригинальность: Новизна и проработанность идеи.

• Практическая применимость: Реалистичность и измеримость целей.

• Качество презентации: Визуал, ораторское мастерство, тайминг.

• Уверенность и ответы на вопросы: Способность защитить свою точку зрения.

Подготовка к промежуточной аттестации
в форме экзамена

Проверь себя

1. Какое определение содержит неправильное толкование рынка?

а) рынок – совокупность социально-экономических отношений в сфере обмена, посредством которых осуществляется реализация товарной продукции и окончательно признается общественный характер заключенного в ней труда;

б) рынок – всякий институт или механизм, который сводит вместе покупателей и продавцов конкретного товара или услуги;

в) рынок – механизм, позволяющий определить соотношение спроса и предложения на различные виды товаров и услуг;

г) рынок – способ взаимодействия производителей и потребителей, основанный на децентрализованном, безличностном механизме ценовых сигналов;

д) рынок – место встречи производителя и потребителя товара или услуги с целью осуществления сделки купли-продажи.

2. Запрос – это

а) ощущение недостаточности чего-либо;

б) нужда, принявшая специфическую форму в соответствии с культурным уровнем и личностью индивида;

в) потребность, подкрепленная покупательной способностью;

г) все, что может удовлетворить потребность с целью привлечения внимания, приобретения, использования или потребления;

д) коммерческий обмен ценностями на рынке между двумя сторонами.

3. Сделка – это

а) продукт труда, предназначенный не для собственного потребления, а для обмена;

б) экономическое благо, независимо от его способности к передвижению, независимо от лиц, предлагающих его для продажи, от его материальности, независимо от характера его как продукта труда, предназначенный для обмена;

в) все то, что предлагает фирма для удовлетворения потребностей или желаний покупателей;

г) все, что может удовлетворить потребность с целью привлечения внимания, приобретения, использования или потребления; д) коммерческий обмен ценностями на рынке между двумя сторонами.

4. Тип потребителя, принимающего решение о покупке товаров промышленного назначения,

а) семья; б) посредник; в) снабженец;
г) чиновник; д) индивидуальный потребитель.

5. Торговые агенты, которые могут совершать любые юридические действия от имени принципала, носят название

а) генеральных; б) универсальных; в) специальных;
г) особых; д) чрезвычайных.

6. Бутик – это

а) магазин модных товаров; б) продажа товаров по телефону;
в) магазин сниженных цен; г) универсальный магазин самообслуживания;
д) продовольственный магазин.

7. Реклама марки имеет цель

а) формирование имиджа фирмы; б) создания первичного спроса;
в) долговременного выделения конкретного марочного товара;
г) напоминание потребителям о товаре;
д) формирование избирательного спроса.

8. Какие способы связей с общественностью используются в паблик рилейшнз?

а) выступление в прессе; б) правовые ограничения;
в) экономическая среда; г) психосоциальная, культурная среда;
д) реакция национальных рекламных агентов.

9. Одно из достоинств рекламы на транспорте –

а) не всегда уместна и не всегда доступна;
б) подвержена воздействию атмосферных факторов;
в) предоставляет мало времени на усвоение информации;
г) доступна потребителям в течение 16-18 часов в сутки;

10. Какой новый элемент был включен в систему «5 Р»?

а) place; б) price; в) promotion; г) product; д) public relation

11. Ценовая эластичность показывает

а) на сколько процентов изменяется объем предложения при изменении цены на 1 %;

б) на сколько процентов изменяется объем спроса при изменении цены на 1 %;

в) на сколько процентов изменяется объем предложения при изменении себестоимости товара на 1 %;

г) на сколько процентов изменяется объем спроса при изменении среднего дохода населения на 1 %; д) на сколько процентов изменяется объем предложения при изменении среднего дохода населения на 1 %.

12. Контрактная цена – это

а) минимальная цена, по которой продавцы согласны продавать на рынке данное количество товара;

б) цена, по которой достигается договоренность между продавцом и покупателем;

в) максимальная цена, которую покупатель готов заплатить при покупке данного количества товара;

г) нормативная цена;

д) нет правильного ответа.

13. Метод установления цены товара на основе суммирования цен на отдельные конструктивные элементы товара называется

а) затратным; б) агрегатным;

в) параметрическим; г) на основе текущих цен;

д) на основе анализа безубыточности и обеспечения целевой прибыли

14. Независимые коммерческие предприятия оптовой торговли, приобретающие право собственности на все товары, с которыми они имеют дело, -

а) оптовики-купцы; б) брокеры;

в) агенты по закупкам; г) полномочные агенты по сбыту;

д) комиссионеры.

15. Лоббизм является одним из средств

а) личной продажи; б) стимулирования сбыта;

в) рекламы; г) рекламы и стимулирования сбыта;

д) связей с общественностью.

16. Директ-маркетинг – это

а) рекламные объявления; б) прямой маркетинг;

в) финансируемые передачи; г) рекламные репортажи;

д) стимулирование, продвижение продаж.

17. Что оказало существенное влияние на международную рекламу в современных условиях?

а) глобализация экономики, развитие IT-технологий; б) урбанизация;

в) индустриализация; г) качество товара;

д) глобальное потепление.

18. Первым этапом разработки инновации является

а) рыночное тестирование; б) генерация идей;

в) разработка инновации; г) отбор наиболее перспективных идей;

д) анализ концепции нового продукта.

19. Лояльность потребителя к марке товара - это

а) приверженность потребителей к конкретной марке данного продукта;

б) выбор потребителем любого вида легкозаменяемого продукта;

в) имидж товара;

г) образ жизни данного человека или группы людей;

д) внешнее оформление товара.

20. В чем выражается прямое воздействие государства на спрос?

а) в осуществлении государством заказа на выпуск тех или иных видов продукции;

б) проведении государством политики протекционизма, направленной на защиту национального рынка той или иной продукции;

в) непосредственном финансировании государством приоритетных направлений развития производства;

г) вложении государственных средств в развитие производств, эффективность которых подтверждается складывающейся рыночной конъюнктурой;

д) вложении государственных средств в проекты, эффективность которых не может быть измерена категорией прибыли на каждого участника, а носит мультипликативный характер, выходя за рамки действующих рыночных критериев эффективности.

21. Физические и юридические лица, являющиеся потребителями продукции фирмы, -

а) посредники; б) поставщики; в) конкуренты;
г) клиентура; д) контактная аудитория.

22. Вид маркетинга при негативном спросе, т.е. при такой ситуации на рынке, когда все или большинство его сегментов отвергают данный товар или услугу, называется

а) демаркетингом; б) конверсионным маркетингом;
в) противодействующим маркетингом; г) ремаркетингом;
д) синхромаркетингом.

23. Найти неверное определение сегментации рынка

а) метод нахождения частей рынка и определения объектов, на которые направлена маркетинговая деятельность предприятия;

б) процесс разбивки потребителей на группы на основе различий в нуждах, характеристиках и/или поведении;

в) разделение рынка на отдельные сегменты по какому-либо признаку;

г) определение групп покупателей со схожими потребностями и покупательским поведением;

д) создание и поддержание продуктовой концепции фирмы в умах покупателей.

24. Форма организации службы маркетинга с использованием как управляющих по товарам, так и управляющих по рынкам, называется

а) организацией по географическому признаку;

б) организацией по рыночному принципу;

в) организацией по товарному производству;

г) функциональной организацией; д) матричной организацией.

25. Какой фактор макросреды исследует качество воды, воздуха, почв, степень загрязнения окружающей среды

а) природно-географический; б) экономический;

в) демографический; г) политический;
д) культурно-исторический.

26. Фаза жизненного цикла товара, для которой характерны повышение степени насыщенности рынка, снижение темпов роста продаж и достижение их максимума, переход товара в разряд традиционных, называется
а) фазой внедрения; б) фазой роста; в) фазой разработки товара;
г) фазой зрелости; д) фазой спада.

27. В чем состоит отличие стратегии «цена выше себестоимости» от стратегии «цена лидера»
а) первая стратегия доходнее;
б) вторая стратегия доходнее;
в) если рыночная цена ниже себестоимости, то первая стратегия затрудняет выход на рынок;
г) стратегии практически одинаковы;
д) если рыночная цена ниже себестоимости, то первая стратегия наиболее приемлема.

28. К эстетическим параметрам, используемым при оценке конкурентоспособности продукции, относят параметры,
а) характеризующие продукцию с точки зрения ее соответствия свойствам человеческого организма при выполнении трудовых операций или потреблении;
б) характеризующие информационную выразительность, рациональность формы, совершенство производственного исполнения продукции и стабильность товарного вида;
в) отражающие свойства продукции, которые регламентируются обязательными нормами, стандартами и законодательством на рынке, где эту продукцию предполагается продавать;
г) характеризующие основные проектно-конструкторские решения, использованные при разработке изделия;
д) характеризующие область применения продукции и функции, которые она обязана выполнять.

29. Лица, не берущие на себя право собственности на товар, основная функция которых состоит в сведении покупателей с продавцами и содействии в проведении переговоров между ними, -
а) оптовики-купцы; б) брокеры; в) агенты по закупкам;
г) полномочные агенты по сбыту; д) комиссионеры.

30. Престижная реклама имеет целью
а) формирование имиджа фирмы; б) создание первичного спроса;
в) долговременного выделения конкретного марочного товара;
г) напоминание потребителям о товаре;
д) формирование избирательного спроса.

31. К какому виду рекламы относится реклама на улице, на транспорте, световая реклама?

а) телевизионная; б) на радио; в) в местах продажи;
г) наружная; д) в сети интернет.

32. Производитель может не использовать рекламу, если на его продукцию существует

а) чрезмерный спрос; б) негативный спрос; в) отрицательный спрос;
г) снижающийся спрос; д) иррациональный спрос.

33. Какой вид транспорта, по оценкам крупных отправителей, является предпочтительным, если в качестве основного критерия выступает частота отправок (по плану в сутки)?

а) железнодорожный; б) водный; в) автомобильный;
г) трубопроводный; д) воздушный.

34. Анкета в маркетинге –

а) таблица (опросный лист) с перечнем вопросов, на которые должен ответить респондент (опрашиваемое лицо);
б) листок по учету кадров;
в) бухгалтерская ведомость;
г) статистический банк маркетинга; д) финансовая отчетность.

35. Коммерческое мероприятие, основная цель которого – заключение торговых сделок по выставляемым товарам

а) новации на рынке; б) основное полезное качество продукта;
в) реклама; г) ярмарка;
д) ситуация, когда один продукт отнимает потребителей у другого продукта той же фирмы.

36. Какой тип рынка представлен организациями, приобретающими товары и услуги для использования в производственном процессе?

а) потребительский рынок; б) рынок промежуточных продавцов;
в) рынок производителей; г) рынок государственных учреждений;
д) рынок потребителей товаров конечного использования.

37. Маркетинг, применяемый в ситуации снижения спроса, характерного для всех видов товаров и любого периода времени в зависимости от фазы жизненного цикла товара, называется

а) демаркетингом; б) конверсионным маркетингом;
в) противодействующим маркетингом; г) ремаркетингом;
д) синхромаркетингом.

38. К факторам микросреды маркетинга не относятся

а) клиенты; б) конкуренты; в) политические факторы;
г) поставщики; д) посредники.

39. Мотив снижения риска при покупке товара связан

а) с желанием человека разбогатеть, наращивать свою собственность, эффективно расходовать деньги;

б) потребностью чувствовать себя уверенно и надежно, иметь гарантии сохранения стабильности;

в) поиском действий, связанных с формированием своего статуса, повышением престижа, имиджа;

г) желанием обеспечить, упростить свои действия, отношения с другими людьми; д) потребностью в самостоятельности, независимости во всех сферах деятельности.

40. К источникам первичных данных для проведения маркетинговых исследований относят

а) отчеты о прибылях и убытках, балансовые отчеты, показатели сбыта, учетные ведомости товарно-материальных ценностей и др.;

б) издания государственных учреждений, содержащие обобщенные данные о демографических, экономических, социальных и прочих аспектах;

в) данные, содержащиеся в периодической печати;

г) данные, полученные исследователем в результате наблюдения;

д) справочные и прочие данные, продаваемые коммерческими исследовательскими фирмами.

41. Зарегистрированное в установленном порядке обозначение, присвоенное товару для его отличия от других и указания на его производителя, -

а) торговая марка; б) логотип; в) фирменный блок;

г) фирменный стиль; д) фирменные константы.

42. Какой из нижеперечисленных внешних факторов относится к среде косвенного воздействия?

а) государственные органы; б) поставщики;

в) конкуренты; г) НТП; д) клиенты

43. Как называется функция цены, связанная с поощрительным или сдерживающим воздействием на производство и потребление различных видов товаров?

а) учетная; б) стимулирующая;

в) распределительная; г) сбалансирования спроса и предложения;

д) критерия рационального размещения производства.

44. Эффект, состоящий в том, что чем более отличителен товар по своим свойствам, тем менее покупатели будут чувствительны к уровню его цены, когда будут сравнивать его с альтернативными товарами, называется

а) эффектом уникальности;

б) эффектом представлений о наличии заменяющих товаров;

в) эффектом разделения затрат на покупку;

г) эффектом создания запасов;

д) эффектом значимости конечного результата.

45. Метод определения возможной цены на основе установления диапазона цен между минимально и максимально возможным уровнем называется

а) затратным; б) агрегатным;

в) параметрическим; г) на основе текущих цен;

д) на основе анализа безубыточности и обеспечения целевой прибыли.

46. Какая стратегия ценовой конкуренции наиболее доходна?

а) завышенная цена; б) все зависит от рыночной ситуации;

в) «цена лидера»; г) «снятие сливок»;

д) «проникновение на рынок».

47. Прямые каналы распределения товаров связаны

а) с перемещением товаров и услуг без участия посреднических организаций;

б) перемещением товаров и услуг сначала от изготовителя к участнику-посреднику, а затем от него – к потребителю;

в) перемещением товаров и услуг как без использования посреднических организаций, так и с их участием;

г) обязательным привлечением государственных и коммерческих посреднических организаций и предприятий, гарантирующих значительный набор снабженческосбытовых услуг;

д) нет правильного ответа.

48. Тип поведения продавца, ориентированный на помощь и поддержку покупателя, полезен, если нужно

а) избежать проблем, за исключением вопросов о цене;

б) выявить, понять нужды клиента;

в) переубедить клиента, преодолеть его сопротивление;

г) стабилизировать продажи; д) увеличить объем продаж.

49. Лучшим продуктом недифференцированного маркетинга из указанных ниже будет

а) пиво; б) компьютеры; в) соль;

г) грузовые автомобили; д) легковые автомобили.

50. К какому виду рекламы относится упаковка товара (этикетки, коробки, флаконы, пакеты)?

а) наружная; б) в местах продаж; в) оформительская;

г) демонстрационная; д) публичная.

51. Какой вид рекламы преобладает на этапе выведения товара на рынок, когда состоит задача создания первичного спроса?

а) информативная; б) увещевательная;

в) сравнительная; г) напоминающая;

д) подкрепляющая.

52. Какой вид транспорта, по оценкам крупных отправителей, является предпочтительным, если в качестве основного критерия выступает надежность (соблюдение графиков доставки)?

а) железнодорожный; б) водный; в) автомобильный;
г) трубопроводный; д) воздушный.

53. Изучение посредников начинается

а) с выбора типа посредника;
б) со сбора информации о посредниках;
в) с обучения и подготовки посредников;
г) с управления посредниками; д) с решения об использовании посредника.

ЛИТЕРАТУРА

Нормативные акты:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть первая: федер. закон № 51-ФЗ от 21.10.1994г.
2. Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 "О защите прав потребителей"
3. Закон РСФСР от 22.03.1991 N 948-1 "О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках",
4. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе».

Учебная литература:

1. Семенова Л. М. Маркетинг в рекламе. Имиджбилдинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. М. Семенова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 141 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11529-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/517793 (дата обращения: 10.03.2024).

Электронные образовательные ресурсы:

Сайты, блоги, электронные библиотеки

1. Официальный сайт журнала Индустрия рекламы. Сайт. [Электронный ресурс]. URL: http://www.ir-magazine.ru
2. Официальный сайт журнала Практики рекламы. [Электронный ресурс]. URL: http://www.prosmi.ru/magazine/practic
3. Официальный сайт журнала Рекламные идеи. [Электронный ресурс]. URL: http://www.advi.ru
4. Журнал «Реклама. Теория и практика». [Электронный ресурс]. URL: http://www.vsetrening.ru/magazine/grebennikov-advertising-practice/
5. Справочник от автор24. Маркетинговые исследования в рекламе [Электронный ресурс]. URL: Маркетинговые исследования в рекламе
6. Анализ рекламы: инструкция, как анализировать рекламу с примерами [Электронный ресурс]. URL: Анализ рекламы: инструкция, как анализировать рекламу с примерами

Дополнительная электронная литература/учебные пособия, материалы, статьи

1. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта: учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 502 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05261-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — [Электронный ресурс]. URL: https://urait.ru/bcode/535961
2. Тимур Гусейнов, аккаунт-стратег в Google Marketing Solutions: — Электронная книга “Практикум по видео-рекламе: настройки, кейсы, продакшн”. [Электронный ресурс]. URL: Praktikum_po_videoreklame.compressed.pdf

3. Бизнес-секреты. Что влияет на поведение потребителя и как его анализировать [Электронный ресурс]. URL: https://secrets.tbank.ru/glossarij/povedenie-potrebitelya/?utm_referrer=https%3A%2F%2Fwww.yandex.ru%2F&internal_source=copypaste

Видеоматериалы/ виртуальные музеи/интерактивные презентации

1. Курс лекций А. Назайкина."Копирайтинг: XXI век". [Электронный ресурс]. URL: Курс лекций А.Назайкина «Копирайтинг: 21 век»: коммуникация, автор, текст

2. Виды потребительского поведения. Онлайн бесплатно на RUTUBE. [Электронный ресурс]. URL: https://rutube.ru/tags/video/57802/

Тренажеры/ тесты/ кейсы/ материал для практикума/ бесплатные онлайн курсы

1. Три бесплатных сервиса для A/B-тестирования [Электронный ресурс]. URL: Три бесплатных сервиса для A/B-тестирования - Alente

МАРКЕТИНГ В РЕКЛАМЕ

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
по выполнению самостоятельной работы
для специальности 42.02.01 Реклама

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г.)

УТВЕРЖДАЮ
Директор АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»
_____ С.Н.Семенов
«15» 04 2024 г.

Оценочные материалы
для промежуточной аттестации
по междисциплинарному курсу

МДК.01.01. Поведение потребителей

для специальности 42.02.01 Реклама

Разработчик: Чиннова В.С., преподаватель

Якутск, 2024

Пояснительная записка

Оценочные материалы для промежуточной аттестации по МДК.01.01. Поведение потребителей предназначены для контроля освоения запланированных результатов обучения по МДК: общих и профессиональных компетенций обучающихся по специальности *42.02.01 Реклама.*

1.1. Оценка освоения МДК

В результате освоения МДК.01.01. Поведение потребителей обучающийся должен

уметь:

$У_1$ – выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы;

$У_2$ - анализировать действия конкурентов, целевую аудиторию потребителей и её особенности принятия решений о покупке, результаты продвижения и продаж;

$У_3$ – распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте;

знать:

$З_1$ – современные концепции, модели поведения потребителей;

$З_2$ – факторы, влияющие на поведение потребителей;

$З_3$ – основные методы исследования поведения потребителей;

$З_4$ - основные направления рекламной деятельности;

$З_5$ - виды рекламной деятельности;

$З_6$ - структуру рекламного рынка.

Результатом освоения МДК.01.01. Поведение потребителей является овладение обучающимися **профессиональными компетенциями (ПК):**

ПК 1.1. Определять целевую аудиторию и целевые группы.

ПК 1.2. Проводить анализ объема рынка.

ПК 1.3. Проводить анализ конкурентов.

ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий

и **общими компетенциями (ОК)**:

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

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

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

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;

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

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

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

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

Промежуточная аттестация проходит в форме ***дифференцированного зачета***.

Вид – выполнение теста и практического задания

Каждый тест состоит из 20 вопросов и имеет 2 варианта.

Блок 1 – Выберите один правильный ответ

Блок 2 – Выберите несколько правильных ответов

Блок 3 – Установите соответствие

Блок 4 – Установите последовательность действий

Блок 5 – Задание на классификацию

Время выполнения – 40 минут.

Критерии оценивания теста

Каждый правильный ответ оценивается в 1 балл.

Максимальное количество баллов – 20.

Критерии оценки практического задания

Оценивание идет по 4 критериям:

Критерий	Баллы	Показатели качества
1. Сегментация целевой аудитории (ЦА)	**максимум 40 баллов**	
1.1. Использование разнообразных критериев сегментации	0-15 баллов	• Географические: правильно определена география (крупные города России, Москва и МО как приоритет). • Демографические: указан род занятий (руководители, владельцы бизнеса, HR, офис-менеджеры), размер компании, возможный доход/бюджет. • Психографические: определены ценности (статус, имидж, инновационность, эстетика, комфорт, "open space"), стиль жизни, тип личности. • Поведенческие: выделены поводы для покупки (открытие нового офиса, ребрендинг, обновление мебели), искомые выгоды (престиж, долговечность, дизайн, функциональность), статус пользователя.
1.2. Глубина проработки сегментов	0-15 баллов	• Сегменты не просто перечислены, а детально описаны. • Для каждого сегмента указаны его потребности, "боли" и мотивы, которые может удовлетворить новая линейка мебели. • Приведены убедительные обоснования, почему данный сегмент является целевым. • Сегменты проранжированы по приоритетности (первичная, вторичная ЦА).
1.3. Выделение профиля (аватара) клиента	0-10 баллов	• Создан минимум один персонифицированный портрет (аватар) клиента для ключевого сегмента. • Аватар включает имя, должность, цели, проблемы, страхи, аргументы для покупки. • Портрет реалистичен и соответствует описанию компании.
2. Анализ конкурентов	**максимум 30 баллов**	
2.1. Корректное разделение на первичных и вторичных конкурентов	0-10 баллов	• **Первичные конкуренты:** правильно выделены (производители премиальной и/или дизайнерской офисной мебели, в т.ч. из нестандартных материалов: стекла, металла, ценных пород дерева). • **Вторичные конкуренты:** правильно выделены (производители стандартной офисной мебели среднего и высокого ценового сегмента, а также производители мебели из акрила/пластика, но не позиционирующие себя как "премиум").
2.2. Глубина анализа конкурентов	0-10 баллов	• Приведены конкретные примеры компаний-конкурентов (названия). • Проанализированы их ключевые предложения, сильные и слабые стороны (ассортимент, цена, дизайн, уникальное торговое предложение). • Проанализированы их коммуникационные

		каналы (наличие сайта, реклама).
2.3. Выводы о позиционировании и УТП компании	0-10 баллов	• На основе анализа сделан четкий вывод о текущем состоянии компании на рынке (новый игрок в премиум-сегменте с инновационным продуктом). • Сформулированы рекомендации по УТП (Уникальное Торговое Предложение) компании, которое позволит отстроиться от конкурентов (например, "единственная в России мебель из сверхпрочного прозрачного пластика, сочетающая эстетику хай-тек и эргономику"). • Выводы логично вытекают из проведенного анализа.
3. Рекомендации по реализации рекламного продукта	**максимум 20 баллов**	
3.1. Креативные предложения	0-10 баллов	• Предложены варианты названий для новой коллекции, которые отражают ее суть (премиум, прозрачность, инновации, легкость, эстетика). • Названия креативны, соответствуют позиционированию и корпоративному стилю. • Дано краткое обоснование предложенных названий
3.2. Практические рекомендации	0-10 баллов	• Даны конкретные рекомендации по контенту для продающего сайта (какие ключевые сообщения, визуал, призывы к действию использовать, ориентируясь на ЦА). • Предложены идеи для рекламных материалов (баннеры, объявления) с учетом корпоративных цветов и тона коммуникации. • Рекомендации являются практически применимыми и реализуемыми в рамках заявленного бюджета.
4. Оформление, структура и грамотность	**максимум 10 баллов**	
4.1. Структура и логика изложения	0-5 баллов	• Работа имеет четкую структуру (введение, основные разделы, выводы). • Логика изложения последовательна и понятна. • Используются таблицы, схемы, списки для наглядности.
4.2. Грамотность и оформление	0-5 баллов	• Текст изложен грамотным, профессиональным языком. • Отсутствуют орфографические, пунктуационные и стилистические ошибки. • Работа аккуратно оформлена, выдержана в едином стиле.
ИТОГО:	**100**	

Общая оценка

Перевод баллов в оценку

Отлично	**Хорошо**	**Удовлетворительно**	**Неудовлетворительно**
120 – 100 баллов	99 – 80 баллов	79 – 60 баллов	менее 60 баллов

Практическое задание
по МДК.01.01. Поведение потребителей

Ознакомьтесь с описанием компании и проведите исследования для реализации рекламного продукта.

Для этого проведите сегментацию целевой аудитории компании по различным характеристикам; выделите первичных и вторичных конкурентов компании, сделайте выводы о состоянии компании на рынке.

Описание компании

Предприятие по производству офисной мебели планирует выводить на рынок новую линейку продукции – премиальную офисную мебель из прозрачного пластика для офисных помещений, конференц-залов, зон ожидания. Производство базируется в Московской области, гор. Лыткарино и на сегодняшний день предлагает своим клиентам огромный ассортимент изделий из акрила и полимерного пластика. Новая линейка прозрачной мебели отличается изяществом форм, функционалом, увеличенной толщиной изделий и их надежностью к истиранию, механическим повреждениям. Наша мебель – это прозрачное изящество и красота вашего офиса. Мы заботимся о эргономике нашей мебели и вашем комфорте.

Сейчас нам необходимо войти в нужную нишу рынка с новой линейкой продукции, привлечь к себе внимание и начать получать прибыль в этом сегменте. Мы стремимся развивать продажи в Интернет среде для расширения географии клиентской базы по всем крупным городам России через контекстную рекламу. Наша компания планирует увеличить поток заказов из Интернета в три раза, тогда как сейчас из Интернета приходит порядка 3-5 заказов в неделю. Сейчас у компании есть сайт с каталогом продукции, но там достаточно сложно найти нужную линейку товаров, поэтому мы хотим рассказать о новой линейке в отдельном небольшом продающем сайте. Для реализации этих показателей наша компания готова выделить до 2 000 000 рублей бюджета на рекламную кампанию. В качестве лояльности для клиентов, приобретающих мебель из новой коллекции, мы предлагаем бесплатный расчет и планировку, а также возможную скидку до 10% стоимости заказа.

Наша компания оформляет свои рекламные материалы в корпоративных цветах – белый, светло-серый и акцентный красный. Рекламные материалы нашей компании легкие и уместные. Мы ведем диалог со своими клиентами официально и уважительно. Так же нам необходимы варианты названия для новой коллекции нашей продукции.

Контактные данные: 8-800-200-01-05 менеджер по продажам Алина Егорова.

Адрес производства: Московская область, г. Лыткарино, ул. Луговая, стр.1

Автономная некоммерческая организация среднего профессионального образования
«Цифровой колледж «Синергия»

УТВЕРЖДЕНО
директором колледжа в составе образовательной
программы по специальности *42.02.01 Реклама*

Тест
для промежуточной аттестации
по междисциплинарному курсу МДК.01.01. Поведение потребителей

Инструкция
Внимательно прочитайте задания и запишите правильные ответы.
Блок 1 – Выберите один правильный ответ
Блок 2 – Выберите несколько правильных ответов
Блок 3 – Установите соответствие
Блок 4 – Установите последовательность действий
Блок 5 – Задание на классификацию
Время выполнения – 40 минут.

Вариант 1

Блок 1. Выберите один правильный ответ

1. Поведение потребителей – это деятельность:

А) Включающая процесс принятия решений потребителями и факторы, определяющие это решение в перспективе

Б) Непосредственно вовлеченная в обретение, потребление и избавление от продуктов, услуг и идей

В) Связанная с процессом потребления покупателем товара, услуг, идей и их переработкой.

Г) нет правильного ответа

2. Потребительский рынок — это...

А) сфера отношений между производителями и потребителями;
Б) рынок промежуточных продавцов;
В) рынок товаров/услуг, арендуемых лицами для личных нужд;
Г) получение прибыли путем удовлетворения потребностей на рынке.

3. Наличие товаров на рынке обеспечивает:

А) потребители;
Б) только производители;
В) и те, и другие;
Г) нет правильного ответа.

5. Производителю знание потребительского поведения нужно для ...

А) Для сегментации рынка;
Б) Для анализа рыночных возможностей;
В) Для формирования штата маркетологов;
Г) Гибкость реакции на важнейшие для потребителя параметры.

6. Выберите категорию потребителей, относящиеся к категории «Побуждаемые изнутри»:

А) Борцы за выживание
Б) Люди со стремлением к превосходству
В) Люди, предпочитающие личный опыт
Г) Интегрированные

7. Оптимальным является сегмент, где:

А) Рыночная ниша;
Б) Присутствует 20% покупателей данного рынка, приобретающих около 70-80% товаров;
В) Рыночное окно;
Г) Сегментирование вглубь, начиная с широкой группы потребителей, а затем углубляя и сужая ее.

8. Прибыльность покупателей — это...

А) товарооборот на душу населения
Б) расходы покупателей на товары в расчете на 1 кв.. торговой площади
В) Отношение дохода, полученного от продажи товаров в расчете на 1 покупателя, к средним затратам, связанным с обслуживанием покупателей и реализацией товаров
Г) нет правильного ответа

9. С точки зрения маркетинговой деятельности «анализ потребителей» — это...

А) планирование выпуска будущих товаров на рынок
Б) проведение контрольных продаж
В) изучение и стимулирование спроса на товары
Г) изучение факторов и прочих характеристик людей, принимающих решение о покупке товаров

10. Культурными факторами, которые оказывают влияние на покупательское поведение потребителя, являются:

А) традиции и ценности
Б) взгляды и мнения
В) референтная группа
Г) род занятий

Блок 2. Выберите несколько правильных ответов

11. Факторы, влияющие на поведение покупателя:

А) соответствие товара потребностям клиента;
Б) послепродажное обслуживание продукта;
В) экономичность;
Г) эффективность работы сбыта.

12. Чем характеризуется наличие рынка:

А) государство как регулятор цен
Б) покупатели, желающие перепродать товар
В) Производители товара, имеющие желание и возможность продать товары
Г) Возможности получить ипотеку

13. К участникам рынка относятся:

А) покупатели;
Б) продавцы;
В) тресты;
Г) профсоюзы.

14. Рынок называют рынком продавца в следующем случае:

А) Спрос превышает предложение товара (услуги);
Б) Предложение товара превышает спрос;
В) Позиция покупателя на рынке сильнее позиции продавца;
Г) Позиция продавца на рынке сильнее позиции покупателя.

Блок 3. Установите соответствие

15. Установите отличия между типами потребителей:

Тип потребителей	Характеристика
1. Выживающие	А) традиционалисты
2. Терпеливые	Б) руководствуются инстинктивными потребностями
3. Убежденные	В) зависимые, ведомые, знающие

16. Установите соответствие мотивов:

Вид мотива	Характеристика
Мотив выгоды	А) Поиск действий, связанных с формированием престижа, статуса, имиджа
2. Мотив удобств	Б) Потребность в независимости во всех сферах деятельности
3. Мотив свободы	В) Желание человека увеличить свою собственность
4. Мотив признания	Г) Желание облегчить, упростить свои действия/отношения с другими людьми

Блок 4. Установите последовательность действий

17. Установите правильную последовательность этапов позиционирования:

А) Определение своих конкурентных преимуществ
Б) Детальное исследование рынка с целью установления важных атрибутов.
В) Составление перечня конкурирующих продуктов, обладающих выявленными атрибутами
Г) Определение целевой аудитории
Д) Разработка ключевого сообщения о своих преимуществах для целевой аудитории

18. Установите правильную последовательность иерархии потребностей по Маслоу:

А) Социальные потребности
Б) Потребность в самоутверждении
В) Физиологические потребности
Г) Потребности самосохранения
Д) Потребность в уважении

Блок 5. Установите соответствие по классификации

19. Распределите переменные согласно их признакам сегментации:

Признак сегментации	Переменные
1. Социальные 2. Потребительские	А) Цена Б) Религия В) Возраст Г) Качество Д) Дизайн

20. Распределите данные согласно критериям сегментации:

Критерий сегментации	Данные
1. демографическая 2. социально-экономическая	А) деление потребителей по уровню образования Б) возраст и пол В) деление потребителей по уровню доходов Г) жизненный цикл семьи

Автономная некоммерческая организация среднего профессионального образования
«Цифровой колледж «Синергия»

УТВЕРЖДЕНО
директором колледжа в составе образовательной
программы по специальности *42.02.01 Реклама*

Тест
для промежуточной аттестации
по междисциплинарному курсу МДК.01.01. Поведение потребителей

Инструкция
Внимательно прочитайте задания и запишите правильные ответы.
Блок 1 – Выберите один правильный ответ
Блок 2 – Выберите несколько правильных ответов
Блок 3 – Установите соответствие
Блок 4 – Установите последовательность действий
Блок 5 – Установите соответствие по классификации
Время выполнения – 40 минут.

Вариант 2

Блок 1. Выберите один правильный ответ

1. Мнения и взгляды, мотивация относятся к следующей группе, влияющих на поведение потребителя:
А) социальные Б) культурные В) экономические Г) психологические

2. Социальный фактор, влияющий на поведение покупателей:
А) возраст Б) семья В) род занятий Г) экономическое положение

3. Сегментацию по жизненному стилю потребителей можно осуществлять по следующим критериям:
А) по типам личности; Б) по мобильности личности;
В) по приверженности торговой марке; Г) по степени использования товара

4. Сегментация в субкультуре потребителей может осуществляться по следующим критериям:
А) одинаковые ценности; Б) определенный стиль жизни;
В) одинаковые интересы; Г) все вышеперечисленное.

5. К мерам по борьбе за покупателя относится:
А) Минимизация сроков поставки; Популярность у покупателей;
Б) Обеспечение совместимости товаров; Гибкость реакции на важнейшие для потребителя параметры.

6. Категория потребителей, относящаяся к категории «Побуждаемые извне»:
А) Борцы за выживание
Б) Люди со стремлением к превосходству
В) Люди, предпочитающие личный опыт
Г) Интегрированные

7. Систематический поиск, сбор, анализ и представление данных и сведений о рыночной ситуации – это …
А) маркетинговое исследование Б) эмоциональный маркетинг
В) контент-маркетинг Г) ребрендинг

8. На стадии жизненного цикла товара «Внедрение» характерным для продаж и прибыли являются:
А) продажи растут, прибыли нет
Б) продажи не растут, прибыль растет за счет снижения издержек
В) продажи и прибыль растут, но медленнее
Г) резкое снижение продаж и прибыли
Д) объем продаж незначителен, прибыли нет

9. Рынок, соответствующий положению, когда предложение превышает– спрос это:
А) рынок производителя Б) рынок продавца
В) рынок посредника; Г) рынок поставщика;
Д) рынок покупателя.

10. К выводу нового товара относится следующая задача:
А) к оперативной Б) к стратегической
В) к исполнительской Г) к тактической
Д) к аналитической

Блок 2. Выберите несколько правильных ответов

11. Факторы, НЕ влияющие на поведение покупателя:
А) соответствие товара потребностям клиента;
Б) послепродажное обслуживание продукта;
В) социальные;
Г) эффективность работы обслуживающего персонала.

12. В АВС анализе какая категория дает основной объем продаж, но не максимальную прибыль, а от какого товара хотелось бы избавиться:
А) товар группы А; Б) группы В;
В) группы С. Г) все группы

13. К участникам рынка НЕ относятся:
А) покупатели; Б) поставщики; В) ФАС; Г) профсоюзы.

14. Рынок называют рынком покупателя в следующем случае:

А) Спрос превышает предложение товара (услуги);
Б) Предложение товара превышает спрос;
В) Позиция покупателя на рынке сильнее позиции продавца;
Г) Позиция продавца на рынке сильнее позиции покупателя.

Блок 3. Установите соответствие

15. Установите соответствие между обновленными товарами и их характеристиками:

Товар	Характеристика
1. Модернизированные товары	А) товары с дополнительной областью применения или доп.комплектацией
2. Усовершенствованные	Б) товары с улучшенными основными показателями
3. Модифицированные товары	В) товары с улучшенными неосновными показателями качества

16. Установите соответствие по классификации типов пользователей в Интернете согласно характеристикам по методике iVALS:

Тип пользователя	Характеристика
1) Гуру	А) Используют интернет исключительно в утилитарных целях, только для поиска определенных вопросов, четко ограничивают свое время в сети
2) Пионеры	Б) Быстро обучающиеся, но не очень технически подкованные пользователи, уверенно чувствуют себя в интернете. Для них интернет – это место для развлечений и досуга
3) Странники	В) Проводят много времени в интернете, уверенны пользователи. Увлечены интернетом умеренно
4) Рабочие лошадки	Г) Знакомы лишь с ограниченным числом областей Сети. Мало времени уделяют развлечениям в Интернете
5) Чужаки	Д) Компьютеры – ключевой момент их стиля жизни. Знакомые чаще всего остаются виртуальными друзьями

Блок 4. Установите последовательность действий

17. Установите правильную последовательность этапов жизненного цикла товаров:

А) Рост продаж уменьшается, даже несмотря на снижение цены
Б) Снятие товара с производства.
В) Нужно разъяснить потребителям, о чем товар.
Г) большинство покупателей приобрели товар
Д) Признание товара покупателями.

18. Установите правильную последовательность алгоритма маркетингового исследования ниши:

А) формирование гипотезы и определение проблемы
Б) формулировка выводов
В) обработка и анализ данных
Г) процесс получения данных
Д) определение системы показателей, разработка рабочего инструментария

Блок 5. Установите соответствие по классификации

19. Распределите переменные согласно их признакам сегментации:

Признак сегментации	Переменные
1. Психологические 2. Экономические	А) Уровень потребления Б) Отношение к новому В) возможность получения кредита Г) отношение к рекламе

20. Распределите переменные согласно их признакам сегментации:

Признак сегментации	Переменные
1. Социальные 2. Потребительские	А) Цена Б) Религия В) Возраст Г) Качество Д) Дизайн

1.2. Сформированность компетенций обучающихся

В результате освоения МДК обучающийся должен показать также и сформированность общих компетенций:

Результат (освоенные общие компетенции)	**Основные показатели**
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	- самостоятельно организует свою деятельность по выданным заданиям - умеет оценить свои возможности для выполнения поставленных целей, задач, заданий
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	- осуществляет поиск информации в сети Интернет и различных электронных носителях - извлекает информацию с электронных носителей - использует средства ИТ для обработки и хранения информации - представляет информацию в различных формах с использованием разнообразного программного обеспечения - создает презентации в различных формах
ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	- берет на себя ответственность за принятое решение/совершенный поступок - ответственно выполняет разовые/постоянные поручения в группе - может спрогнозировать результат - умеет оценить свои действия, поступки и проанализировать их - знает основную нормативную документацию по предпринимательской деятельности и может ее найти в поисковых системах; - определяет возможности/невозможности предпринимательства той или иной возникшей ситуации - успешно учится, выполняет повседневные поручения/обязанности, связанные с финансами (оплата проезда, покупка продуктов, обеда) - владеет навыками обращения с банковскими картами
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	- устанавливает позитивный стиль общения - выбирает стиль общения в соответствии с ситуацией - признает чужое мнение - при необходимости отстаивает собственное мнение - принимает критику - ведет деловую беседу в соответствии с этическими нормами - соблюдает официальный стиль при оформлении документов - выполняет письменные и устные рекомендации преподавателя - способен к эмпатии - организует коллективное обсуждение рабочей

	ситуации
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	- умеет передавать информацию другому человеку - способен правильно формулировать свои мысли в устной и письменной формах - способен письменно оформлять свои мысли
ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения	- не участвует в запрещенных группировках; - не проводит антироссийскую пропаганду; - уважительно относится к сверстникам, окружающим, старшим и младшим; - не хамит, не грубит - применяет в своем поведении стандарты антикоррупционного поведения
ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях	- поддерживает чистоту в кабинете/лаборатории и на своем рабочем месте - адекватно реагирует на внезапное изменение ситуации (звонок, сирена, сигнал тревоги) - владеет информацией по рациональной организации технологического процесса - знает правила безопасного ведения работ
ОК 08. Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности.	- посещает учебные занятия, практику; - отсутствие пропусков по болезни - посещение спортивных секций в колледже и вне (по различным видам спорта) - ведет здоровый образ жизни
ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.	- осуществлять эффективный поиск необходимой информации в российских и зарубежных источниках: нормативно-правовой документации, стандартов, научных публикации, технической документации; - уметь применять лексику и грамматику иностранного языка для перевода текста, содержание которого включает профессиональную лексику; - уметь анализировать, систематизировать и применять в профессиональной деятельности информацию, содержащуюся в документации профессиональной области.

Критерии сформированности

2 балла - компетенция проявляется постоянно в полной мере (сформирована полностью);

1 балл - компетенция проявляется иногда или неполностью (частично сформирована);

0 баллов - компетенция не проявляется (не сформирована).

Оценка ***профессиональных компетенций (ПК)*** осуществляется через знания и умения:

Результат (освоенные общие компетенции)	**Основные показатели**
ПК 5.1. Собирать исходные данные для разработки проектной документации на информационную систему. ПК 5.2. Разрабатывать проектную документацию на разработку информационной системы в соответствии с требованиями заказчика. ПК 5.3. Разрабатывать подсистемы безопасности информационной системы в соответствии с техническим заданием. ПК 5.4. Производить разработку модулей информационной системы в соответствии с техническим заданием.	***уметь:*** $У_1$ – выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; $У_2$ - анализировать действия конкурентов, целевую аудиторию потребителей и её особенности принятия решений о покупке, результаты продвижения и продаж; $У_3$ – распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; ***знать:*** $З_1$ – современные концепции, модели поведения потребителей; $З_2$ – факторы, влияющие на поведение потребителей; $З_3$ – основные методы исследования поведения потребителей; $З_4$ - основные направления рекламной деятельности; $З_5$ - виды рекламной деятельности; $З_6$ - структуру рекламного рынка.

ЛИСТ изменений
в оценочные материалы
по междисциплинарному курсу МДК.05.02. Инструментарий и технологии разработки кода информационных систем

для специальности 09.02.07 Информационные системы и программирование

(квалификация – разработчик веб и мультимедийных приложений)

Дата изменений – 23.08.2024
Основание: Приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 03.07.2024 N 464 "О внесении изменений в федеральные государственные образовательные стандарты среднего профессионального образования" (Зарегистрировано в Минюсте России 09.08.2024 N 79088)
Изменения внесены в формулировку общих компетенций (ОК)

п. 1. Оценка достижения результатов:

было	стало
ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;	ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;
ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения;	ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения;

п.1.2. Оценка освоения компетенций*

было		стало	
Результат (общие компетенции)	*Основные показатели*	*Результат (общие компетенции)*	*Основные показатели*
ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;	- берет на себя ответственность за принятое решение/совершенный поступок - ответственно выполняет разовые/постоянные поручения в группе - может спрогнозировать результат - умеет оценить свои действия, поступки и проанализировать их знает основную нормативную документацию по предпринимательской деятельности и может ее найти в поисковых системах;	ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;	- берет на себя ответственность за принятое решение/совершенный поступок - ответственно выполняет разовые/постоянные поручения в группе - может спрогнозировать результат - умеет оценить свои действия, поступки и проанализировать их знает основную нормативную документацию по предпринимательской деятельности и может ее найти в поисковых системах;

	- определяет возможности/невозможности предпринимательства той или иной возникшей ситуации - успешно учится, выполняет повседневные поручения/обязанности, связанные с финансами (оплата проезда, покупка продуктов, обеда) - владеет навыками обращения с банковскими картами		- определяет возможности/невозможности предпринимательства той или иной возникшей ситуации - успешно учится, выполняет повседневные поручения/обязанности, связанные с финансами (оплата проезда, покупка продуктов, обеда) - владеет навыками обращения с банковскими картами - действия обучающегося не выходят за рамки правовой сферы
ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения	- не участвует в запрещенных группировках; - не проводит антироссийскую пропаганду; - уважительно относится к сверстникам, окружающим, старшим и младшим; - не хамит, не грубит - применяет в своем поведении стандарты антикоррупционного поведения	ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения	- не участвует в запрещенных группировках; - не проводит антироссийскую пропаганду; - уважительно относится к сверстникам, окружающим, старшим и младшим; - не хамит, не грубит - применяет в своем поведении стандарты антикоррупционного поведения

РАССМОТРЕНО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 1 от «29» августа 2024 г.)

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г.)

УТВЕРЖДАЮ
Директор АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»
_____ С.Н.Семенов
«15» 04 2024 г.

Оценочные материалы
для промежуточной аттестации
по междисциплинарному курсу

МДК.01.02 Маркетинг в рекламе

для специальности 42.02.01 Реклама

Разработчик: Чиннова В.С., преподаватель

Якутск, 2024

Пояснительная записка

Оценочные материалы для промежуточной аттестации по МДК.01.02 Маркетинг в рекламе предназначены для контроля освоения запланированных результатов обучения по МДК: общих и профессиональных компетенций обучающихся по специальности *42.02.01 Реклама.*

1.1. Оценка освоения МДК

В результате освоения МДК.01.02 Маркетинг в рекламе обучающийся должен

уметь:

$У_1$ – выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы;

$У_2$ - анализировать действия конкурентов, целевую аудиторию потребителей и её особенности принятия решений о покупке, результаты продвижения и продаж;

$У_3$ – распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте;

знать:

$З_1$ – современные концепции, модели поведения потребителей;

$З_2$ – факторы, влияющие на поведение потребителей;

$З_3$ – основные методы исследования поведения потребителей;

$З_4$ - основные направления рекламной деятельности;

$З_5$ - виды рекламной деятельности;

$З_6$ - структуру рекламного рынка.

Результатом освоения МДК.01.02 Маркетинг в рекламе является овладение обучающимися **профессиональными компетенциями (ПК):**

ПК 1.1. Определять целевую аудиторию и целевые группы.

ПК 1.2. Проводить анализ объема рынка.

ПК 1.3. Проводить анализ конкурентов.

ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

и **общими компетенциями (ОК)**:

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

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

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

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;

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

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

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

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

Промежуточная аттестация проходит в форме ***экзамена***.

Вид – выполнение теста и практического задания

Каждый тест состоит из 20 вопросов и имеет 2 варианта.

Блок 1 – Выберите один правильный ответ

Блок 2 – Выберите несколько правильных ответов

Блок 3 – Установите соответствие

Блок 4 – Установите последовательность действий

Блок 5 – Задание на классификацию

Время выполнения – 40 минут.

Критерии оценивания теста

Каждый правильный ответ оценивается в 1 балл.

Максимальное количество баллов – 20.

Практическое задание выдается накануне экзамена.

Критерии оценки практического задания

Критерий	Балл
1. Глубина анализа ЦА и рынка	0-25
2. Качество анализа конкурентов и УТП	0-25
3. Проработанность рекламной стратегии и креатива	0-30
4. Обоснованность KPI и методов оценки	0-10
5. Структура, оформление и логика изложения	0-10
ИТОГО:	**0-100**

Перевод баллов в оценку

Отлично	Хорошо	Удовлетворительно	Неудовлетворительно
100 – 90 баллов	89 – 75 баллов	74 – 60 баллов	менее 60 баллов

Практическое задание
по МДК.01.02 Маркетинг в рекламе

Тема задания: Разработка маркетингового обоснования для запуска рекламной кампании нового продукта.

Исходные данные:

Компания **«EcoStyle»** (г. Москва) запускает линейку экологичной бытовой химии для дома «PureEco».

Особенности продукта:

- Полностью биоразлагаемые формулы.
- Упаковка из переработанного пластика.
- Гипоаллергенный состав.
- Цена на 15–20% выше средней по рынку.

Цели компании:

- Завоевать 5% дорынка в Москве и Московской области за 6 месяцев.
- Сформировать образ премиального, но доступного экобренда.
- Привлечь аудиторию 25–45 лет, ориентированную на ЗОЖ и осознанное потребление.

Бюджет рекламной кампании: 1,5 млн рублей.

Задание. Подготовить презентацию (8–10 слайдов) или отчет с маркетинговым обоснованием рекламной кампании. Структура работы:

1. Анализ рынка и целевой аудитории (ЦА)

- Проведите сегментацию ЦА продукта «PureEco» (не менее 2 сегментов).
- Опишите портрет ключевого сегмента (демография, ценности, «боли», каналы коммуникации).
- Сформулируйте ключевое сообщение для ЦА, основанное на ее потребностях.

2. Анализ конкурентов

- Назовите 2–3 прямых и 1–2 косвенных конкурента «PureEco».
- Проведите SWOT-анализ продукта «PureEco» в сравнении с конкурентами.
- Предложите УТП (уникальное торговое предложение) для «PureEco».

3. Разработка рекламной стратегии

- Предложите 2–3 канала продвижения (онлайн/офлайн) с обоснованием их эффективности для ЦА.

- Разработайте концепцию креатива для одного канала (например, баннер для соцсетей или сценарий видеоролика). Учтите экопозиционирование бренда.
- Рассчитайте KPI кампании (примерные показатели: охват, конверсия, количество лидов).

4. Оценка эффективности

- Предложите методы оценки эффективности рекламной кампании (например, опросы, отслеживание метрик).
- Объясните, как результаты кампании повлияют на дальнейшую маркетинговую стратегию бренда.

Требования к оформлению:

- Работа должна быть структурирована, содержать выводы и обоснования.
- Допускается использование визуализации (графики, схемы, примеры креативов).
- Язык: профессиональный, но доступный.

Автономная некоммерческая организация среднего профессионального образования
«Цифровой колледж «Синергия»

УТВЕРЖДЕНО
директором колледжа в составе образовательной
программы по специальности *42.02.01 Реклама*

Тест
для промежуточной аттестации
по междисциплинарному курсу МДК.01.02 Маркетинг в рекламе

Инструкция
Внимательно прочитайте задания и запишите правильные ответы.
Блок 1 – Выберите один правильный ответ
Блок 2 – Выберите несколько правильных ответов
Блок 3 – Установите соответствие
Блок 4 – Установите последовательность действий
Блок 5 – Задание на классификацию
Время выполнения – 40 минут.

Вариант 1

Блок 1. Выберите один правильный ответ

1. Маркетинг это:
А) Философия рынка;
Б) Это наука о предпринимательстве;
В) Это менеджмент, ориентированный на рынок;
Г) Это умение и искусство трансформировать нужды и запросы потребителей в конкретные формы и услуги.

2. Концепция сбыта определяет конечной целью…
А) товар;
Б) потребитель;
В) получение прибыли за счет увеличения объемов продаж;
Г) получение прибыли путем удовлетворения потребностей на рынке.

3. Параметром, являющимся неконтролируемым для предприятий (никак не зависит от их действий) является:
А) рынок; Б) цена; В) демография; Г) потребитель.

4. Товаром ПАССИВНОГО спроса является:
А) одежда; Б) спички; В) автомобили; Г) страховые полисы.

5. Выберите меру по борьбе за покупателя:
А) Минимизация сроков поставки;
Б) Популярность у покупателей;
В) Обеспечение совместимости товаров;
Г) Гибкость реакции на важнейшие для потребителя параметры.

6. Категория потребителей, относящиеся к категории «Побуждаемые изнутри»:
А) Борцы за выживание
Б) Люди со стремлением к превосходству
В) Люди, предпочитающие личный опыт
Г) Интегрированные

7. Как называются потребители на стадии жизненного цикла товара «Насыщение»
А) Авангардисты
Б) Консерваторы
В) Рынок обеспеченных лиц
Д) Все вышеперечисленные варианты

8. На стадии жизненного цикла товара «Насыщение» характерным для продаж и прибыли является:
А) продажи растут, прибыли нет
Б) продажи не растут, прибыль растет за счет снижения издержек
В) продажи и прибыль растут, но медленнее
Г) резкое снижение продаж и прибыли
Д) продажи растут и прибыль растет

9. Рынок, соответствующий положению, когда спрос превышает предложение – это:
А) рынок производителя
Б) рынок продавца
В) рынок посредника;
Г) рынок поставщика;
Д) рынок покупателя.

10. Выход на новый рынок относится к следующей задаче:
А) к оперативной
Б) к стратегической
В) к исполнительской
Г) к тактической
Д) к аналитической

Блок 2. Выберите несколько правильных ответов

11. Факторы, влияющие на поведение покупателя:

А) соответствие товара потребностям клиента;
Б) послепродажное обслуживание продукта;
В) экономичность;
Г) эффективность работы руководства.

12. В АВС анализе какие 2 категории более предпочтительны:

А) товар группы А; Б) группы В;
В) группы С; Г) все вышеперечисленные варианты

13. К участникам рынка относятся:

А) покупатели; Б) продавцы;
В) государственный фонд Г) профсоюзы.

14. Рынок называют рынком продавца в следующем случае:

А) Спрос превышает предложение товара (услуги);
Б) Предложение товара превышает спрос;
В) Позиция покупателя на рынке сильнее позиции продавца;
Г) Позиция продавца на рынке сильнее позиции покупателя.

Блок 3. Установите соответствие

15. Установите соответствие между марочными стратегиями и их характеристиками:

Марочная стратегия	Характеристика
1. Зонтичная	А) одно наименование марки используется для различных товаров
2. Индивидуальная	Б) одно и то же название дается для различных вариантов продукта
3. Многопродуктовая	В) предприятие выпускает различные товары каждый под своей маркой

16. Установите соответствие между видами рынка и его характеристиками:

Вид рынка	Характеристика
1. товарный рынок	А) Совокупность потребителей, проявляющих интерес к товару
2. рынок продавца	Б) Спрос превышает предложение
3.потребительский рынок	В) Совокупность потребителей и их семей, покупающих товары для личного потребления
4. доступный рынок	Г) Сфера обмена касается одного товара в самом широком его понимании
5.потенциальный рынок	Д) Группа потребителей, имеющих интерес к определенному товару, а также доступ к нему и средства на его приобретение

Блок 4. Установите последовательность действий

17. Установите правильную последовательность этапов маркетингового исследования:

А) Формирование рабочей гипотезы (определение проблемы и постановка целей).
Б) Обработка и анализ данных
В) Разработка рабочего инструментария и определение системы показателей.
Г) Формулировка выводов и разработка рекомендаций
Д) Процесс получения данных.

18. Установите правильную последовательность алгоритма формирования товарной ниши:

А) Выявление реального потребителя продукции
Б) Сохранение конкурентных преимуществ
В) Оценка сравнительной важности товаров
Г) Выяснение возможностей предприятия по дифференциации товара, направленной на создание дополнительных удобств для потребителя
Д) Определение затрат на создание дополнительных преимуществ для потребителя

Блок 5. Задание на классификацию

19. Распределите переменные согласно их признакам сегментации рынка:

Признак сегментации	Переменные
1. Социальные 2. Потребительские	А) Цена Б) Религия В) Возраст Г) Качество Д) Дизайн

20. Распределите примеры маркетинговых мероприятий согласно их видам маркетинга:

Вид маркетинга	Пример
1. Прямой маркетинг 2. Косвенный маркетинг	А) Спонсорство мероприятий Б) Телемаркетинг В) Партнерские программы Г) Контент-маркетинг Д) Реклама в лифтах

Автономная некоммерческая организация среднего профессионального образования
«Цифровой колледж «Синергия»

УТВЕРЖДЕНО
директором колледжа в составе образовательной
программы по специальности *42.02.01 Реклама*

Тест

для промежуточной аттестации

по междисциплинарному курсу МДК.01.02 Маркетинг в рекламе

Инструкция

Внимательно прочитайте задания и запишите правильные ответы.
Блок 1 – Выберите один правильный ответ
Блок 2 – Выберите несколько правильных ответов
Блок 3 – Установите соответствие
Блок 4 – Установите последовательность действий
Блок 5 – Установите соответствие по классификации
Время выполнения – 40 минут.

Вариант 2

Блок 1. Выберите один правильный ответ

1. Функции маркетинга это:
А) Производство товаров или оказание услуг;
Б) Анализ финансово-хозяйственной деятельности;
В) Исследование рынка и конкурентов;
Г) Распределение и логистика товаров до потребителя.

2. Что входит в сферу задач отдела маркетинга, но не отдела сбыта:
А) выбор стратегии производства;
Б) ярмарки и выставки;
В) предложение новых видов продукции;
Г) получение прибыли путем удовлетворения потребностей на рынке.

3. Выберите параметр, являющийся контролируемым для предприятий:
А) рынок; В) демография;
Б) цена; Г) потребитель.

4. Право потребителя, не входящее в 7, утвержденных в РФ законодательно и одобренных ООН:
А) право на безопасность; В) право быть услышанным;
Б) право выбора; Г) право на ношение оружия.

5. К мерам по борьбе за покупателя не относится:
А) Минимизация сроков поставки;
Б) Сервис;
В) Обеспечение совместимости товаров;
Г) Гибкость реакции на важнейшие для потребителя параметры.

6. Выберите категорию потребителей, относящихся к категории «Побуждаемые извне»:
А) Борцы за выживание Б) Люди со стремлением к превосходству
В) Борцы с нуждой Г) Интегрированные

7. Потребители на стадии жизненного цикла товара «Зрелость» называются:
А) Авангардисты В) Рынок обеспеченных лиц
Б) Консерваторы Д) массовый рынок

8. На стадии жизненного цикла товара «Насыщение» характерным для продаж и прибыли является:
А) продажи растут, прибыли нет
Б) продажи не растут, прибыль растет за счет снижения издержек
В) продажи и прибыль растут, но медленнее
Г) резкое снижение продаж и прибыли
Д) продажи растут и прибыль растет

9. Рынок, соответствующий положению, когда спрос превышает предложение – это:
А) рынок производителя Б) рынок продавца В) рынок посредника;
Г) рынок поставщика; Д) рынок покупателя.

10. Выход на новый рынок относится к следующей задаче:
А) к оперативной Б) к стратегической
В) к исполнительской Г) к тактической
Д) к аналитической

Блок 2. Выберите несколько правильных ответов

11. Факторы, НЕ влияющие на поведение покупателя:
А) соответствие товара потребностям клиента;
Б) послепродажное обслуживание продукта;
В) экономичность;
Г) эффективность работы производства.

12. К диффузии нововведений относится:
А) интерес потребителя к новому товару.
Б) информация о нововведении в авторитетном издании
В) осведомленность потребителя состоянии рынка
Г) распространение предприятием собственной информации о нововведении

13. К участникам рынка НЕ относятся:

А) покупатели; Б) продавцы; В) государство;
Г) профсоюзы Д) иностранцы.

14. Рынок называют рынком покупателя в следующем случае:

А) Спрос превышает предложение товара (услуги);
Б) Предложение товара превышает спрос;
В) Позиция покупателя на рынке сильнее позиции продавца;
Г) Позиция продавца на рынке сильнее позиции покупателя.

Блок 3. Установите соответствие

15. Установите соответствие между типами конкуренции и участниками:

Тип конкуренции	Участники
1) Монополия	А) несколько крупных производителей
2) Олигополия	Б) много независимых производителей
3) Совершенная конкуренция	В) один производитель

16. Установите соответствие между видами оборонительных стратегий и их характеристиками:

Вид оборонительной стратегии	Характеристика
1.Фланговая оборона	А) действия, ослабляющие атаку конкурента
2.Сжимающая оборона	Б) анализ слабых позиций конкурента и использование их в своих интересах
3. Оборона с контрнаступлением	В) уход предприятия со слабых рыночных территорий
4.Мобильная оборона	Г) защита наиболее слабых мест в позиции предприятия на рынке
5.Упреждающая	Д) распространение деятельности предприятия на новые рынки

Блок 4. Установите последовательность действий

17. Установите правильную последовательность этапов разработки ценовой политики:

А) ценовая стратегия
Б) постановка целей
В) реализация ценовой стратегии
Г) общая политика ценообразования
Д) 5)приспособление цены

18. Установите правильную последовательность алгоритма расчета цены товара:

А) постановка задачи ценообразования
Б) анализ цен конкурентов
В) расчет издержек производства
Г) корректировка цены товара в зависимости от стадии жизненного цикла товара/ иных факторов
Д) установление варианта окончательной цены (цены предложения)

Блок 5. Задание на классификацию

19. Распределите примеры маркетинговых мероприятий согласно их видам маркетинга:

Вид маркетинга	Пример
1. Прямой маркетинг 2. Косвенный маркетинг	А) Спонсорство мероприятий Б) Телемаркетинг В) Партнерские программы Г) Контент-маркетинг Д) Реклама в лифтах

20. Распределите переменные согласно их признакам сегментации рынка:

Признак сегментации	Переменные
1. Социальные 2. Потребительские	А) Цена Б) Религия В) Возраст Г) Качество Д) Дизайн

1.2. Сформированность компетенций обучающихся

В результате освоения МДК обучающийся должен показать также и сформированность общих компетенций:

Результат (освоенные общие компетенции)	**Основные показатели**
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	- самостоятельно организует свою деятельность по выданным заданиям - умеет оценить свои возможности для выполнения поставленных целей, задач, заданий
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	- осуществляет поиск информации в сети Интернет и различных электронных носителях - извлекает информацию с электронных носителей - использует средства ИТ для обработки и хранения информации - представляет информацию в различных формах с использованием разнообразного программного обеспечения - создает презентации в различных формах
ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	- берет на себя ответственность за принятое решение/совершенный поступок - ответственно выполняет разовые/постоянные поручения в группе - может спрогнозировать результат - умеет оценить свои действия, поступки и проанализировать их - знает основную нормативную документацию по предпринимательской деятельности и может ее найти в поисковых системах; - определяет возможности/невозможности предпринимательства той или иной возникшей ситуации - успешно учится, выполняет повседневные поручения/обязанности, связанные с финансами (оплата проезда, покупка продуктов, обеда) - владеет навыками обращения с банковскими картами
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	- устанавливает позитивный стиль общения - выбирает стиль общения в соответствии с ситуацией - признает чужое мнение - при необходимости отстаивает собственное мнение - принимает критику - ведет деловую беседу в соответствии с этическими нормами - соблюдает официальный стиль при оформлении документов - выполняет письменные и устные рекомендации преподавателя - способен к эмпатии - организует коллективное обсуждение рабочей

	ситуации
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	- умеет передавать информацию другому человеку - способен правильно формулировать свои мысли в устной и письменной формах - способен письменно оформлять свои мысли
ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения	- не участвует в запрещенных группировках; - не проводит антироссийскую пропаганду; - уважительно относится к сверстникам, окружающим, старшим и младшим; - не хамит, не грубит - применяет в своем поведении стандарты антикоррупционного поведения
ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях	- поддерживает чистоту в кабинете/лаборатории и на своем рабочем месте - адекватно реагирует на внезапное изменение ситуации (звонок, сирена, сигнал тревоги) - владеет информацией по рациональной организации технологического процесса - знает правила безопасного ведения работ
ОК 08. Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности.	- посещает учебные занятия, практику; - отсутствие пропусков по болезни - посещение спортивных секций в колледже и вне (по различным видам спорта) - ведет здоровый образ жизни
ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.	- осуществлять эффективный поиск необходимой информации в российских и зарубежных источниках: нормативно-правовой документации, стандартов, научных публикации, технической документации; - уметь применять лексику и грамматику иностранного языка для перевода текста, содержание которого включает профессиональную лексику; - уметь анализировать, систематизировать и применять в профессиональной деятельности информацию, содержащуюся в документации профессиональной области.

Критерии сформированности

2 балла - компетенция проявляется постоянно в полной мере (сформирована полностью);

1 балл - компетенция проявляется иногда или неполностью (частично сформирована);

0 баллов - компетенция не проявляется (не сформирована).

Оценка ***профессиональных компетенций (ПК)*** осуществляется через знания и умения:

Результат (освоенные общие компетенции)	**Основные показатели**
ПК 1.1. Определять целевую аудиторию и целевые группы. ПК 1.2. Проводить анализ объема рынка. ПК 1.3. Проводить анализ конкурентов. ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.	***уметь:*** $У_1$ – выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; $У_2$ - анализировать действия конкурентов, целевую аудиторию потребителей и её особенности принятия решений о покупке, результаты продвижения и продаж; $У_3$ – распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; ***знать:*** $З_1$ – современные концепции, модели поведения потребителей; $З_2$ – факторы, влияющие на поведение потребителей; $З_3$ – основные методы исследования поведения потребителей; $З_4$ - основные направления рекламной деятельности; $З_5$ - виды рекламной деятельности; $З_6$ - структуру рекламного рынка.

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г.)

УТВЕРЖДАЮ
Директор АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»
_____ С.Н.Семенов
«15» 04 2024 г.

Оценочные материалы
для промежуточной аттестации
по учебной практике

УП.01. Учебная практика по ПМ.01

для специальности 42.02.01 Реклама

Составил:
Чиннова В.С., преподаватель

Якутск, 2024

Пояснительная записка

Оценочные материалы для промежуточной аттестации по учебной практике УП.01. Учебная практика по ПМ.01 разработаны для оценки запланированных результатов:

- умений,
- практического опыта обучающихся,
- общих (ОК),
- профессиональных компетенций (ПК) *по специальности 42.02.01 Реклама.*

1.1. Оценка освоения результатов учебной практики

Учебная практика является частью профессионального модуля ПМ.01. Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта и проводится в течение 3х семестров.

В результате прохождения учебной практики УП.01. Учебная практика по ПМ.01 обучающийся должен

уметь:

$У_1$ – выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы;

$У_2$ - анализировать действия конкурентов, целевую аудиторию потребителей и её особенности принятия решений о покупке, результаты продвижения и продаж;

$У_3$ – распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте;

иметь практический опыт в:

$ПО_1$ – определении целевой аудитории и целевой группы;

$ПО_2$ – проведении анализа объема рынка;

$ПО_3$ – проведении анализа конкурентов;

$ПО_4$ – в оформлении целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

В результате выполнения работ по учебной практике должны быть сформированы **профессиональные компетенции (ПК):**

ПК 1.1. Определять целевую аудиторию и целевые группы.

ПК 1.2. Проводить анализ объема рынка.

ПК 1.3. Проводить анализ конкурентов.

ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий

и **общие компетенции (ОК)**:

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

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

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

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;

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

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

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

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

Форма промежуточной аттестации - **дифференцированный зачет**

Дифференцированный зачет по учебной практике выставляется на основании характеристики профессиональной деятельности студента на практике с указанием видов работ, выполненных обучающимся во время практики, их объема, качества выполнения в соответствии с технологией и аттестационного листа.

1.2. Процедура защиты учебной практики

Защита учебной практики проводится в форме собеседования при наличии:
- выполненных практических заданий во время учебной практики;
- аттестационного листа по учебной практике.

по следующим критериям:

Оценка	Критерии оценивания
«Отлично»	обучающийся выполнил все виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью, на оценку «отлично», овладел практическими умениями или навыками (опытом) и компетенциями в полном объеме. Высокий уровень соблюдения учебной дисциплины. Аттестационный лист на обучающегося содержит итоговую оценку «отлично».
«Хорошо»	обучающийся выполнил все виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью, с незначительными ошибками, овладел практическими умениями или навыками (опытом) и компетенциями в объеме не менее чем на 70 %. Средний уровень соблюдения учебной дисциплины. Аттестационный лист на обучающегося содержит итоговую оценку «хорошо».
«Удовлетворительно»	обучающийся выполнил не все виды работ или все виды работ со значительными нарушениями, овладел практическими умениями или навыками (опытом) и компетенциями в объеме не менее чем на 51%. Низкий уровень соблюдения учебной дисциплины Аттестационный лист на обучающегося содержит итоговую оценку «удовлетворительно».
«Неудовлетворительно»	обучающийся выполнил менее чем 51% виды работ либо выполнял их с грубейшими нарушениями и не овладел профессиональными умениями или навыками (опытом) и компетенциями в объеме, закрепленном рабочей программой практической подготовки. Аттестационный лист составлен на оценку «неудовлетворительно».

Оценка освоения компетенций

Оценка ***общих компетенций (ОК)*** выставляется в результате наблюдения в течение семестра по следующим критериям:

Результат **(общие компетенции)**	**Основные показатели**
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам	- самостоятельно организует свою деятельность по выданным заданиям - умеет оценить свои возможности для выполнения поставленных целей, задач, заданий по дисциплине
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	- осуществляет поиск информации в сети Интернет и различных электронных носителях - извлекает информацию с электронных носителей - использует средства ИТ для обработки и хранения информации - представляет информацию в различных формах с использованием разнообразного программного обеспечения - создает презентации в различных формах
ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую *деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях*[1]	- берет на себя ответственность за принятое решение/совершенный поступок - ответственно выполняет разовые/постоянные поручения в группе - может спрогнозировать результат - умеет оценить свои действия, поступки и проанализировать их - действия обучающихся не выходят за рамки правовой сферы
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	- устанавливает позитивный стиль общения - выбирает стиль общения в соответствии с ситуацией - признает чужое мнение - при необходимости отстаивает собственное мнение - принимает критику - ведет деловую беседу в соответствии с этическими нормами - соблюдает официальный стиль при оформлении документов - выполняет письменные и устные рекомендации преподавателя - способен к эмпатии - организует коллективное обсуждение рабочей ситуации
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей	- умеет передавать информацию другому человеку - способен правильно формулировать свои мысли в устной и письменной формах - способен письменно оформлять свои мысли

[1] *Выделенное курсивом не формируется в рамках данной практики*

социального и культурного контекста	
ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения	- не участвует в запрещенных группировках; - не проводит антироссийскую пропаганду; - уважительно относится к сверстникам, окружающим, старшим и младшим; - не хамит, не грубит - применяет в своем поведении стандарты антикоррупционного поведения
ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях	- поддерживает чистоту в кабинете/лаборатории и на своем рабочем месте - адекватно реагирует на внезапное изменение ситуации (звонок, сирена, сигнал тревоги) - владеет информацией по рациональной организации технологического процесса - знает правила безопасного ведения работ
ОК 08. Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности.	- посещает учебные занятия, практику; - отсутствие пропусков по болезни - посещение спортивных секций в колледже и вне (по различным видам спорта) - ведет здоровый образ жизни
ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном *и иностранном языках*	- осуществлять эффективный поиск необходимой информации в российских и зарубежных источниках: нормативно-правовой документации, стандартов, научных публикации, технической документации; - уметь применять лексику и грамматику иностранного языка для перевода текста, содержание которого включает профессиональную лексику; - уметь анализировать, систематизировать и применять в профессиональной деятельности информацию, содержащуюся в документации профессиональной области.

Критерии

2 балла - компетенция проявляется постоянно в полной мере (сформирована полностью);

1 балл - компетенция проявляется иногда или неполностью (частично сформирована);

0 баллов - компетенция не проявляется (не сформирована).

Приложение 1

Аттестационный лист
по учебной практике

Фамилия, имя, отчество _____

Курс обучения _____ группа _____

Специальность **42.02.01** **Реклама**

Профессиональный модуль **ПМ.01. Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта**

Учебная практика 72 часа **УП.01. Учебная практика по ПМ.01**

Руководитель практики/преподаватель _____

Результат (профессиональные компетенции)	*Основные показатели*	*Результат*
ПК 1.1. Определять целевую аудиторию и целевые группы	- владеет методами сегментации; - собирает и анализирует данные; - составляет портрет (аватар) целевого потребителя; - ранжирует аудиторию по приоритетам; - формулирует выводы, значимые для рекламы	
ПК 1.2. Проводить анализ объема рынка	- определяет границы рынка: - владеет понятийным аппаратом: - выбирает методы расчета: - работает с источниками информации: - интерпретирует количественные данные: - прогнозирует потенциал	
ПК 1.3. Проводить анализ конкурентов	- корректно идентифицирует конкурентов; - владеет инструментами конкурентного анализа; - собирает и систематизирует информацию; - определяет сильные и слабые стороны конкурентов; - формулирует выводы для стратегии	
ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	- владеет иерархией целей; - соблюдает критерии постановки целей (SMART/DRACE); - классифицирует цели; - оформляет цели в виде формализованного документа; - связывает цели с этапом жизненного цикла продукта и исследованиями	
	ИТОГО	

Критерии оценивания

2 балла - компетенция проявляется в полной мере (сформирована полностью);
1 балл - компетенция проявляется иногда или не полностью (частично сформирована);
0 баллов - компетенция не проявляется (не сформирована).

Максимальное количество баллов – 8.

Перевод баллов на отметку:

Балл	8	7-6	5-4	3 и менее
Отметка	отлично	хорошо	удовлетворительно	неудовлетворительно

Результаты учебной практики _____

Дата «___»_____20___г

Преподаватель _____ _____
(подпись) (ФИО)

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледж
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024

УТВЕРЖДАЮ
Директор АНО СПО «Цифровой коллед
«Синергия»
_____ С.Н.Семенов
«15» 04 2024 г.

Оценочные материалы
для промежуточной аттестации
по производственной практике

ПП.01. Производственная практика по ПМ.01.

для специальности 42.02.01 Реклама

Разработчик: Чиннова В.С., преподаватель

Якутск, 2024

1. Пояснительная записка

Оценочные материалы для промежуточной аттестации по ПП.01. Производственная практика ПМ.01. предназначены для контроля освоения:

- общих (ОК),
- профессиональных компетенций (ПК) и
- приобретения практического опыта обучающихся.

общих и профессиональных компетенций обучающихся по специальности *42.02.01 Реклама.*

1.1. Оценка освоения ПП.01.

В результате прохождения ПП.01. Производственная практика ПМ.01. обучающийся должен показать сформированность общих (ОК) и профессиональных компетенций (ПК) и приобрести практический опыт по ВД *(результаты отражаются в аттестационном листе).*

Общие компетенции (ОК):

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

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

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

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;

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

ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы

бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;

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

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

профессиональные компетенции (ПК):

ПК 1.1. Определять целевую аудиторию и целевые группы.

ПК 1.2. Проводить анализ объема рынка.

ПК 1.3. Проводить анализ конкурентов.

ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий

Приобретение практического опыта **по ВД.01. Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта:**

иметь практический опыт в:

$ПО_1$ – определении целевой аудитории и целевой группы;

$ПО_2$ – проведении анализа объема рынка;

$ПО_3$ – проведении анализа конкурентов;

$ПО_4$ – в оформлении целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

Форма промежуточной аттестации является **дифференцированный зачет.**

1.2. Процедура защиты производственной практики

Защита производственной практики проводится в форме собеседования при наличии:

- заполненного дневника по производственной практике (наличие заполненной характеристики, аттестационного листа, подписей ответственного от предприятия, печати предприятия)

- отчета по производственной практике в соответствии с выданным заданием)

по следующим критериям:

Таблица 1 - Критерии оценивания

№ п/п	Наименование	Форма отчета	Балл
1	Сформированность ПК	Наличие отметки в аттестационном листе *высокий уровень – 3* *выше среднего – 2* *средний уровень – 1*	
2	Сформированность ОК	Наличие характеристики в дневнике производственной практики *высокий уровень – 3* *выше среднего – 2* *средний уровень – 1*	
3	Виды работ	Дневник производственной практики *отлично – 3* *хорошо – 2* *удовлетворительно – 1*	
4	Задание по производственной практике	Отчет по производственной практике *отлично – 3* *хорошо – 2* *удовлетворительно – 1*	
		ИТОГО:	

Оценка по ПП.01. выставляется на основании пунктов таблицы 1.

отлично	**хорошо**	**удовлетворительно**
11-12 баллов	8-10 баллов	4-7 баллов

Приложение 1

Аттестационный лист
по производственной практике

Фамилия, имя, отчество

Курс обучения группа
Специальность **42.02.01** **Реклама**
Профессиональный модуль **ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта**
Производственная практика 72 часа **ПП.01. Производственная практика по ПМ.01**

Руководитель практики/преподаватель

Результат (профессиональные компетенции)	*Основные показатели*	*Результат*
ПК 1.1. Определять целевую аудиторию и целевые группы	- владеет методами сегментации; - собирает и анализирует данные; - составляет портрет (аватар) целевого потребителя; - ранжирует аудиторию по приоритетам; - формулирует выводы, значимые для рекламы	
ПК 1.2. Проводить анализ объема рынка	- определяет границы рынка: - владеет понятийным аппаратом: - выбирает методы расчета: - работает с источниками информации: - интерпретирует количественные данные: - прогнозирует потенциал	
ПК 1.3. Проводить анализ конкурентов	- корректно идентифицирует конкурентов; - владеет инструментами конкурентного анализа; - собирает и систематизирует информацию; - определяет сильные и слабые стороны конкурентов; - формулирует выводы для стратегии	
ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	- владеет иерархией целей; - соблюдает критерии постановки целей (SMART/DRACE); - классифицирует цели; - оформляет цели в виде формализованного документа; - связывает цели с этапом жизненного цикла продукта и исследованиями	
	ИТОГО	

Критерии оценивания

2 балла - компетенция проявляется в полной мере (сформирована полностью);
1 балл - компетенция проявляется иногда или не полностью (частично сформирована);
0 баллов - компетенция не проявляется (не сформирована).

Максимальное количество баллов – 8.

Перевод баллов на отметку:

Балл	8	7-6	5	4 и менее
Отметка	отлично	хорошо	удовлетворительно	неудовлетворительно

Результаты производственной практики _____

Дата «___»_____20___г

Преподаватель _____ _____
(подпись) (ФИО)

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г.)

УТВЕРЖДАЮ
Директор АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»
_____ С.Н.Семенов
«15» 04 2024 г.

Оценочные материалы
для промежуточной аттестации
по профессиональному модулю
ПМ.01. Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта

для специальности 42.02.01 Реклама

Разработчик: Чиннова В.С., преподаватель

Якутск, 2024

1. Пояснительная записка

Оценочные материалы для промежуточной аттестации по ПМ.01. Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта предназначены для контроля освоения общих и профессиональных компетенций обучающихся по специальности *42.02.01 Реклама.*

Оценочные материалы разработаны на основе Оценочных материалов демонстрационного экзамена для специальности *42.02.01 Реклама.*

1.1. Оценка освоения ПМ

В результате освоения ПМ.01. Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта обучающийся должен

уметь:

$У_1$ – выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы;

$У_2$ - анализировать действия конкурентов, целевую аудиторию потребителей и её особенности принятия решений о покупке, результаты продвижения и продаж;

$У_3$ – распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте;

иметь практический опыт в:

$ПО_1$ – определении целевой аудитории и целевой группы;

$ПО_2$ – проведении анализа объема рынка;

$ПО_3$ – проведении анализа конкурентов;

$ПО_4$ – в оформлении целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимися видом деятельности – **ВД.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта**, в том числе **профессиональными компетенциями (ПК):**

ПК 1.1. Определять целевую аудиторию и целевые группы.

ПК 1.2. Проводить анализ объема рынка.

ПК 1.3. Проводить анализ конкурентов.

ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий

и **общими компетенциями (ОК)**:

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.

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

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

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.

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

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

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

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

Промежуточная аттестация проходит в форме **экзамена**.

Вид – экзамен по профессиональному модулю.

Экзамен проводится по общему для всех заданию.

Задание

для промежуточной аттестации

по ПМ.01. Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта

Название компании: ООО «Акрил-Стиль»

Продукт: Новая коллекция премиальной офисной мебели из прозрачного пластика «AeroLine».

Описание: Компания «Акрил-Стиль», расположенная в г. Лыткарино (Московская область), является успешным производителем широкого ассортимента изделий из акрила и полимерного пластика. Компания выводит на рынок инновационную линейку офисной мебели (столы, стулья, кресла, переговорные столы) для офисных помещений, конференц-залов и зон ожидания.

Ключевые преимущества коллекции «AeroLine»:

- **Дизайн:** Изящные, «воздушные» формы, визуальная легкость.
- **Материал:** Увеличенная толщина и прочность пластика, устойчивость к истиранию и механическим повреждениям.
- **Эргономика:** Продуманные конструкции, обеспечивающие комфорт при использовании.

Маркетинговая ситуация и цели:

- **Цель 1:** Завоевание устойчивых позиций в нише премиальной дизайнерской офисной мебели.
- **Цель 2:** Увеличение количества заказов из интернета в 3 раза (с текущих 3-5 в неделю).
- **Цель 3:** Расширение географии продаж по крупным городам России.

Инструмент: Создание отдельного продающего лендинга и запуск контекстной рекламной кампании.

Бюджет: До 2 000 000 рублей.

- **Стимул для клиентов:** Бесплатная планировка и дизайн-проект, скидка до 10% на первую покупку.

Корпоративный стиль:

- **Цвета:** Белый, светло-серый, акцентный красный.
- **Тон коммуникации:** Официальный, уважительный, лаконичный.

Задание. На основе предоставленного брифа проведите исследование и подготовьте отчет, который должен включать следующие разделы:

Раздел 1. Анализ рыночной среды и конкурентов

- Проведите анализ конкурентной среды. Выделите 3-4 ключевых **прямых** и **косвенных конкурента**.
- Проведите SWOT-анализ компании «Акрил-Стиль» в рамках вывода новой коллекции.
- Сформулируйте предварительное УТП (Уникальное Торговое Предложение) для коллекции «AeroLine» на основе анализа.

Раздел 2. Исследование и сегментация целевой аудитории (ЦА)

- Проведите сегментацию ЦА по не менее чем 3 критериям (гео-,- демо-, психо- графическим).
- Выделите 2 ключевых сегмента и составьте для каждого по 1 детализированному **аватару клиента** (персоне), включив: демографические данные, должность, цели, «боли», источники информации, аргументы для покупки.
- Определите, какой сегмент является первостепенным для запуска.

Раздел 3. Рекомендации по созданию и продвижению рекламного продукта

- На основе исследования предложите **структуру и ключевый контент для лендинга** (какие блоки должны быть, какие выгоды и УТП Highlightить, какой призыв к действию использовать).
- Разработайте **3 варианта названий** для новой коллекции (альтернативных «AeroLine») с кратким обоснованием, почему каждое название может быть эффективным.
- Сформулируйте **2-3 ключевых сообщения** для рекламной кампании, которые будут обращены к вашей ЦА и отстроят продукт от конкурентов.

Критерии оценки

Критерий	Баллы	Показатели качества
Раздел 1. Анализ рыночной среды и конкурентов	**максимум 30 баллов**	
1.1. Анализ конкурентов	0-10	Корректно выделены прямые (производители премиум-мебели, в т.ч. из дизайнерских материалов) и косвенные конкуренты (производители стандартной мебели высокого класса). Дана сравнительная характеристика по ключевым параметрам (ассортимент, цена, позиционирование).
1.2. SWOT-анализ	0-10	Проведен полноценный SWOT-анализ: выявлены релевантные и конкретные **Сильные и Слабые стороны** (внутренние факторы), **Возможности и Угрозы** (внешние факторы). Анализ непосредственно связан с задачей вывода нового продукта.
1.3. Формулировка	0-10	Сформулировано четкое, убедительное и клиентоориентированное УТП. УТП логически вытекает

УТП		из проведенного анализа, подчеркивает ключевые преимущества продукта и его отличие от предложений конкурентов.
Раздел 2. Исследование и сегментация ЦА	**максимум 40 баллов**	
2.1. Сегментация ЦА	0-15	Использованы разнообразные и релевантные критерии сегментации (географические, демографические, психографические). Сегменты четко выделены и описаны. Дано обоснование выбора критериев.
2.2. Разработка аватаров клиентов	0-20	Созданы детализированные, реалистичные и персонифицированные портреты клиентов. Каждый аватар содержит полный набор характеристик (должность, цели, "боли", аргументы для покупки и т.д.). Аватары являются надежной основой для генерации рекламных сообщений.
2.3. Выбор приоритетного сегмента	0-5	Четко определен и обоснован выбор первостепенного сегмента для коммуникации. Обоснование логично связано с целями компании и потенциалом сегмента.
3. Рекомендации по реализации рекламного продукта	**максимум 20 баллов**	
3.1. Рекомендации по лендингу	0-7	Предложена логичная и убедительная структура лендинга, ориентированная на конверсию. Рекомендации по контенту конкретны, учитывают интересы ЦА и выделяют УТП.
3.2. Креативные названия	0-7	Предложены 3 креативных, релевантных названия, соответствующих позиционированию продукта (премиум, дизайн, инновации). Дано краткое и убедительное обоснование для каждого названия.
4. Оформление, структура и грамотность	**максимум 10 баллов**	
4.1. Структура и оформление	0-5	Работа имеет четкую структуру, соответствует заданию. Текст изложен грамотно, оформлен аккуратно. Используются наглядные элементы (таблицы, списки).
4.2. Логика и аргументация	0-5	Все выводы и рекомендации логически вытекают из проведенного исследования. Студент демонстрирует системное мышление и способность аргументировать свою позицию.
ИТОГО:	**100**	

Перевод баллов в оценку

Отлично	**Хорошо**	**Удовлетворительно**	**Неудовлетворительно**
100 – 90 баллов	79 – 85 баллов	74 – 60 баллов	менее 60 баллов

1.2. Сформированность компетенций обучающихся

В результате освоения ПМ.01. обучающийся должен показать также и сформированность общих компетенций (ОК):

Результат (освоенные общие компетенции)	Основные показатели
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам	- самостоятельно организует свою деятельность по выданным заданиям - умеет оценить свои возможности для выполнения поставленных целей, задач, заданий
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	- осуществляет поиск информации в сети Интернет и различных электронных носителях - извлекает информацию с электронных носителей - использует средства ИТ для обработки и хранения информации - представляет информацию в различных формах с использованием разнообразного программного обеспечения - создает презентации в различных формах
ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	- берет на себя ответственность за принятое решение/совершенный поступок - ответственно выполняет разовые/постоянные поручения в группе - может спрогнозировать результат - умеет оценить свои действия, поступки и проанализировать их - знает основную нормативную документацию по предпринимательской деятельности и может ее найти в поисковых системах; - определяет возможности/невозможности предпринимательства той или иной возникшей ситуации - успешно учится, выполняет повседневные поручения/обязанности, связанные с финансами (оплата проезда, покупка продуктов, обеда) - владеет навыками обращения с банковскими картами
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	- устанавливает позитивный стиль общения - выбирает стиль общения в соответствии с ситуацией - признает чужое мнение - при необходимости отстаивает собственное мнение - принимает критику - ведет деловую беседу в соответствии с этическими нормами - соблюдает официальный стиль при оформлении документов - выполняет письменные и устные рекомендации преподавателя - способен к эмпатии - организует коллективное обсуждение рабочей ситуации

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	- умеет передавать информацию другому человеку - способен правильно формулировать свои мысли в устной и письменной формах - способен письменно оформлять свои мысли
ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения	- не участвует в запрещенных группировках; - не проводит антироссийскую пропаганду; - уважительно относится к сверстникам, окружающим, старшим и младшим; - не хамит, не грубит - применяет в своем поведении стандарты антикоррупционного поведения
ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;	- поддерживает чистоту в кабинете/лаборатории и на своем рабочем месте - адекватно реагирует на внезапное изменение ситуации (звонок, сирена, сигнал тревоги) - владеет информацией по рациональной организации технологического процесса - знает правила безопасного ведения работ
ОК 08. Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности.	- посещает учебные занятия, практику; - отсутствие пропусков по болезни - посещение спортивных секций в колледже и вне (по различным видам спорта) - ведет здоровый образ жизни
ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	- осуществлять эффективный поиск необходимой информации в российских и зарубежных источниках: нормативно-правовой документации, стандартов, научных публикации, технической документации; - уметь применять лексику и грамматику иностранного языка для перевода текста, содержание которого включает профессиональную лексику; - уметь анализировать, систематизировать и применять в профессиональной деятельности информацию, содержащуюся в документации профессиональной области.

Критерии сформированности

2 балла - компетенция проявляется постоянно в полной мере (сформирована полностью);

1 балл - компетенция проявляется иногда или неполностью (частично сформирована);

0 баллов - компетенция не проявляется (не сформирована).

Сформированность профессиональных компетенций (ПК):

Профессиональные компетенции (ПК)	**Показатели оценки результата**
ПК 1.1. Определять целевую аудиторию и целевые группы.	- владеет методами сегментации; - собирает и анализирует данные; - составляет портрет (аватар) целевого потребителя; - ранжирует аудиторию по приоритетам; - формулирует выводы, значимые для рекламы
ПК 1.2. Проводить анализ объема рынка.	- определяет границы рынка: - владеет понятийным аппаратом: - выбирает методы расчета: - работает с источниками информации: - интерпретирует количественные данные: - прогнозирует потенциал
ПК 1.3. Проводить анализ конкурентов.	- корректно идентифицирует конкурентов; - владеет инструментами конкурентного анализа; - собирает и систематизирует информацию; - определяет сильные и слабые стороны конкурентов; - формулирует выводы для стратегии
ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	- владеет иерархией целей; - соблюдает критерии постановки целей (SMART/DRACE); - классифицирует цели; - оформляет цели в виде формализованного документа; - связывает цели с этапом жизненного цикла продукта и исследованиями

Инструкция по технике безопасности

1.1. При выполнении работ на персональном компьютере необходимо:

- соблюдать производственную и технологическую дисциплину;
- выполнять только ту работу, которая определена в задании;
- поддерживать порядок на рабочем месте в течение всего рабочего времени;
- обо всех неисправностях ПК и электропитания немедленно сообщать экспертам;
- соблюдать требования пожарной безопасности и электробезопасности;
- не допускать натягивания, скручивания, перегиба и пережима шнуров электропитания ПК, не допускать нахождения на них каких-либо предметов и соприкосновения их с нагретыми поверхностями;
- не при касаться к задней панели системного блока (процессора) при включенном питании;
- не переключать разъемы интерфейсных кабелей периферийных устройств при включенном питании;
- не допускать попадания влаги на поверхность системного блока (процессора), монитора, рабочую поверхность клавиатуры, дисководов, принтеров и других устройств;
- не производить самостоятельно какие-либо виды ремонта ПК;
- не допускать частых отключений и включений ПК в течение работы;
- при работе на ПК соблюдать расстояние от глаз до экрана в пределах 60-70 см, но не ближе 50 см с учетом размеров алфавитно-цифровых знаков и символов;
- не загромождать рабочее место.

1.2 При возникновении аварийной ситуации на рабочем месте необходимо:

- немедленно прекратить работу;
- сообщить о проблеме преподавателю;
- при необходимости покинуть опасную зону.

1.3 По окончании работ привести рабочее место в порядок.

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
профессионального модуля

ПМ.02. Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций, мероприятий

для специальности 42.02.01 Реклама

Якутск, 2024

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г.)

УТВЕРЖДАЮ
Директор АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»
_____ С.Н.Семенов
«15» 04 2024 г.

Рабочая программа профессионального модуля ПМ.02. Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций, мероприятий разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (далее – ФГОС СПО) по *специальности 42.02.01 Реклама,* утвержденного приказом Минпросвещения России от 21.07.2023 г. № 552 (зарегистрирован в Минюсте РФ 22.08.2023 № 74908)

Организация-разработчик: АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»

Составители:

Чиннова В.С., преподаватель

Чиннова Н.В., преподаватель

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Паспорт рабочей программы профессионального модуля	4
2. Структура и содержание профессионального модуля	7
3. Условия реализации рабочей программы профессионального модуля	14
4. Контроль и оценка освоения профессионального модуля (вида деятельности)	17

1 Паспорт рабочей программы профессионального модуля ПМ.02. Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций, мероприятий

Рабочая программа профессионального модуля ПМ.02. Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций, мероприятий является частью основной профессиональной образовательной программы СПО – программы подготовки специалистов среднего звена по специальности *42.02.01 Реклама*, входящей в состав укрупненной группы специальностей *42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело*.

1.1 Место профессионального модуля в структуре образовательной программы

Профессиональный модуль ПМ.02. Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций, мероприятий входит в состав профессионального цикла образовательной программы.

1.2 Требования к результатам освоения профессионального модуля

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен:

уметь:

$У_1$ – находить компромиссное решение при разработке рекламных и коммуникационных кампаний и акций, в том числе, организации BTL-акций;

$У_2$ - разрабатывать план и бюджет рекламной кампании, формировать медиаплан;

$У_3$ – способность налаживать конструктивный контакт с заказчиком;

$У_4$ – предъявлять результаты работы.

знать:

$З_1$ – методы и способы проектирования и проведения рекламных и коммуникационных кампаний;

иметь практический опыт в:

$ПО_1$ – проведении стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий;

$ПО_2$ – представлении результатов планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий;

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимися видом деятельности – **ВД.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования**

рекламных и коммуникационных кампаний, акций, мероприятий, в том числе **профессиональными компетенциями (ПК):**

ПК 2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

ПК 2.2. Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

и **общими компетенциями (ОК)**:

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.

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

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

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.

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

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

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

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

1.3 Количество часов, отводимое на освоение профессионального модуля

Общая учебная нагрузка обучающегося:	**352**
в том числе	
в форме практической подготовки	*224*
Объем работы обучающегося во взаимодействии с преподавателем	***244***
Самостоятельная работа обучающегося	***30***
Учебная практика	***72***
Производственная практика	***72***
Промежуточная аттестация	***12***
Всего:	***352***

Обязательная часть учебной нагрузки составляет 300 часов, вариативная часть - 52 часа

2 Структура и содержание профессионального модуля

2.1 Структура, объем профессионального модуля и виды учебной деятельности

Коды профессиональных компетенций	***Наименования МДК, практик профессионального модуля***	***Всего,*** *часов*	*в том числе в форме практической подготовки*	***Учебная нагрузка обучающихся***							***Практика***	
				Всего, *часов*	***Во взаимодействии с преподавателем***				***Самостоятельная работа обучающегося,*** *часов*	***Промежуточная аттестация***	***Учебная,*** *часов*	***Производственная,*** *часов*
					в том числе							
					занятий на уроках, часов	*практических занятий, часов*	*курсовой проект*	*Консультации*				
ПК 2.1 - ПК 2.2	МДК.02.01. Организация и проведение рекламных и коммуникационных кампаний	**94**	**34**	70	36	34	-	-	18	6		
ПК 2.1 - ПК 2.2	МДК.02.02 Медиапланирование и медиабаинг	**108**	**46**	96	50	46	-	-	12	-		
ПК 2.1 - ПК 2.2	УП.02 Учебная практика по ПМ.02.	**72**	**72**	72							72	
ПК 2.1 - ПК 2.2	ПП.02 Производственная практика по ПМ.02.	**72**	**72**									72
ПК 2.1 - ПК 2.2	Экзамен по профессиональному модулю ПМ.02.	**6**		6						6		
	Всего по ПМ.02.:	**352**	**224**	**244**	**86**	**80**	**-**	**-**	**30**	**12**	**72**	**72**

2.2 Формы промежуточной аттестации

3 семестр – другие формы контроля (МДК.02.02)
4 семестр – экзамен (МДК.02.01)
4 семестр – дифференцированный зачет (МДК.02.01)
4 семестр – дифференцированный зачет (УП.02)
4 семестр – дифференцированный зачет (ПП.02)
4 семестр – экзамен по профессиональному модулю ПМ.02.

2.3 Тематический план и содержание профессионального модуля

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)		Объем часов	В том числе в форме практической подготовки	Формируемые компетенции
МДК.02.01. Организация и проведение рекламных и коммуникационных кампаний			**94**	*34*	
Тема 1.1 Основы организации и проведения коммуникационных кампаний	*Содержание учебного материала*		*66*	*30*	
	1	Коммуникационная кампания. Определение, сущностные характеристики, типология	2		ОК 01- ОК 05, ОК 07, ОК 09, ПК 2.1-ПК 2.2
	2	Идея, потребительский инсайт и функции рекламной кампании. Структура коммуникационной кампании. Основные требования к проекту РК.	2		
	3	Ситуационный анализ на реальном сегменте рынка	2		
	4	Выбор объектов и постановка задач рекламной кампании. Создание брифа	2		
	5	Целевая группа. Роль затрат в вопросе выбора целевой аудитории. Профилирование целевой аудитории. Целевая аудитория и стратегия. Реализация процесса стратегического планирования	2		
	6	Выбор оптимального позиционирования. Поиск дифференциального преимущества. Эффективное позиционирование	2		
	7	Процесс стратегического планирования. Обзор маркетингового плана. Реализация пятишагового процесса стратегического планирования	2		
	8	Возможности интегрированных маркетинговых коммуникаций в рекламной кампании. Стратегическое планирование. Постановка целей и задач, общая концепция рекламной кампании. Творческий аспект стратегии	2		
	9	Разработка рекламного креатива. Единство и согласованность креативных решений. Тактики стимулирования сбыта	2		
	10	Разработка целостной программы маркетинговых коммуникаций. Интегрированные маркетинговые коммуникации Преимущество одновременного использования рекламы и промоушна. Проблемы при реализации ИМК –программы	2		
	11	Малобюджетная рекламная кампания: понятие и технологии	2		
	12	Формирование бюджета коммуникационной кампании	2		

	13	Определение, значение, виды коммуникационного аудита. Российская и международная практика. проведения оценки коммуникативной среды базисного субъекта PR. Классификация источников информации, каналов коммуникации, видов сообщений о базисном субъекте , целевых аудиторий	2		
	14	Контроль и оценка эффективности рекламной деятельности	2		
	Практические занятия		**30**	*30*	ОК 01-ОК 03, ОК 05, ОК 07-ОК 09, ПК 2.1
	15	**Практическое занятие № 1.** Определение достоинств и недостатков традиционных видов рекламы			
	16	**Практическое занятие № 2.** Построение взаимоотношений «рекламное агентство - клиент» на базе составления оптимального брифа			
	17-18	**Практическое занятие № 3.** Разработка слогана и рекламного текста для отдельных товаров			
	19-22	**Практическое занятие № 4.** Планирование рекламной кампании. (по индивидуальному заданию)			
	23-24	**Практическое занятие № 5.** Разработка рекламной кампании для сектора B2B			
	25-26	**Практическое занятие № 6.** Разработка BTL рекламной кампании			
	27	**Практическое занятие № 7.** Разработка программы продвижения в сети интернет			
	28	**Практическое занятие № 8.** Разработка плана рекламной кампании			
	29	**Практическое занятие № 9.** Оценка действенности наружной рекламы и рекламы на транспорте			
	Самостоятельная работа		**8**		ОК 01-ОК 03, ОК 05-ОК 09, ПК 2.1-ПК 2.2
	Выполнение заданий из методических указаний				
Тема 1.2 Технологии PR как эффективный инструментарии реализации коммуникационной кампании	*Содержание учебного материала*		*16*	*4*	ОК 01- ОК 05, ОК 07, ОК 09, ПК 2.1-ПК 2.2
	1	PR- как средство массовых коммуникаций. Сравнительный анализ PR-акции, PR-кампании, PR-программы. Комплексная рекламная кампания и PR кампания. Гуманитарные технологии и социально-коммуникативные технологии в области связей с общественностью. Характеристика, область преимущественного применения	2		
	2	Классификация PR- кампаний	2		
	3	Этапы проведения PR- кампании			
	4	Определение эффективности и оценка программы PR-мероприятий	2		
	Практические занятия		**4**	*4*	ОК 01-ОК 03, ОК 05, ОК 07-ОК 09, ПК 2.1-ПК 2.2
	5-6	**Практическое занятие № 10.** Проектирование PR–кампании: презентации; конференции, круглые столы. Деловая игра «Взаимодействие со СМИ»			

	Самостоятельная работа		**10**		ОК 01-ОК 03, ОК 05-ОК 09, ПК 2.1-ПК 2.2
	Подготовка к деловой игре		4		
	Подготовка к промежуточной аттестации		6		
		Экзамен	**6**		
		ВСЕГО по МДК.02.01	**94**	*34*	
МДК.02.02 Медиапланирование и медиабаинг			**108**	*46*	
Тема 1.1 Медиастратегии в медиапланировании	*Содержание учебного материала*		*22*	*10*	
	1	Проблема эффектов и эффективности массовой коммуникации. Ключевые теории и модели массовой коммуникации	2		ОК 01- ОК 05, ОК 07, ОК 09, ПК 2.1-ПК 2.2
	2	Медиабриф и его составляющие. Медиапланирование как инструмент Управления информационными кампаниями. Медиа-аспект стратегии. Тактики медиапланирования Принципы отбора медиаосителей	2		
	3	Особенности медиапланирования: поведение аудитории в течение дня, сезонные характеристики аудитории, охват аудитории в рабочее время, совместное нескольких медиа, реклама группы, планирование для рекламодателей.	2		
	4	Характеристики и особенности основных каналов размещения: пресса, ТВ, радио, Internet, наружная реклама	2		
	5	Медиакарта, ее продуктивное использование. Виды данных и показатели, используемые в медиа-планировании.	2		
	6	Основные медиапараметры и их характеристика	2		
	7	Медиа-обсчет, его основные параметры. Требования, предъявляемые к медиа-плану и способы его оптимизации. Определение бюджета выделяемого на размещение рекламы (медиасплит, медиаобсчет).	2		
	8	Тактическое медиапланирование (выбор конкретных распространения рекламы; период проведения формат рекламных сообщений). Медиамикс для рекламной кампании. Выбор масштаба рекламной Формирование календарного графика размещения рекламных сообщений (медиаплан).	2		
	9	Медиапланирование как точная наука. Исходные понятия теории медиапланирования: рейтинг и предельный охват. Вычисление медиапараметров отдельных СМИ. Охват и его частотное распределение (спектр).	2		
	10	Средняя частота контактов. Рекуррентное соотношение для спектра охвата одного СМИ. Спектр охвата. Вычисление охвата СМИ. Количественные характеристики медиаплана и их применение в рекламной практике.	2		
	11	Медиастатистики, описывающие медиаплан. Совокупный рейтинг (GRP, gross rating	2		

		point). Целевой рейтинг			
	12	Графики размещения рекламных материалов на различных медиаканалах	2		
	13	Комплексная рекламная кампания по принципу медиа-микс	2		
	14	Основные характеристики, сроки и структура медиаплана	2		
	15	Контроль и оценка эффективности медиаплана.	2		
	Практические занятия		**30**	*20*	ОК 01-ОК 03, ОК 05, ОК 07-ОК 09, ПК 2.1, ПК 2.2.
	16	**Практическое занятие № 1.** Основной и вспомогательные каналы распространения рекламы			
	17	**Практическое занятие № 2.** Медиабриф и его составляющие			
	18	**Практическое занятие № 3.** Медиакарта			
	19	**Практическое занятие № 4.** Медиаобсчет. Медиаплан			
	20	**Практическое занятие № 5.** Медиаплан для региональных СМИ			
	21	**Практическое занятие № 6.** Размещение рекламы на радио			
	22	**Практическое занятие № 7.** Периодические издания			
	23	**Практическое занятие № 8.** Телеканалы			
	24	**Практическое занятие № 9.** Виды наружной рекламы			
	25	**Практическое занятие № 10.** Размещение наружной рекламы			
	Самостоятельная работа		**6**		ОК 01-ОК 03, ОК 05-ОК 09, ПК 2.1, ПК 2.2.
	Выполнение заданий из методических указаний				
		Другие формы контроля	**2**		
		ВСЕГО по МДК.02.02 (3 семестр)	**58**		
	26	**Практическое занятие № 11.** Виды интернет-рекламы		*10*	ОК 01-ОК 03, ОК 05, ОК 07-ОК 09, ПК 2.1, ПК 2.2.
	27	**Практическое занятие № 12.** Анализ сайта организации			
	28	**Практическое занятие № 13.** Рекламная компания в Яндекс.Директ			
	29	**Практическое занятие № 14.** E-mail рассылка			
	30	**Практическое занятие № 15.** Комплексная рекламная компания по принципу медиа-микст			
Тема 1.2 Медиабаинг	*Содержание учебного материала*		*10*	*6*	
	1	Медиабаинг. Профессия медиабаер. Проблема приобретения места для размещения рекламы. Принципы продаж медиапространства в СМИ	2		ОК 01- ОК 05, ОК 07, ОК 09, ПК 2.1, ПК 2.2.
	2	Баинговые агенства. Основные модели баинга	2		
	Практические занятия		**6**	*6*	ОК 01-ОК 03, ОК 05, ОК 07-ОК 09, ПК 2.1,
	3-5	**Практическое занятие № 16.** Создание проекта медиабаинга			

					ПК 2.2.
Тема 1.3 Медиаселлинг	*Содержание учебного материала*		*10*	*4*	ОК 01- ОК 05, ОК 07, ОК 09, ПК 2.1, ПК 2.2.
	1	Виды медиаселлинга. Медиаселлинг в рекламе	2		
	2	Медиаселлинговые агенства. Внешние и внутренние медиаселлеры	2		
	3	Правовое и этическое регулирование рекламы	2		
	Практические занятия		**4**	*4*	ОК 01-ОК 03, ОК 05, ОК 07- ОК 09, ПК 2.1, ПК 2.2.
	4-5	**Практическое занятие № 17.** Анализ рекламных продуктов на предмет медиаселлинга			
Тема 1.4. Основы презентации продукта заказчику	*Содержание учебного материала*		*16*	*6*	ОК 01- ОК 05, ОК 07, ОК 09, ПК 2.1, ПК 2.2.
	1	Функции презентации. Классификация презентаций (по целям, содержанию и способу проведения) Самопрезентация. Умение вести себя перед аудиторией. Ораторское искусство	2		
	2	Методы презентации товара	2		
	3	Универсальный план продаж. Секреты эффективной презентации	2		
	Практические занятия		**6**	*6*	ОК 01-ОК 03, ОК 05, ОК 07- ОК 09, ПК 2.1, ПК 2.2.
	4-5	**Практическое занятие № 18.** Подготовка презентации товара (по заданию)			
	6	**Практическое занятие № 19.** Проведение презентации выполненного задания			
	Самостоятельная работа		**6**		ОК 01-ОК 03, ОК 05-ОК 09, ПК 2.1, ПК 2.2.
	Выполнение заданий из методических указаний				
		Дифференцированный зачет	**2**		
		ВСЕГО по МДК.02.02 (4 семестр)	**50**	*26*	
		ИТОГО:	**108**	*46*	

УП.02. Учебная практика по ПМ.02.	*Виды работ*	*72*	72	
	Разработка проекта симплексной рекламной кампании (по индивидуальному заданию) Разработка комплексной рекламной кампании (по индивидуальному заданию) Разработка рекламной кампании средствами BTL Разработка стратегического и тактического планирования коммуникационных акций и мероприятий Подготовка презентации и защита			ОК 01 -ОК 09, ПК 2.1, ПК 2.2
	Дифференцированный зачет	**6**	**6**	
	ВСЕГО по УП.02	**72**	**72**	

ПП.02. Производственная практика по ПМ.02.	*Виды работ*	*72*	72	
	Инструктаж по охране труда Знакомство с предприятием. Характеристика предприятия: название; форма собственности; вид деятельности. Основные показатели деятельности компании: занимаемая доля рынка; объемы производства и реализации. Знакомство с коммуникационной политикой предприятия Проведение анализа рынка. Знакомство с системой ФОССТИС фирмы Знакомство с BTL– технологиями, используемыми фирмой Анализ рекламной деятельности: формы и средства рекламы, каналы распространения. Составление отчета по практике			ОК 01 -ОК 09, ПК 2.1, ПК 2.2
	Дифференцированный зачет	**6**	**6**	
	ВСЕГО ПО ПП.02	**72**	**72**	
	Экзамен по профессиональному модулю ПМ.02.	**6**		
	ИТОГО по ПМ.02.	**352**		

2.3. Вариативные часы профессионального модуля

№ п/п	Наименование темы	Объем часов	Примечание
1	**МДК. 02.01 Организация и проведение рекламных и коммуникационных кампаний**	**6**	Для углубления знаний и совершенствования умений и проверку запланированных результатов
	Самостоятельная работа	6	
2	**МДК.02.02 Медиапланирование и медиабаинг**	**4**	
	Самостоятельная работа	4	
3	**ПП.02. Производственная практика по ПМ.02.**	**36**	
4	**Экзамен по профессиональному модулю ПМ.02.**	**6**	Для проверки освоения вида деятельности ВД.02
	ИТОГО:	**52**	

3 Условия реализации рабочей программы профессионального модуля

3.1 Материально-техническое обеспечение

Реализация рабочей программы по профессиональному модулю ПМ.02. Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций, мероприятий осуществляется в лаборатории компьютерного дизайна и компьютерной графики.

Оборудование лаборатории:

- Персональный компьютер в сборе (Процессор: Ryzen 7 5700G Оперативная память: 16gb DDR4 3200 Mhz Накопитель: 512GB ssd) – 10 шт.
- Графический планшет Wacom One by Wacom Medium – 10 шт.
- Короткофокусный проектор Optoma X309ST – 1 шт.
- Учебная маркерная доска белая – 1 шт.
- Стол ученический Классик двухместный регулируемый, №4-6 СУР А.02.46 проект НМ-035.04.02 – 19 шт.
- Стул ученический Стандарт, №4-6 СТУР А 02.46.Ф проект НМ-035.30.02 – 19 шт.

При реализации рабочей программы профессионального модуля ПМ.02. Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций, мероприятий проводится учебная и производственная практика.

Материально-техническое оснащение практики представлены в рабочей программе практики.

3.2 Информационное обеспечение обучения

Учебная литература:

Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность : учебник и практикум для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 233 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9889-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/511937 (дата обращения: 02.04.2024).

Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 552 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15083-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/511938 (дата обращения: 02.04.2024).

Дополнительная литература:

Зельдович, Б. З. Медиаменеджмент : учебник для вузов / Б. З. Зельдович. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 293 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11729-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/542662 (дата обращения: 02.04.2024).

Морозова, Н. С. Менеджмент, маркетинг и реклама гостиничного предприятия : учебник для среднего профессионального образования / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 192 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15264-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/544660 (дата обращения: 02.04.2024)

Электронные образовательные ресурсы:

Сайты, блоги, электронные библиотеки

1. Официальный сайт журнала Индустрия рекламы. Сайт. [Электронный ресурс]. URL: http://www.ir-magazine.ru
2. Официальный сайт журнала Практики рекламы. [Электронный ресурс]. URL: http://www.prosmi.ru/magazine/practic
3. Официальный сайт журнала Рекламные идеи. [Электронный ресурс]. URL: http://www.advi.ru
4. Журнал «Реклама. Теория и практика». [Электронный ресурс]. URL: http://www.vsetrening.ru/magazine/grebennikov-advertising-practice/
5. Справочник от автор24. Маркетинговые исследования в рекламе [Электронный ресурс]. URL: Маркетинговые исследования в рекламе
6. Анализ рекламы: инструкция, как анализировать рекламу с примерами [Электронный ресурс]. URL: Анализ рекламы: инструкция, как анализировать рекламу с примерами
7. Рекламное агентство «Смарт Медиа» Электронный ресурс]. URL: http://www.rve.ru/
8. Рекламные щиты и билборды в России Электронный ресурс]. URL: http://mediacatalog.ru/
9. В чем залог успеха масштабных рекламных кампаний? [Электронный ресурс]. URL: В чем залог успеха масштабных рекламных кампаний?

Дополнительная электронная литература/учебные пособия, материалы, статьи

1. Карпова, С. В. Рекламное дело: учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 344 с. — (Профессиональное

образование). — ISBN 978-5-534-19807-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/557158

2. Красовская, Н. В. Событийный маркетинг: учебное пособие для вузов / Н. В. Красовская. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 127 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12592-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — [Электронный ресурс]. URL: https://urait.ru/bcode/518856

3. Проектирование рекламных и PR-кампаний: учебное пособие/ Отв. ред. Д.К. Сабирова. [Электронный ресурс]. URL: Проектирование рекламных и PR-кампаний

Видеоматериалы/ виртуальные музеи/интерактивные презентации

1. Защита бренда в поисковом маркетинге [Электронный ресурс]. URL: Защита бренда в поисковой рекламе. Robuscan – сервис независимого мониторинга брендовой выдачи.

2. Бренд-менеджмент и создание коммуникационных стратегий для IT. [Электронный ресурс]. URL: Бренд-менеджмент и создание коммуникационных.. — Видео | ВКонтакте

3. Стратегическое маркетинговое планирование. [Электронный ресурс]. URL: Стратегическое маркетинговое планирование - YouTube

Тренажеры/ тесты/ кейсы/ материал для практикума/ бесплатные онлайн курсы

1. Стратегический и тактический маркетинг. Русская школа управления. Официальный сайт. - [Электронный ресурс]. URL: https://uprav.ru/marketing/strategicheskiy-i-takticheskiy-marketing-sdo/?roistat_param1=online&roistat=direct3_search_84265517_rsMasterGroup_rsMasterBanner_---autotargeting&utm_source=none&utm_medium=cpc&utm_campaign=torgov&utm_content=17267064788&utm_term=---autotargeting&ybaip=1&yclid=4538230701289373695

3.3 Учебно-методическое обеспечение

По профессиональному модулю ПМ.02. Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций, мероприятий создана учебно-методическая документация:

– Рабочая программа;

– Оценочные материалы;

– Методические указания по выполнению заданий на практических занятиях;

– Методические указания по выполнению самостоятельной работы.

3.4. Общие требования к организации образовательного процесса

Освоение обучающимися профессионального модуля ПМ.02. Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций, мероприятий проходит в Колледже и на предприятиях города.

Профессиональный модуль ПМ.02. изучается в течение 2х семестров.

Учебная практика проводится концентрированно в объеме 72 часов.

Производственная практика проводится концентрировано после изучения всех МДК и освоения видов работ учебной практики на предприятиях/организациях на основании заключенных договоров о практической подготовке.

Самостоятельная работа организована в МДК.02.01 и МДК.02.02 в пределах часов учебного плана в соответствии с методическими указаниями, разработанными преподавателями.

3.5. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по профессиональному модулю:

Наличие высшего профессионального образования, соответствующего профилю модуля ПМ.02. Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций, мероприятий *по специальности 42.02.01 Реклама*.

Опыт деятельности в соответствующей профессиональной сфере необходим.

4 Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля (вида деятельности)

Контроль и оценка результатов освоения содержания ПМ.02. Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций, мероприятий обучающимся осуществляется преподавателем на занятиях по итогам выполнения заданий на уроках, практических занятиях, учебной и производственной практике и самостоятельной работы.

Оценка качества освоения программы профессионального модуля обучающимся включает текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию.

Код и наименование формируемых компетенций	***Практический опыт, умения, знания***	***Формы контроля и оценки результатов освоения***	
		Текущий контроль	***Промежуточная аттестация***
ПК 2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.	**знать:** $З_1$ – методы и способы проектирования и проведения рекламных и коммуникационных кампаний;	МДК.02.01 *- устный опрос* *- выполнение заданий на практических занятиях* *- выполнение заданий самостоятельной работы*	*- экзамен*
		МДК.02.02 *- устный опрос* *- выполнение заданий на практических занятиях* *- выполнение заданий самостоятельной работы*	*- другие формы контроля* *- дифференцированный зачет*
	уметь: $У_1$ – находить компромиссное решение при разработке рекламных и коммуникационных кампаний и акций, в том числе, организации BTL-акций; $У_2$ - разрабатывать план и бюджет рекламной кампании, формировать медиаплан; **иметь практический опыт в:** $ПО_1$ – проведении стратегического и тактического планирования рекламных	УП.02. Учебная практика *- комплексный контроль в ходе выполнения видов работ*	*- дифференцированный зачет*
		ПП.02. Производственная практика *- комплексный контроль в ходе выполнения видов работ*	*- дифференцированный зачет*
			- экзамен по профессиональному модулю ПМ.02.

Код и наименование формируемых компетенций	*Практический опыт, умения, знания*	*Формы контроля и оценки результатов освоения*	
		Текущий контроль	*Промежуточная аттестация*
	и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий;		
ПК 2.2. Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.	**знать:** $З_1$ – методы и способы проектирования и проведения рекламных и коммуникационных кампаний;	МДК.02.01 *- устный опрос* *- выполнение заданий на практических занятиях* *- выполнение заданий самостоятельной работы*	*экзамен*
		МДК.02.02 *- устный опрос* *- выполнение заданий на практических занятиях* *- выполнение заданий самостоятельной работы*	*- другие формы контроля* *- дифференцированный зачет*
	уметь: $У_3$ – налаживать конструктивный контакт с заказчиком; $У_4$ – предъявлять результаты работы **иметь практический опыт в:** $ПО_2$ – представлении результатов планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий;	УП.02. Учебная практика *- комплексный контроль в ходе выполнения видов работ*	*- дифференцированный зачет*
		ПП.02. Производственная практика *- комплексный контроль в ходе выполнения видов работ*	*- дифференцированный зачет*
			- экзамен по профессиональному модулю ПМ.02.

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся, не только сформированность профессиональных компетенций (ПК), но и **общих компетенций** (ОК):

Результаты (сформированные общие компетенции)	**Основные показатели оценки результата**	*Формы контроля и оценки результатов освоения*	
		Текущий	*Промежуточная*

		контроль	***аттестация***
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	- самостоятельно организует свою деятельность по выданным заданиям - умеет оценить свои возможности для выполнения поставленных целей, задач, заданий	*комплексный контроль в ходе выполнения видов работ по МДК.02.01, МДК.02.02, УП.02, ПП.02*	*- другие формы контроля, дифференцированный зачет (МДК.02.02)* *- экзамен (МДК.02.01)* *- дифференцированный зачет (УП.02, ПП.02)* *- Экзамен по профессиональному модулю ПМ.02.*
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	- осуществляет поиск информации в сети Интернет и различных электронных носителях - извлекает информацию с электронных носителей - использует средства ИТ для обработки и хранения информации - представляет информацию в различных формах с использованием разнообразного программного обеспечения - создает презентации в различных формах		
ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	- берет на себя ответственность за принятое решение/совершенный поступок - ответственно выполняет разовые/постоянные поручения в группе - может спрогнозировать результат - умеет оценить свои действия, поступки и проанализировать их - знает основную нормативную документацию по предпринимательской деятельности и может ее найти в поисковых системах; - определяет возможности/невозможности предпринимательства той или иной возникшей ситуации - успешно учится, выполняет повседневные поручения/обязанности, связанные с финансами (оплата проезда, покупка продуктов, обеда) - владеет навыками обращения с банковскими картами		
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	- устанавливает позитивный стиль общения - выбирает стиль общения в соответствии с ситуацией - признает чужое мнение - при необходимости отстаивает собственное мнение - принимает критику		

	- ведет деловую беседу в соответствии с этическими нормами - соблюдает официальный стиль при оформлении документов - выполняет письменные и устные рекомендации преподавателя - способен к эмпатии - организует коллективное обсуждение рабочей ситуации		
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	- умеет передавать информацию другому человеку - способен правильно формулировать свои мысли в устной и письменной формах - способен письменно оформлять свои мысли		
ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения	- не участвует в запрещенных группировках; - не проводит антироссийскую пропаганду; - уважительно относится к сверстникам, окружающим, старшим и младшим; - не хамит, не грубит - применяет в своем поведении стандарты антикоррупционного поведения		
ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях	- поддерживает чистоту в кабинете/лаборатории и на своем рабочем месте - адекватно реагирует на внезапное изменение ситуации (звонок, сирена, сигнал тревоги) - владеет информацией по рациональной организации технологического процесса - знает правила безопасного ведения работ		
ОК 08. Использовать средства физической культуры для	- посещает учебные занятия, практику; - отсутствие пропусков по болезни		

сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности.	- посещение спортивных секций в колледже и вне (по различным видам спорта) - ведет здоровый образ жизни		
ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.	- осуществлять эффективный поиск необходимой информации в российских и зарубежных источниках: нормативно-правовой документации, стандартов, научных публикации, технической документации; - уметь применять лексику и грамматику иностранного языка для перевода текста, содержание которого включает профессиональную лексику; - уметь анализировать, систематизировать и применять в профессиональной деятельности информацию, содержащуюся в документации профессиональной области.		

Критерии и методы оценки сформированности знаний, умений и приобретённый практический опыт, а также освоенные общие и профессиональные компетенции отражены в оценочных материалах профессионального модуля ПМ.02. Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций, мероприятий.

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ

СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

«ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

учебной практики

УП.02. Учебная практика по ПМ.02.

для специальности 42.02.01 Реклама

Якутск, 2024

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г.)

УТВЕРЖДАЮ
Директор АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»
_____ С.Н.Семенов
«15» 04 2024 г.

Рабочая программа учебной практики УП.02. Учебная практика по ПМ.02. разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (далее – ФГОС СПО) по *специальности 42.02.01 Реклама,* утвержденного приказом Минпросвещения России от 21.07.2023 г. № 552 (зарегистрирован в Минюсте РФ 22.08.2023 № 74908)

Организация-разработчик: АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»

Составитель:

Чиннова В.С., преподаватель

ОГЛАВЛЕНИЕ

	стр.
1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ	4
2. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	7
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ	8
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ	11

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ
УП.02. Учебная практика по ПМ.02.

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа учебной практики УП.02. Учебная практика по ПМ.02. является частью основной профессиональной образовательной программы СПО – программы подготовки специалистов среднего звена по специальности *42.02.01 Реклама, входящей в состав укрупненной группы специальностей 42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело*.

1.2. Место учебной практики в структуре образовательной программы:

Учебная практика является частью профессионального модуля ПМ.02. Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций, мероприятий проводится концентрировано после изучения МДК.02.01 и МДК.02.02.

1.3. Цели учебной практики – требования к результатам

Учебная практика направлена на формирование у обучающихся умений, приобретение практического опыта по ПМ.02. Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций, мероприятий:

уметь:

$У_1$ – находить компромиссное решение при разработке рекламных и коммуникационных кампаний и акций, в том числе, организации BTL-акций;

$У_2$ - разрабатывать план и бюджет рекламной кампании, формировать медиаплан;

$У_3$ – способность налаживать конструктивный контакт с заказчиком;

$У_4$ – предъявлять результаты работы.

иметь практический опыт в:

$ПО_1$ – проведении стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий;

$ПО_2$ – представлении результатов планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий;

Результатом освоения учебной практики является овладение обучающимися следующими **профессиональными компетенциями (ПК):**

ПК 2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

ПК 2.2. Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

и **общими компетенциями (ОК)**:

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.

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

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

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.

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

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

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

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

1.4. Количество часов на освоение учебной практики

Общее количество часов – 72 часа (2 недели),

в том числе в форме практической подготовки – 72 часа

1.5. Формы промежуточной аттестации

4 семестр – дифференцированный зачет (УП.02.)

2. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

УП.02. Учебная практика по ПМ.02.

Содержание учебной практики, виды работ, обеспечивающие формирование умений и приобретение практического опыта		Объем часов	В т.ч. практическая подготовка
Виды работ			
1	Знакомство с программой учебной практики, сроками и условиями выполнения работ. Требования охраны труда	2	2
2	Разработка проекта симплексной рекламной кампании (по индивидуальному заданию)	16	16
3	Разработка комплексной рекламной кампании (по индивидуальному заданию)	18	18
4	Разработка рекламной кампании средствами BTL	12	12
5	Разработка стратегического и тактического планирования коммуникационных акций и мероприятий	12	12
6	Подготовка презентации и защита	6	6
7	**Дифференцированный зачет**	**6**	6
	ИТОГО по УП.02.	**72**	**72**

защита

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

3.1. Материально-техническое обеспечение

Реализация рабочей программы учебной практики УП.02. Учебная практика по ПМ.02. проходит в лаборатории компьютерного дизайна и компьютерной графики.

Оборудование лаборатории:

- Персональный компьютер в сборе (Процессор: Ryzen 7 5700G Оперативная память: 16gb DDR4 3200 Mhz Накопитель: 512GB ssd) – 10 шт.
- Графический планшет Wacom One by Wacom Medium – 10 шт.
- Короткофокусный проектор Optoma X309ST – 1 шт.
- Учебная маркерная доска белая – 1 шт.
- Стол ученический Классик двухместный регулируемый, №4-6 СУР А.02.46 проект НМ-035.04.02 – 19 шт.
- Стул ученический Стандарт, №4-6 СТУР А 02.46.Ф проект НМ-035.30.02 – 19 шт.

3.2 Информационное обеспечение обучения

Учебная литература:

Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность : учебник и практикум для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 233 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9889-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/511937 (дата обращения: 02.04.2024).

Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 552 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15083-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/511938 (дата обращения: 02.04.2024).

Дополнительная литература:

Зельдович, Б. З. Медиаменеджмент : учебник для вузов / Б. З. Зельдович. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 293 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11729-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/542662 (дата обращения: 02.04.2024).

Морозова, Н. С. Менеджмент, маркетинг и реклама гостиничного предприятия : учебник для среднего профессионального образования / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 192 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15264-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/544660 (дата обращения: 02.04.2024)

Электронные образовательные ресурсы:
Сайты, блоги, электронные библиотеки

1. Официальный сайт журнала Индустрия рекламы. Сайт. [Электронный ресурс]. URL: http://www.ir-magazine.ru
2. Официальный сайт журнала Практики рекламы. [Электронный ресурс]. URL: http://www.prosmi.ru/magazine/practic
3. Официальный сайт журнала Рекламные идеи. [Электронный ресурс]. URL: http://www.advi.ru
4. Журнал «Реклама. Теория и практика». [Электронный ресурс]. URL: http://www.vsetrening.ru/magazine/grebennikov-advertising-practice/
5. Справочник от автор24. Маркетинговые исследования в рекламе [Электронный ресурс]. URL: Маркетинговые исследования в рекламе
6. Анализ рекламы: инструкция, как анализировать рекламу с примерами [Электронный ресурс]. URL: Анализ рекламы: инструкция, как анализировать рекламу с примерами
7. Рекламное агентство «Смарт Медиа» Электронный ресурс]. URL: http://www.rve.ru/
8. Рекламные щиты и билборды в России Электронный ресурс]. URL: http://mediacatalog.ru/
9. В чем залог успеха масштабных рекламных кампаний? [Электронный ресурс]. URL: В чем залог успеха масштабных рекламных кампаний?

Дополнительная электронная литература/учебные пособия, материалы, статьи

1. Карпова, С. В. Рекламное дело: учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 344 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19807-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/557158

2. Красовская, Н. В. Событийный маркетинг: учебное пособие для вузов / Н. В. Красовская. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 127 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12592-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — [Электронный ресурс]. URL: https://urait.ru/bcode/518856

3. Проектирование рекламных и PR-кампаний: учебное пособие/ Отв. ред. Д.К. Сабирова. [Электронный ресурс]. URL: Проектирование рекламных и PR-кампаний

Видеоматериалы/ виртуальные музеи/интерактивные презентации

1. Защита бренда в поисковом маркетинге [Электронный ресурс]. URL: Защита бренда в поисковой рекламе. Robuscan – сервис независимого мониторинга брендовой выдачи.

2. Бренд-менеджмент и создание коммуникационных стратегий для IT. [Электронный ресурс]. URL: Бренд-менеджмент и создание коммуникационных.. — Видео | ВКонтакте

3. Стратегическое маркетинговое планирование. [Электронный ресурс]. URL: Стратегическое маркетинговое планирование - YouTube

Тренажеры/ тесты/ кейсы/ материал для практикума/ бесплатные онлайн курсы

1. Стратегический и тактический маркетинг. Русская школа управления. Официальный сайт. - [Электронный ресурс]. URL: https://uprav.ru/marketing/strategicheskiy-i-taktycheskiy-marketing-sdo/?roistat_param1=online&roistat=direct3_search_84265517_rsMasterGroup_rsMasterBanner_---autotargeting&utm_source=none&utm_medium=cpc&utm_campaign=torgov&utm_content=17267064788&utm_term=---autotargeting&ybaip=1&yclid=4538230701289373695

3.3 Учебно-методическое обеспечение обучения

По учебной практике создана учебно-методическая документация:

– Рабочая программа;

– Оценочные материалы.

3.4. Общие требования к организации учебной практики

По результатам прохождения учебной практики обучающиеся сдают выполненные задания по видам работ.

Форма промежуточной аттестации – ***дифференцированный зачет.***

3.5. Кадровое обеспечение

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство учебной практикой:

- учебная практика УП.02. проводится преподавателем, имеющим высшее образование, соответствующее профилю преподаваемого профессионального модуля. Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы является обязательным. Преподаватели получают дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ

Контроль и оценка результатов выполнения работ обучающимися осуществляется преподавателем на занятиях учебной практики.

Оценка качества освоения рабочей программы учебной практики обучающимся включает текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию.

Код и наименование формируемых компетенций	***Практический опыт, умения, знания***	***Формы контроля и оценки результатов освоения***	
		Текущий контроль	***Промежуточная аттестация***
ПК 2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.	**уметь:** $У_1$ – находить компромиссное решение при разработке рекламных и коммуникационных кампаний и акций, в том числе, организации BTL-акций; $У_2$ - разрабатывать план и бюджет рекламной кампании, формировать медиаплан; **иметь практический опыт в:** $ПО_1$ – проведении стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий;	- *комплексный контроль в ходе выполнения видов работ*	- *дифференцированный зачет*
ПК 2.2. Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	**уметь:** $У_3$ – налаживать конструктивный контакт с заказчиком; $У_4$ – предъявлять результаты работы **иметь практический опыт в:** $ПО_2$ – представлении результатов планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий;	- *комплексный контроль в ходе выполнения видов работ*	- *дифференцированный зачет*

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся, не только сформированность профессиональных компетенций (ПК), но и общих компетенций (ОК):

Результаты (сформированные общие компетенции)	**Основные показатели оценки результата**	***Формы контроля и оценки результатов освоения***	
		Текущий контроль	***Промежуточная аттестация***
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	- самостоятельно организует свою деятельность по выданным заданиям - умеет оценить свои возможности для выполнения поставленных целей, задач, заданий	*комплексный контроль в ходе выполнения видов работ*	*- дифференцированный зачет*
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	- осуществляет поиск информации в сети Интернет и различных электронных носителях - извлекает информацию с электронных носителей - использует средства ИТ для обработки и хранения информации - представляет информацию в различных формах с использованием разнообразного программного обеспечения - создает презентации в различных формах		
ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	- берет на себя ответственность за принятое решение/совершенный поступок - ответственно выполняет разовые/постоянные поручения в группе - может спрогнозировать результат - умеет оценить свои действия, поступки и проанализировать их - знает основную нормативную документацию по предпринимательской деятельности и может ее найти в поисковых системах; - определяет возможности/невозможности предпринимательства той или иной возникшей ситуации - успешно учится, выполняет повседневные поручения/обязанности, связанные с финансами (оплата проезда, покупка продуктов, обеда) - владеет навыками обращения с банковскими картами		
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	- устанавливает позитивный стиль общения - выбирает стиль общения в соответствии с ситуацией - признает чужое мнение - при необходимости отстаивает собственное мнение		

	- принимает критику - ведет деловую беседу в соответствии с этическими нормами - соблюдает официальный стиль при оформлении документов - выполняет письменные и устные рекомендации преподавателя - способен к эмпатии - организует коллективное обсуждение рабочей ситуации		
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	- умеет передавать информацию другому человеку - способен правильно формулировать свои мысли в устной и письменной формах - способен письменно оформлять свои мысли		
ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения	- не участвует в запрещенных группировках; - не проводит антироссийскую пропаганду; - уважительно относится к сверстникам, окружающим, старшим и младшим; - не хамит, не грубит - применяет в своем поведении стандарты антикоррупционного поведения		
ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях	- поддерживает чистоту в кабинете/лаборатории и на своем рабочем месте - адекватно реагирует на внезапное изменение ситуации (звонок, сирена, сигнал тревоги) - владеет информацией по рациональной организации технологического процесса - знает правила безопасного ведения работ		
ОК 08. Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления	- посещает учебные занятия, практику; - отсутствие пропусков по болезни - посещение спортивных секций в колледже и вне (по различным		

здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности.	видам спорта) - ведет здоровый образ жизни		
ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.	- осуществлять эффективный поиск необходимой информации в российских и зарубежных источниках: нормативно-правовой документации, стандартов, научных публикации, технической документации; - уметь применять лексику и грамматику иностранного языка для перевода текста, содержание которого включает профессиональную лексику; - уметь анализировать, систематизировать и применять в профессиональной деятельности информацию, содержащуюся в документации профессиональной области.		

Критерии и методы оценки сформированности умений и практического опыта отражены в оценочных материалах учебной практики УП.02. Учебная практика по ПМ.02.

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ

СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

«ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

производственной практики

ПП.02. Производственная практика по ПМ.02.

для специальности *42.02.01 Реклама*

Якутск, 2024

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г.)

УТВЕРЖДАЮ
Директор АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»
_____ С.Н.Семенов
«15» 04 2024 г.

Рабочая программа производственной практики ПП.02. Производственная практика по ПМ.02. разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (далее – ФГОС СПО) *по специальности 42.02.01 Реклама,* утвержденного приказом Министерства просвещения РФ от 21.07.2023 г. № 552 (зарегистрирован в Минюсте РФ 22.08.2023 № 74908)

Организация-разработчик: АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»

Составитель:

Чиннова В.С., преподаватель

ОГЛАВЛЕНИЕ

	стр.
1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ	4
2. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ	6
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ	7
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ	8

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ
ПП.02. Производственная практика по ПМ.02.

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа ПП.02. Производственная практика по ПМ.02. является частью основной профессиональной образовательной программы СПО – программы подготовки специалистов среднего звена по специальности *42.02.01 Реклама***,** входящей в состав укрупненной группы специальностей *42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело*.

1.2. Место производственной практики в структуре образовательной программы:

ПП.02. Производственная практика по ПМ.02. является разделом образовательной программы и частью профессионального модуля ПМ.02., проходит концентрированно в течение двух недель.

1.3. Цели производственной практики – требования к результатам

Производственная практика направлена на приобретение практического опыта **ВД.02. Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций, мероприятий** и необходима для освоения общих (ОК) и профессиональных компетенций (ПК):

иметь практический опыт в:

$ПО_1$ – проведении стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий;

$ПО_2$ – представлении результатов планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий;

Результатом освоения программы производственной практики ПП.02. является овладение обучающимися **профессиональными компетенциями (ПК):**

ПК 2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

ПК 2.2. Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

и **общими компетенциями (ОК)**:

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.

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

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

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.

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

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

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

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

1.4. Количество часов на освоение производственной практики

Общее количество часов – 72 часа (2 недели)

в том числе в форме практической подготовки – 72 часа

1.5. Формы промежуточной аттестации

4 семестр – дифференцированный зачет

2. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Содержание практики, виды работ, обеспечивающие приобретение практического опыта		Объем часов	В т.ч. практическая подготовка
Виды работ			
1	Знакомство с программой практики, сроками и условиями выполнения работ. Требования охраны труда	2	2
2	Знакомство с организацией/предприятием. Знакомство с правилами внутреннего распорядка, рабочим местом и руководителем практики от организации.	4	4
3	Характеристика предприятия/организации: название; форма собственности; вид деятельности. Основные показатели деятельности компании: занимаемая доля рынка; объемы производства и реализации. Знакомство с коммуникационной политикой предприятия/организации Проведение анализа рынка. Знакомство с системой ФОССТИС фирмы Знакомство с BTL– технологиями, используемыми фирмой Анализ рекламной деятельности: формы и средства рекламы, каналы распространения.	54	54
4	Составление отчета по практике	6	6
5	**Дифференцированный зачет**	**6**	6
	ВСЕГО:	**72**	**72**

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

3.1. Материально-техническое обеспечение

Реализация рабочей программы ПП.02. Производственная практика по ПМ.02. проходит в организациях различных форм собственности на основании заключенных договоров о практической подготовке.

3.2 Учебно-методическое обеспечение обучения

По ПП.02. Производственная практика по ПМ.02. создана учебно-методическая документация:

– Рабочая программа;

– Оценочные материалы.

3.3. Общие требования к организации практики

ПП.02. Производственная практика по ПМ.02. проводится концентрированно.

По результатам прохождения производственной практики обучающиеся сдают отчет и заполненный дневник практики.

Форма промежуточной аттестации – ***дифференцированный зачет.***

3.4. Кадровое обеспечение

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство производственной практикой:

<u>от колледжа:</u>

- преподаватель, имеющий высшее образование, соответствующее профилю преподаваемого профессионального модуля. Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы является обязательным. Преподаватели получают дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

<u>от организации:</u>

- работник, назначенный руководителем организации в соответствии с заключенным договором о практической подготовке.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ

Контроль и оценка результатов выполнения работ обучающимися осуществляется руководителями практики в ходе выполнения этих работ и во время дифференцированного зачета (сдача отчета).

Оценка качества освоения рабочей программы практики обучающимся включает текущий контроль и промежуточную аттестацию.

Код и наименование формируемых компетенций	***Практический опыт***	***Формы контроля и оценки результатов освоения***	
		Текущий контроль	***Промежуточная аттестация***
ПК 2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.	**иметь практический опыт в:** $ПО_1$ – проведении стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий;	- *комплексный контроль в ходе выполнения видов работ*	- *дифференцированный зачет*
ПК 2.2. Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.	**иметь практический опыт в:** $ПО_2$ – представлении результатов планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий;	- *комплексный контроль в ходе выполнения видов работ*	- *дифференцированный зачет*

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся, не только сформированность профессиональных компетенций (ПК), но и **общих компетенций** (ОК):

Результаты (сформированные общие компетенции)	**Основные показатели оценки результата**	***Формы контроля и оценки результатов освоения***	
		Текущий контроль	***Промежуточная аттестация***
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным	- самостоятельно организует свою деятельность по выданным заданиям - умеет оценить свои возможности для выполнения поставленных целей, задач, заданий	*комплексный контроль в ходе выполнения*	- *дифференцированный зачет*

контекстам		*видов работ*	
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	- осуществляет поиск информации в сети Интернет и различных электронных носителях - извлекает информацию с электронных носителей - использует средства ИТ для обработки и хранения информации - представляет информацию в различных формах с использованием разнообразного программного обеспечения - создает презентации в различных формах		
ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	- берет на себя ответственность за принятое решение/совершенный поступок - ответственно выполняет разовые/постоянные поручения в группе - может спрогнозировать результат - умеет оценить свои действия, поступки и проанализировать их - знает основную нормативную документацию по предпринимательской деятельности и может ее найти в поисковых системах; - определяет возможности/невозможности предпринимательства той или иной возникшей ситуации - успешно учится, выполняет повседневные поручения/обязанности, связанные с финансами (оплата проезда, покупка продуктов, обеда) - владеет навыками обращения с банковскими картами		
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	- устанавливает позитивный стиль общения - выбирает стиль общения в соответствии с ситуацией - признает чужое мнение - при необходимости отстаивает собственное мнение - принимает критику - ведет деловую беседу в соответствии с этическими нормами - соблюдает официальный стиль при оформлении документов - выполняет письменные и устные рекомендации преподавателя - способен к эмпатии - организует коллективное обсуждение рабочей ситуации		
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке	- умеет передавать информацию другому человеку - способен правильно формулировать свои мысли в устной и письменной формах		

Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	- способен письменно оформлять свои мысли		
ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения	- не участвует в запрещенных группировках; - не проводит антироссийскую пропаганду; - уважительно относится к сверстникам, окружающим, старшим и младшим; - не хамит, не грубит - применяет в своем поведении стандарты антикоррупционного поведения		
ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;	- поддерживает чистоту в кабинете/лаборатории и на своем рабочем месте - адекватно реагирует на внезапное изменение ситуации (звонок, сирена, сигнал тревоги) - владеет информацией по рациональной организации технологического процесса - знает правила безопасного ведения работ		
ОК 08. Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности.	- посещает учебные занятия, практику; - отсутствие пропусков по болезни - посещение спортивных секций в колледже и вне (по различным видам спорта) - ведет здоровый образ жизни		
ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и	- осуществлять эффективный поиск необходимой информации в российских и зарубежных источниках: нормативно-правовой документации, стандартов, научных публикации, технической документации;		

иностранном языках	- уметь применять лексику и грамматику иностранного языка для перевода текста, содержание которого включает профессиональную лексику; - уметь анализировать, систематизировать и применять в профессиональной деятельности информацию, содержащуюся в документации профессиональной области.		

Критерии и методы оценки сформированности практического опыта отражены в оценочных материалах ПП.02. Производственная практика по ПМ.02.

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

Организация и проведение рекламных и коммуникационных кампаний

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
по выполнению самостоятельной работы
для специальности 42.02.01 Реклама

Якутск, 2024

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г.)

Методические указания составлены в соответствии с рабочей программой по профессиональному модулю ПМ.02. Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций, мероприятий

Разработчик: АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»

Составитель:
Чиннова В.С., преподаватель

1. Пояснительная записка

Самостоятельная работа студентов является одной из форм работы по междисциплинарному курсу МДК.02.01 Организация и проведение рекламных и коммуникационных кампаний.

МДК.02.01 Организация и проведение рекламных и коммуникационных кампаний среде является частью обязательного профессионального модуля ПМ.02. Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций, мероприятий и изучается в течение одного семестра.

В результате освоения дисциплины обучающийся **должен**

уметь:

$У_1$ – находить компромиссное решение при разработке рекламных и коммуникационных кампаний и акций, в том числе, организации BTL-акций;

$У_2$ - разрабатывать план и бюджет рекламной кампании, формировать медиаплан;

$У_3$ – способность налаживать конструктивный контакт с заказчиком;

$У_4$ – предъявлять результаты работы.

знать:

$З_1$ – методы и способы проектирования и проведения рекламных и коммуникационных кампаний;

С целью овладения профессиональными компетенциями (ПК):

ПК 2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

ПК 2.2. Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

и **общими компетенциями (ОК)**:

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.

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

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

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.

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

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

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

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

Самостоятельная работа направлена на закрепление знаний и умений по междисциплинарному курсу.

Содержание самостоятельной работы по

теме 1.1. Основы организации и проведения коммуникационных кампаний

Цель: для закрепления знаний

$З_1$ – методы и способы проектирования и проведения рекламных и коммуникационных кампаний;

и формирования умений

$У_1$ – находить компромиссное решение при разработке рекламных и коммуникационных кампаний и акций, в том числе, организации BTL-акций;

$У_2$ - разрабатывать план и бюджет рекламной кампании, формировать медиаплан;

$У_3$ – способность налаживать конструктивный контакт с заказчиком;

$У_4$ – предъявлять результаты работы.

Количество часов – 8 часов

ВИДЫ РАБОТ

Блок 1: Анализ и планирование (2 часа)

Задание: Разработай основу коммуникационной кампании для вымышленного события «ЭкоФест» в твоем городе (фестиваль экологичного образа жизни).

Что сделать:

1. Проведи мини-анализ аудитории (кто может быть заинтересован в таком фестивале?).
2. Сформулируй одну главную цель кампании по модели SMART.
3. Определи 3 ключевых сообщения, которые нужно донести до аудитории.

Результат: 1 страница с ответами на пункты 1-3.

Блок 2: Инструменты и каналы (2 часа)

Задание: Подбери инструменты для продвижения «ЭкоФеста».

Что сделать:

1. Выбери 4 основных канала коммуникации (например, социальные сети, местные паблики, радио, партнеры).
2. Для каждого канала напиши:
   - Какой инструмент используешь (например, для соцсетей — конкурсы, посты, сторис).
   - Какой контент будешь создавать (примеры 2-3 постов).

Результат: Таблица с каналами, инструментами и примерами контента.

Блок 3: Креатив и контент (2 часа)

Задание: Разработай креативные элементы кампании.

Что сделать:

1. Придумай слоган и хештег для «ЭкоФеста».
2. Создай макет простого постера для соцсетей (можно в Canva или схематично в Word).
3. Напиши текст для анонсирующего поста в Instagram (не более 150 слов).

Результат:

1. Слоган и хештег.
2. Скрин/ссылка на макет постера.
3. Текст поста.

Блок 4: Оценка и отчет (2 часа)

Задание: Спрогнозируй результаты кампании и подготовь отчет.

Что сделать:

1. Придумай 3 показателя, по которым можно оценить успех кампании (например, количество регистраций на фестиваль, охваты в соцсетях).
2. Опиши, как ты будешь собирать данные по этим показателям.
3. Напиши 3 вывода, которые можно сделать по итогам кампании.

Результат: Краткий отчет на 1 страницу с показателями, методами оценки и выводами.

Содержание самостоятельной работы по

теме 1.2. Технологии PR как эффективный инструментарии реализации коммуникационной кампании

Цель: для закрепления знаний

$З_1$ – методы и способы проектирования и проведения рекламных и коммуникационных кампаний;

и формирования умений

$У_1$ – находить компромиссное решение при разработке рекламных и коммуникационных кампаний и акций, в том числе, организации BTL-акций;

$У_2$ - разрабатывать план и бюджет рекламной кампании, формировать медиаплан;

$У_3$ – способность налаживать конструктивный контакт с заказчиком;

$У_4$ – предъявлять результаты работы.

Количество часов – 4 часа

ВИДЫ РАБОТ

Задание. Подготовка к деловой игре «Взаимодействие со СМИ»

ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА

Задание:

1. **Изучи** основные форматы работы со СМИ:
   - Пресс-релиз
   - Пресс-конференция
   - Интервью
   - Медиакит
2. **Составь** таблицу с тремя колонками:

Формат работы со СМИ	Когда используется	Ключевые особенности

3. **Выпиши** 5 правил успешного взаимодействия с журналистами

Результат: Конспект с таблицей и списком правил

ПРАКТИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА

Ситуация: Компания "ЭкоТех" запускает новый продукт — умную экокружку с подогревом.

Задание:

1. **Напиши** пресс-релиз о запуске продукта (объем: 1 страница)
   - Придумай информационный повод
   - Выдели ключевые преимущества продукта
   - Добави цитату CEO компании

2. **Разработай** медиакит для журналистов:
   - 5 ключевых фактов о продукте
   - 3 возможных темы для публикаций
   - Контакты для связи

3. **Подготовь** ответы на возможные вопросы журналистов:
   - Чем продукт лучше аналогов?
   - Какова его цена?
   - Какие планы по развитию?

Результат: Готовые документы: пресс-релиз, медиакит, Q&A

Подготовка к промежуточной аттестации (экзамен)

Перечень экзаменационных вопросов

Проверь себя!!!

Раздел 1. Основы планирования кампаний

1.Что такое рекламная кампания и каковы её основные этапы?

2.Чем отличается стратегическое планирование от тактического в рекламе?

3.Объясните модель SMART при постановке целей рекламной кампании.

4.Как проводится анализ целевой аудитории? Назовите методы сегментации.

5.Что включает в себя медиапланирование?

6.Какие виды исследований используются при подготовке рекламной кампании?

7.Как оценить эффективность рекламной кампании? Назовите ключевые показатели (KPI).

8.Что такое SWOT-анализ и как его применяют в рекламе?

9.Как анализировать конкурентную среду перед запуском кампании?

10. Для чего нужны фокус-группы и как их проводят?

11. Что такое уникальное торговое предложение (УТП) и как его разработать?

12. Как создать креативную концепцию рекламной кампании?

13. Что входит в понятие «позиционирование бренда»?

14. Как выбрать визуальный стиль и тональность коммуникации для кампании?

15. Что такое «Big Idea» в рекламе? Приведите примеры.

16. Опишите преимущества и недостатки digital-каналов продвижения.

17. В каких случаях эффективны традиционные медиа (ТВ, радио, пресса)?

18. Как выбрать каналы продвижения для кампании в зависимости от целевой аудитории?

19. Что такое интегрированные коммуникации?

20. Как использовать социальные сети в рекламной кампании?

21. Как формируется бюджет рекламной кампании? Назовите основные статьи расходов.

22. Что такое «Федеральный закон “О рекламе”» и какие ограничения он устанавливает?

23. Как оценить рентабельность инвестиций в рекламу (ROI)?

24. Какие юридические аспекты необходимо учитывать при создании рекламы?

25. Что такое медиабаинг и каковы его принципы?

26. Опишите этапы производства рекламного продукта (от идеи до реализации).

27. Как организовать взаимодействие с подрядчиками при проведении кампании?

28. Что такое техническое задание (ТЗ) для креативной группы?

29. Как управлять проектом рекламной кампании в условиях ограниченных ресурсов?

30. Какие риски могут возникнуть при реализации кампании и как их минимизировать?
31. В чём особенности организации B2B- и B2C-кампаний?
32. Как проводить рекламную кампанию для продвижения услуг (в отличие от товаров)?
33. Что такое event-маркетинг и как его интегрировать в коммуникационную кампанию?
34. Как использовать PR-инструменты в рекламной кампании?
35. Чем отличается локальная кампания от федеральной?
36. Как подготовить отчёт о результатах рекламной кампании для заказчика?
37. Какие метрики важны для оценки digital-кампании?
38. Как провести пост-кампаний анализ и сделать выводы для будущих проектов?
39. Что такое brand tracking и для чего он используется?
40. Как оценить имиджевый эффект рекламной кампании?

ЛИТЕРАТУРА

Учебная литература:

Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность : учебник и практикум для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 233 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9889-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/511937 (дата обращения: 02.04.2024).

Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 552 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15083-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/511938 (дата обращения: 02.04.2024).

Дополнительная литература:

Зельдович, Б. З. Медиаменеджмент : учебник для вузов / Б. З. Зельдович. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 293 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11729-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/542662 (дата обращения: 02.04.2024).

Морозова, Н. С. Менеджмент, маркетинг и реклама гостиничного предприятия : учебник для среднего профессионального образования / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 192 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15264-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/544660 (дата обращения: 02.04.2024)

Электронные образовательные ресурсы:
Сайты, блоги, электронные библиотеки

1. Официальный сайт журнала Индустрия рекламы. Сайт. [Электронный ресурс]. URL: http://www.ir-magazine.ru

2. Официальный сайт журнала Практики рекламы. [Электронный ресурс]. URL: http://www.prosmi.ru/magazine/practic

3. Официальный сайт журнала Рекламные идеи. [Электронный ресурс]. URL: http://www.advi.ru

4. Журнал «Реклама. Теория и практика». [Электронный ресурс]. URL: http://www.vsetrening.ru/magazine/grebennikov-advertising-practice/

5. Справочник от автор24. Маркетинговые исследования в рекламе [Электронный ресурс]. URL: Маркетинговые исследования в рекламе

6. Анализ рекламы: инструкция, как анализировать рекламу с примерами [Электронный ресурс]. URL: Анализ рекламы: инструкция, как анализировать рекламу с примерами

7. Рекламное агентство «Смарт Медиа» Электронный ресурс]. URL: http://www.rve.ru/

8. Рекламные щиты и билборды в России Электронный ресурс]. URL: http://mediacatalog.ru/

9. В чем залог успеха масштабных рекламных кампаний? [Электронный ресурс]. URL: В чем залог успеха масштабных рекламных кампаний?

Дополнительная электронная литература/учебные пособия, материалы, статьи

1. Карпова, С. В. Рекламное дело: учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 344 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19807-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/557158

2. Красовская, Н. В. Событийный маркетинг: учебное пособие для вузов / Н. В. Красовская. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 127 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12592-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — [Электронный ресурс]. URL: https://urait.ru/bcode/518856

3. Проектирование рекламных и PR-кампаний: учебное пособие/ Отв. ред. Д.К. Сабирова. [Электронный ресурс]. URL: Проектирование рекламных и PR-кампаний

Видеоматериалы/ виртуальные музеи/интерактивные презентации

1. Защита бренда в поисковом маркетинге [Электронный ресурс]. URL: Защита бренда в поисковой рекламе. Robuscan – сервис независимого мониторинга брендовой выдачи.

2. Бренд-менеджмент и создание коммуникационных стратегий для IT. [Электронный ресурс]. URL: Бренд-менеджмент и создание коммуникационных.. — Видео | ВКонтакте

3. Стратегическое маркетинговое планирование. [Электронный ресурс]. URL: Стратегическое маркетинговое планирование - YouTube

Тренажеры/ тесты/ кейсы/ материал для практикума/ бесплатные онлайн курсы

1. Стратегический и тактический маркетинг. Русская школа управления. Официальный сайт. - [Электронный ресурс]. URL: https://uprav.ru/marketing/strategicheskiy-i-takticheskiy-marketing-sdo/?roistat_param1=online&roistat=direct3_search_84265517_rsMasterGroup_rsMasterBanner_---autotargeting&utm_source=none&utm_medium=cpc&utm_campaign=torgov&utm_content=17267064788&utm_term=---autotargeting&ybaip=1&yclid=4538230701289373695

Организация и проведение рекламных и коммуникационных кампаний

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
по выполнению самостоятельной работы
для специальности 42.02.01 Реклама

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

Медиапланирование и медиабаинг

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
по выполнению самостоятельной работы
для специальности 42.02.01 Реклама

Якутск, 2024

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г.)

Методические указания составлены в соответствии с рабочей программой по профессиональному модулю ПМ.02. Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций, мероприятий

Разработчик: АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»

Составитель:
Чиннова В.С., преподаватель

1. Пояснительная записка

Самостоятельная работа студентов является одной из форм работы по междисциплинарному курсу МДК.02.02 Медиапланирование и медиабаинг.

МДК.02.02 Медиапланирование и медиабаинг является частью обязательного профессионального модуля ПМ.02. Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций, мероприятий и изучается в течение одного семестра.

В результате освоения дисциплины обучающийся **должен**

уметь:

$У_1$ – находить компромиссное решение при разработке рекламных и коммуникационных кампаний и акций, в том числе, организации BTL-акций;

$У_2$ - разрабатывать план и бюджет рекламной кампании, формировать медиаплан;

$У_3$ – способность налаживать конструктивный контакт с заказчиком;

$У_4$ – предъявлять результаты работы.

знать:

$З_1$ – методы и способы проектирования и проведения рекламных и коммуникационных кампаний;

С целью овладения профессиональными компетенциями (ПК):

ПК 2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

ПК 2.2. Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

и **общими компетенциями (ОК)**:

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.

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

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

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.

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

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

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

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

Самостоятельная работа направлена на закрепление знаний и умений по междисциплинарному курсу.

Содержание самостоятельной работы по

теме 1.1. Основы организации и проведения коммуникационных кампаний

Цель: для закрепления знаний

$З_1$ – методы и способы проектирования и проведения рекламных и коммуникационных кампаний;

и формирования умений

$У_1$ – находить компромиссное решение при разработке рекламных и коммуникационных кампаний и акций, в том числе, организации BTL-акций;

$У_2$ - разрабатывать план и бюджет рекламной кампании, формировать медиаплан;

$У_3$ – способность налаживать конструктивный контакт с заказчиком;

$У_4$ – предъявлять результаты работы.

Количество часов – 6 часов

ВИДЫ РАБОТ

БЛОК 1: ОСНОВЫ МЕДИАСТРАТЕГИИ (2 часа)

Задание. Разработайте медиастратегию для запуска нового фитнес-приложения "ActiveLife" в городе с населением 1 млн человек.

Что выполнить:

1.Сформулируйте медиацели для кампании (охват, частота контактов, GRP)

2.Определите целевую аудиторию (2 сегмента с описанием)

3.Выберите сезонность запуска и обоснуйте выбор

4.Определите географию размещения рекламы

Результат: Текстовый документ с ответами на все пункты (1-2 страницы)

БЛОК 2: ВЫБОР МЕДИАКАНАЛОВ (2 часа)

Задание. Подберите медиаканалы для фитнес-приложения "ActiveLife" и составьте медиамикс.

Что выполнить:

1.Выберите 5-7 медиаканалов (традиционные + digital)

2.Для каждого канала укажите:

- Почему подходит для целевой аудитории
- Преимущества для данного продукта
- Ограничения и риски

3.Составьте таблицу с распределением бюджета по каналам (в %)

Результат: Таблица с обоснованием выбора медиаканалов и распределением бюджета

БЛОК 3: РАСЧЕТЫ И ОПТИМИЗАЦИЯ (2 часа)

Задание. Рассчитайте основные медиапоказатели и предложите варианты оптимизации.

Что выполнить:

1.Рассчитайте ориентировочный охват кампании (в тыс. человек)

2.Определите оптимальную частоту контактов для каждого канала

3.Предложите 3 варианта оптимизации медиастратегии:

- По охвату
- По стоимости контакта
- По эффективности

4.Составьте примерный график размещения на 1 месяц

Результат: Расчеты с формулами и график размещения рекламы

Содержание самостоятельной работы по

теме 1.4. Основы презентации продукта заказчику

Цель: для закрепления знаний

$З_1$ – методы и способы проектирования и проведения рекламных и коммуникационных кампаний;

и формирования умений

$У_1$ – находить компромиссное решение при разработке рекламных и коммуникационных кампаний и акций, в том числе, организации BTL-акций;

$У_2$ - разрабатывать план и бюджет рекламной кампании, формировать медиаплан;

$У_3$ – способность налаживать конструктивный контакт с заказчиком;

$У_4$ – предъявлять результаты работы.

Количество часов – 6 часов

ВИДЫ РАБОТ

БЛОК 1: ПОДГОТОВКА К ПРЕЗЕНТАЦИИ (2 часа)

Задание. Подготовьте базовые материалы для презентации рекламной кампании сети кофеен "Urban Coffee"

Что выполнить:

1.Проанализируйте целевую аудиторию сети кофеен (возраст, интересы, поведение)

2.Сформулируйте 3 ключевых преимущества предлагаемой рекламной кампании

3.Подготовьте ответы на возможные возражения заказчика:

- "Это слишком дорого"
- "Мы уже пробовали подобное"
- "Наша аудитория не отреагирует"

Результат: Текстовый документ с анализом и ответами на возражения

БЛОК 2: СТРУКТУРИРОВАНИЕ ПРЕЗЕНТАЦИИ (2 часа)

Задание. Разработайте структуру презентации рекламной кампании для "Urban Coffee"

Что выполнить:

1.Создайте детальный план презентации (7-10 слайдов) с указанием:

- Заголовка каждого слайда
- Ключевых тезисов
- Визуального сопровождения

2.Разработайте 2 варианта вступления для презентации

3.Подготовьте убедительное заключение с призывом к действию

Результат: План презентации с описанием слайдов и речевых модулей

БЛОК 3: ПРАКТИЧЕСКАЯ РЕАЛИЗАЦИЯ (2 часа)

Задание. Создайте визуальную часть презентации и подготовьтесь к выступлению

Что выполнить:

1.Создайте 5 ключевых слайдов презентации:

- Титульный слайд
- Проблема и решение
- Преимущества кампании
- Бюджет и сроки
- Призыв к действию

2.Напишите тезисы для устного выступления (3-5 минут)

3.Подготовьте раздаточные материалы для заказчика

Результат: Готовая презентация в PowerPoint/Canva с комментариями к слайдам

ЛИТЕРАТУРА

Учебная литература:

Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность : учебник и практикум для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 233 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9889-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/511937 (дата обращения: 02.04.2024).

Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 552 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15083-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/511938 (дата обращения: 02.04.2024).

Дополнительная литература:

Зельдович, Б. З. Медиаменеджмент : учебник для вузов / Б. З. Зельдович. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 293 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11729-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/542662 (дата обращения: 02.04.2024).

Морозова, Н. С. Менеджмент, маркетинг и реклама гостиничного предприятия : учебник для среднего профессионального образования / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 192 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15264-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/544660 (дата обращения: 02.04.2024)

Электронные образовательные ресурсы:
Сайты, блоги, электронные библиотеки

1. Официальный сайт журнала Индустрия рекламы. Сайт. [Электронный ресурс]. URL: http://www.ir-magazine.ru

2. Официальный сайт журнала Практики рекламы. [Электронный ресурс]. URL: http://www.prosmi.ru/magazine/practic

3. Официальный сайт журнала Рекламные идеи. [Электронный ресурс]. URL: http://www.advi.ru

4. Журнал «Реклама. Теория и практика». [Электронный ресурс]. URL: http://www.vsetrening.ru/magazine/grebennikov-advertising-practice/

5. Справочник от автор24. Маркетинговые исследования в рекламе [Электронный ресурс]. URL: Маркетинговые исследования в рекламе

6. Анализ рекламы: инструкция, как анализировать рекламу с примерами [Электронный ресурс]. URL: Анализ рекламы: инструкция, как анализировать рекламу с примерами

7. Рекламное агентство «Смарт Медиа» Электронный ресурс]. URL: http://www.rve.ru/

8. Рекламные щиты и билборды в России Электронный ресурс]. URL: http://mediacatalog.ru/

9. В чем залог успеха масштабных рекламных кампаний? [Электронный ресурс]. URL: В чем залог успеха масштабных рекламных кампаний?

Дополнительная электронная литература/учебные пособия, материалы, статьи

1. Карпова, С. В. Рекламное дело: учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 344 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19807-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/557158

2. Красовская, Н. В. Событийный маркетинг: учебное пособие для вузов / Н. В. Красовская. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 127 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12592-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — [Электронный ресурс]. URL: https://urait.ru/bcode/518856

3. Проектирование рекламных и PR-кампаний: учебное пособие/ Отв. ред. Д.К. Сабирова. [Электронный ресурс]. URL: Проектирование рекламных и PR-кампаний

Видеоматериалы/ виртуальные музеи/интерактивные презентации

1. Защита бренда в поисковом маркетинге [Электронный ресурс]. URL: Защита бренда в поисковой рекламе. Robuscan – сервис независимого мониторинга брендовой выдачи.

2. Бренд-менеджмент и создание коммуникационных стратегий для IT. [Электронный ресурс]. URL: Бренд-менеджмент и создание коммуникационных.. — Видео | ВКонтакте

3. Стратегическое маркетинговое планирование. [Электронный ресурс]. URL: Стратегическое маркетинговое планирование - YouTube

Тренажеры/ тесты/ кейсы/ материал для практикума/ бесплатные онлайн курсы

1. Стратегический и тактический маркетинг. Русская школа управления. Официальный сайт. - [Электронный ресурс]. URL: https://uprav.ru/marketing/strategicheskiy-i-takticheskiy-marketing-sdo/?roistat_param1=online&roistat=direct3_search_84265517_rsMasterGroup_rsMasterBanner_---autotargeting&utm_source=none&utm_medium=cpc&utm_campaign=torgov&utm_content=17267064788&utm_term=---autotargeting&ybaip=1&yclid=4538230701289373695

Медиапланирование и медиабаинг

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
по выполнению самостоятельной работы
для специальности 42.02.01 Реклама

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ «ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г.)

УТВЕРЖДАЮ
Директор АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»
_____ С.Н.Семенов
«15» 04 2024 г.

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

для промежуточной аттестации

по междисциплинарному курсу

МДК.02.01 Организация и проведение рекламных и коммуникационных кампаний

для специальности 42.02.01 Реклама

Разработчик:
Чиннова В.С., преподаватель АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»

Якутск, 2024

Пояснительная записка

Оценочные материалы для промежуточной аттестации по междисциплинарному курсу МДК.02.01 Организация и проведение рекламных и коммуникационных кампаний предназначены для оценки достижений запланированных результатов по дисциплине, общих и профессиональных компетенций обучающихся *по специальности 42.02.01 Реклама.*

1. Оценка достижения результатов

В результате освоения междисциплинарного курса МДК.02.01 Организация и проведение рекламных и коммуникационных кампаний обучающийся должен

уметь:

$У_1$ – находить компромиссное решение при разработке рекламных и коммуникационных кампаний и акций, в том числе, организации BTL-акций;

$У_2$ - разрабатывать план и бюджет рекламной кампании, формировать медиаплан;

$У_3$ – способность налаживать конструктивный контакт с заказчиком;

$У_4$ – предъявлять результаты работы.

знать:

$З_1$ – методы и способы проектирования и проведения рекламных и коммуникационных кампаний;

с целью овладения профессиональными компетенциями (ПК):

ПК 2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

ПК 2.2. Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

и **общими компетенциями (ОК)**:

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

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

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

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;

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

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

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

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

4 семестр

Форма промежуточной аттестации – **экзамен**
Вид – защита проекта

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ЗАЩИТЫ ПРОЕКТА

Блок оценки	Критерий	Максимум баллов	Показатели выполнения
1. СОДЕРЖАТЕЛЬНАЯ ЧАСТЬ (40 баллов)	**1.1. Аналитический блок**	0-10	• Проведен анализ рынка и конкурентов • Определена и обоснована ЦА • Выявлены ключевые инсайты потребителей
	1.2. Стратегический блок	0-15	• Цели и задачи по SMART • Разработана креативная концепция • Выбраны релевантные каналы коммуникации
	1.3. Тактический блок	0-15	• Реалистичный медиаплан и график • Обоснованный бюджет • Конкретные инструменты рекламы

2. ПРЕЗЕНТАЦИЯ И ЗАЩИТА (30 баллов)	**2.1. Структура и ясность**	0-10	• Логичное построение презентации • Четкость изложения • Соблюдение регламента
	2.2. Визуальное оформление	0-10	• Профессиональный дизайн • Качественные визуальные материалы • Единый стиль оформления
	2.3. Навыки выступления	0-10	• Уверенная подача материала • Контакт с аудиторией • Грамотная речь и терминология
3. АРГУМЕНТАЦИЯ И ОТВЕТЫ (20 баллов)	**3.1. Обоснование решений**	0-10	• Логичное объяснение стратегии • Подкрепление тезисов фактами • Доказательство эффективности
	3.2. Ответы на вопросы	0-10	• Глубина и аргументированность • Защита своей точки зрения • Готовность к дискуссии
4. ПРАКТИЧЕСКАЯ ЦЕННОСТЬ (10 баллов)	**4.1. Реализуемость**	0-5	• Проект может быть реализован • Реалистичные сроки и бюджет
	4.2. Инновационность	0-5	• Оригинальные идеи и решения • Творческий подход
	ИТОГО:	**0-100**	

Перевод баллов в оценку

отлично	**хорошо**	**удовлетворительно**	**неудовлетворительно**
85-100 баллов	70-84 балла	50-69 баллов	0-49 баллов

1.2. Оценка освоения компетенций

Оценка освоения ***профессиональных компетенций (ПК)*** осуществляется через проверку знаний и умений, а именно

Результат (профессиональные компетенции)	*Основные показатели*
ПК 2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий. ПК 2.2. Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.	***уметь:*** $У_1$ – находить компромиссное решение при разработке рекламных и коммуникационных кампаний и акций, в том числе, организации BTL-акций; $У_2$ - разрабатывать план и бюджет рекламной кампании, формировать медиаплан; $У_3$ – способность налаживать конструктивный контакт с заказчиком; $У_4$ – предъявлять результаты работы. ***знать:*** $З_1$ – методы и способы проектирования и проведения рекламных и коммуникационных кампаний;

Оценка ***общих компетенций (ОК)*** выставляется в результате наблюдения в течение семестра по следующим критериям:

Результат (общие компетенции)	**Основные показатели**
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам	- самостоятельно организует свою деятельность по выданным заданиям - умеет оценить свои возможности для выполнения поставленных целей, задач, заданий
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	- осуществляет поиск информации в сети Интернет и различных электронных носителях - извлекает информацию с электронных носителей - использует средства ИТ для обработки и хранения информации - представляет информацию в различных формах с использованием разнообразного программного обеспечения - создает презентации в различных формах
ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	- берет на себя ответственность за принятое решение/совершенный поступок - ответственно выполняет разовые/постоянные поручения в группе - может спрогнозировать результат - умеет оценить свои действия, поступки и проанализировать их - знает основную нормативную документацию по предпринимательской деятельности и может ее найти в поисковых системах; - определяет возможности/невозможности предпринимательства той или иной возникшей ситуации - успешно учится, выполняет повседневные

	поручения/обязанности, связанные с финансами (оплата проезда, покупка продуктов, обеда) - владеет навыками обращения с банковскими картами - действия обучающегося не выходят за рамки правовой сферы
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	- устанавливает позитивный стиль общения - выбирает стиль общения в соответствии с ситуацией - признает чужое мнение - при необходимости отстаивает собственное мнение - принимает критику - ведет деловую беседу в соответствии с этическими нормами - соблюдает официальный стиль при оформлении документов - выполняет письменные и устные рекомендации преподавателя - способен к эмпатии - организует коллективное обсуждение рабочей ситуаци
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	- умеет передавать информацию другому человеку - способен правильно формулировать свои мысли в устной и письменной формах - способен письменно оформлять свои мысли
ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения	- не участвует в запрещенных группировках; - не проводит антироссийскую пропаганду; - уважительно относится к сверстникам, окружающим, старшим и младшим; - не хамит, не грубит - применяет в своем поведении стандарты антикоррупционного поведения
ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;	- поддерживает чистоту в кабинете/лаборатории и на своем рабочем месте - адекватно реагирует на внезапное изменение ситуации (звонок, сирена, сигнал тревоги) - владеет информацией по рациональной организации технологического процесса - знает правила безопасного ведения работ
ОК 08. Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня	- посещает учебные занятия, практику; - отсутствие пропусков по болезни - посещение спортивных секций в колледже и вне (по различным видам спорта) - ведет здоровый образ жизни

физической подготовленности.	
ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках [1].	- осуществлять эффективный поиск необходимой информации в российских и зарубежных источниках: нормативно-правовой документации, стандартов, научных публикации, технической документации; - уметь применять лексику и грамматику иностранного языка для перевода текста, содержание которого включает профессиональную лексику; - уметь анализировать, систематизировать и применять в профессиональной деятельности информацию, содержащуюся в документации профессиональной области.

Критерии

2 балла - компетенция проявляется постоянно в полной мере (сформирована полностью);

1 балл - компетенция проявляется иногда или неполностью

0 баллов - компетенция не проявляется (не сформирована).

[1] Выделенное курсивом не формируется в рамках данной дисциплины

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ «ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г.)

УТВЕРЖДАЮ
Директор АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»
_____ С.Н.Семенов
«15» 04 2024 г.

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

для промежуточной аттестации

по междисциплинарному курсу

МДК.02.02 Медиапланирование и медиабаинг

для специальности 42.02.01 Реклама

Разработчик:
Чиннова В.С., преподаватель АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»

Якутск, 2024

Пояснительная записка

Оценочные материалы для промежуточной аттестации по междисциплинарному курсу МДК.02.02 Медиапланирование и медиабаинг предназначены для оценки достижений запланированных результатов по дисциплине, общих и профессиональных компетенций обучающихся *по специальности 42.02.01 Реклама.*

1. Оценка достижения результатов

В результате освоения междисциплинарного курса МДК.02.02 Медиапланирование и медиабаинг обучающийся должен

уметь:

$У_1$ – находить компромиссное решение при разработке рекламных и коммуникационных кампаний и акций, в том числе, организации BTL-акций;

$У_2$ - разрабатывать план и бюджет рекламной кампании, формировать медиаплан;

$У_3$ – способность налаживать конструктивный контакт с заказчиком;

$У_4$ – предъявлять результаты работы.

знать:

$З_1$ – методы и способы проектирования и проведения рекламных и коммуникационных кампаний;

с целью овладения профессиональными компетенциями (ПК):

ПК 2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

ПК 2.2. Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

и **общими компетенциями (ОК)**:

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

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

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

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;

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

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

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

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

3 семестр

Форма промежуточной аттестации – **другие формы контроля**

Вид – среднее арифметическое за выполненные задания

Оценка за 3 семестр – среднее арифметическое за выполненные задания по практическим занятиям и самостоятельной работы.

$$О_{3с} = \frac{(Пр1+Пр2+\cdots Пр10)+(Ср1+\cdots+Ср3)}{13}$$

где

Пр1 - № практического занятия

Ср1 – самостоятельная работа

13 – общее количество заданий, участвующих в оценке

4 семестр

Форма промежуточной аттестации – ***дифференцированный зачет***

Вид – ответы на 2 вопроса из перечня, вытянутые случайным образом.

Критерии оценки

критерий	отлично	хорошо	удовлетворительно	неудовлетворительно
полнота	дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос	дан полный ответ, но не раскрыты второстепенные детали	раскрыта только основная часть вопроса, есть существенные пробелы	не раскрыта основная суть вопроса, ответ фрагментарен
точность	использована корректная терминология, без фактических ошибок	терминология в основном верная, возможны мелкие неточности	есть ошибки в терминологии, не все определения точны	грубые ошибки в терминах и определениях
структура	ответ логично выстроен, выделены ключевые тезисы	ответ логичен, но возможны незначительные нарушения последовательности	ответ несистематизирован, логические связи нарушены	отсутствует логика изложения
примеры	приведены релевантные примеры из практики	примеры приведены, но не всегда достаточно иллюстративны	примеры отсутствуют или нерелевантны	примеры отсутствуют
дополнительно	показано понимание смежных тем, упомянуты современные тенденции	ответ соответствует программе, но без углубления в тему	ответ требует наводящих вопросов, знания на минимальном уровне	студент не может ответить на уточняющие вопросы

Перечень вопросов

для промежуточной аттестации

по МДК.02.02 Медиапланирование и медиабаинг

1. Дайте определение медиапланирования. Назовите его цели и задачи.
2. Что такое медиастратегия? Опишите этапы ее разработки.
3. Назовите ключевые показатели медиапланирования (охват, частота, GRP, CPRP).
4. В чем разница между количественными и качественными показателями в медиапланировании?
5. Что такое целевая аудитория? Методы ее определения и сегментации.
6. Дайте определение медиабаинга. Основные принципы и задачи.
7. Опишите процесс negotiations (переговоров) с медиаканалами.
8. Какие существуют модели оплаты в медиабаинге (CPM, CPC, CPV и др.)?
9. Как рассчитывается эффективность медиабаинга?
10. Что такое медиакит и какова его структура?
11. Какие виды медиаисследований вы знаете? Их назначение и методы проведения.
12. Что такое TGI и для чего используется в медиапланировании?
13. Как используются данные рейтинговых исследований в медиапланировании?
14. Опишите методику расчета доли голоса (SOV) и ее значение.
15. Что такое медиаметрия и как она применяется в digital-среде?
16. Дайте определение медиамикса. Принципы формирования оптимального медиамикса.
17. Сравните преимущества и недостатки традиционных и digital-каналов.
18. Как выбрать оптимальные медиаканалы для рекламной кампании?
19. Что такое customer journey map и как она используется в медиапланировании?
20. Особенности планирования в социальных сетях и мобильной рекламе.
21. Как формируется бюджет медиакампании? Основные методы.
22. Что такое ROMI в медиапланировании? Методы расчета.
23. Как оптимизировать медиабюджет в ходе кампании?
24. Что такое A/B-тестирование в медиапланировании?
25. Как оценить эффективность кросс-канальной медиакампании?
26. Опишите структуру и содержание медиаплана.

27. Какие ошибки чаще всего допускаются при медиапланировании?
28. Как подготовить презентацию медиаплана для заказчика?
29. Что такое пост-кампаний анализ? Методика проведения.
30. Особенности медиапланирования для разных отраслей (B2B, B2C, услуги).
31. Как programmatic buying изменил подходы к медиабаингу?
32. Что такое contextual targeting и behavioral targeting?
33. Особенности планирования в video-on-demand и OTT-сервисах.
34. Как использовать big data в медиапланировании?
35. Современные тренды в медиапотреблении и их влияние на медиапланирование.

1.2. Оценка освоения компетенций

Оценка освоения ***профессиональных компетенций (ПК)*** осуществляется через проверку знаний и умений, а именно

Результат (профессиональные компетенции)	*Основные показатели*
ПК 2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий. ПК 2.2. Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.	***уметь:*** $У_1$ – находить компромиссное решение при разработке рекламных и коммуникационных кампаний и акций, в том числе, организации BTL-акций; $У_2$ - разрабатывать план и бюджет рекламной кампании, формировать медиаплан; $У_3$ – способность налаживать конструктивный контакт с заказчиком; $У_4$ – предъявлять результаты работы. ***знать:*** $З_1$ – методы и способы проектирования и проведения рекламных и коммуникационных кампаний;

Оценка ***общих компетенций (ОК)*** выставляется в результате наблюдения в течение семестра по следующим критериям:

Результат (общие компетенции)	**Основные показатели**
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам	- самостоятельно организует свою деятельность по выданным заданиям - умеет оценить свои возможности для выполнения поставленных целей, задач, заданий
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	- осуществляет поиск информации в сети Интернет и различных электронных носителях - извлекает информацию с электронных носителей - использует средства ИТ для обработки и хранения информации - представляет информацию в различных формах с использованием разнообразного программного обеспечения - создает презентации в различных формах
ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	- берет на себя ответственность за принятое решение/совершенный поступок - ответственно выполняет разовые/постоянные поручения в группе - может спрогнозировать результат - умеет оценить свои действия, поступки и проанализировать их - знает основную нормативную документацию по предпринимательской деятельности и может ее найти в поисковых системах; - определяет возможности/невозможности предпринимательства той или иной возникшей ситуации - успешно учится, выполняет повседневные

	поручения/обязанности, связанные с финансами (оплата проезда, покупка продуктов, обеда) - владеет навыками обращения с банковскими картами - действия обучающегося не выходят за рамки правовой сферы
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	- устанавливает позитивный стиль общения - выбирает стиль общения в соответствии с ситуацией - признает чужое мнение - при необходимости отстаивает собственное мнение - принимает критику - ведет деловую беседу в соответствии с этическими нормами - соблюдает официальный стиль при оформлении документов - выполняет письменные и устные рекомендации преподавателя - способен к эмпатии - организует коллективное обсуждение рабочей ситуаци
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	- умеет передавать информацию другому человеку - способен правильно формулировать свои мысли в устной и письменной формах - способен письменно оформлять свои мысли
ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения	- не участвует в запрещенных группировках; - не проводит антироссийскую пропаганду; - уважительно относится к сверстникам, окружающим, старшим и младшим; - не хамит, не грубит - применяет в своем поведении стандарты антикоррупционного поведения
ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;	- поддерживает чистоту в кабинете/лаборатории и на своем рабочем месте - адекватно реагирует на внезапное изменение ситуации (звонок, сирена, сигнал тревоги) - владеет информацией по рациональной организации технологического процесса - знает правила безопасного ведения работ
ОК 08. Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня	- посещает учебные занятия, практику; - отсутствие пропусков по болезни - посещение спортивных секций в колледже и вне (по различным видам спорта) - ведет здоровый образ жизни

физической подготовленности.	
ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках [1].	- осуществлять эффективный поиск необходимой информации в российских и зарубежных источниках: нормативно-правовой документации, стандартов, научных публикации, технической документации; - уметь применять лексику и грамматику иностранного языка для перевода текста, содержание которого включает профессиональную лексику; - уметь анализировать, систематизировать и применять в профессиональной деятельности информацию, содержащуюся в документации профессиональной области.

Критерии

2 балла - компетенция проявляется постоянно в полной мере (сформирована полностью);

1 балл - компетенция проявляется иногда или неполностью

0 баллов - компетенция не проявляется (не сформирована).

[1] Выделенное курсивом не формируется в рамках данной дисциплины

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ «ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г.)

УТВЕРЖДАЮ
Директор АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»
_____ С.Н.Семенов
«15» 04 2024 г.

Оценочные материалы
для промежуточной аттестации
по учебной практике

УП.02. Учебная практика по ПМ.02

для специальности 42.02.01 Реклама

Составил:
Чиннова В.С., преподаватель

Якутск, 2024

Пояснительная записка

Оценочные материалы для промежуточной аттестации по учебной практике УП.02. Учебная практика по ПМ.02 разработаны для оценки запланированных результатов:

- умений,
- практического опыта обучающихся,
- общих (ОК),
- профессиональных компетенций (ПК) *по специальности 42.02.01 Реклама.*

1.1. Оценка освоения результатов учебной практики

Учебная практика является частью профессионального модуля ПМ.02. Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций, мероприятий и проводится концентрировано.

В результате прохождения учебной практики УП.02. Учебная практика по ПМ.02 обучающийся должен

уметь:

уметь:

$У_1$ – находить компромиссное решение при разработке рекламных и коммуникационных кампаний и акций, в том числе, организации BTL-акций;

$У_2$ - разрабатывать план и бюджет рекламной кампании, формировать медиаплан;

$У_3$ – способность налаживать конструктивный контакт с заказчиком;

$У_4$ – предъявлять результаты работы.

иметь практический опыт в:

$ПО_1$ – проведении стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий;

$ПО_2$ – представлении результатов планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий;

Результатом освоения учебной практики является овладение обучающимися как **профессиональными компетенциями (ПК):**

ПК 2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

ПК 2.2. Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

так и **общими компетенциями (ОК)**:

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

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

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

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;

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

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

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

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

Форма промежуточной аттестации - **дифференцированный зачет**

Дифференцированный зачет по учебной практике выставляется на основании характеристики профессиональной деятельности студента на практике с указанием видов работ, выполненных обучающимся во время практики, их объема, качества выполнения в соответствии с технологией и аттестационного листа.

1.2. Процедура защиты учебной практики

Защита учебной практики проводится в форме собеседования при наличии:
- выполненных практических заданий во время учебной практики;
- аттестационного листа по учебной практике.

по следующим критериям:

Оценка	Критерии оценивания
«Отлично»	обучающийся выполнил все виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью, на оценку «отлично», овладел практическими умениями или навыками (опытом) и компетенциями в полном объеме. Высокий уровень соблюдения учебной дисциплины. Аттестационный лист на обучающегося содержит итоговую оценку «отлично».
«Хорошо»	обучающийся выполнил все виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью, с незначительными ошибками, овладел практическими умениями или навыками (опытом) и компетенциями в объеме не менее чем на 70 %. Средний уровень соблюдения учебной дисциплины. Аттестационный лист на обучающегося содержит итоговую оценку «хорошо».
«Удовлетворительно»	обучающийся выполнил не все виды работ или все виды работ со значительными нарушениями, овладел практическими умениями или навыками (опытом) и компетенциями в объеме не менее чем на 51%. Низкий уровень соблюдения учебной дисциплины Аттестационный лист на обучающегося содержит итоговую оценку «удовлетворительно».
«Неудовлетворительно»	обучающийся выполнил менее чем 51% виды работ либо выполнял их с грубейшими нарушениями и не овладел профессиональными умениями или навыками (опытом) и компетенциями в объеме, закрепленном рабочей программой практической подготовки. Аттестационный лист составлен на оценку «неудовлетворительно».

Оценка освоения компетенций

Оценка ***общих компетенций (ОК)*** выставляется в результате наблюдения в течение семестра по следующим критериям:

Результат **(общие компетенции)**	**Основные показатели**
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам	- самостоятельно организует свою деятельность по выданным заданиям - умеет оценить свои возможности для выполнения поставленных целей, задач, заданий по дисциплине
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	- осуществляет поиск информации в сети Интернет и различных электронных носителях - извлекает информацию с электронных носителей - использует средства ИТ для обработки и хранения информации - представляет информацию в различных формах с использованием разнообразного программного обеспечения - создает презентации в различных формах
ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую *деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях*[1]	- берет на себя ответственность за принятое решение/совершенный поступок - ответственно выполняет разовые/постоянные поручения в группе - может спрогнозировать результат - умеет оценить свои действия, поступки и проанализировать их - действия обучающихся не выходят за рамки правовой сферы
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	- устанавливает позитивный стиль общения - выбирает стиль общения в соответствии с ситуацией - признает чужое мнение - при необходимости отстаивает собственное мнение - принимает критику - ведет деловую беседу в соответствии с этическими нормами - соблюдает официальный стиль при оформлении документов - выполняет письменные и устные рекомендации преподавателя - способен к эмпатии - организует коллективное обсуждение рабочей ситуации
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей	- умеет передавать информацию другому человеку - способен правильно формулировать свои мысли в устной и письменной формах - способен письменно оформлять свои мысли

[1] *Выделенное курсивом не формируется в рамках данной практики*

социального и культурного контекста	
ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения	- не участвует в запрещенных группировках; - не проводит антироссийскую пропаганду; - уважительно относится к сверстникам, окружающим, старшим и младшим; - не хамит, не грубит - применяет в своем поведении стандарты антикоррупционного поведения
ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях	- поддерживает чистоту в кабинете/лаборатории и на своем рабочем месте - адекватно реагирует на внезапное изменение ситуации (звонок, сирена, сигнал тревоги) - владеет информацией по рациональной организации технологического процесса - знает правила безопасного ведения работ
ОК 08. Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности.	- посещает учебные занятия, практику; - отсутствие пропусков по болезни - посещение спортивных секций в колледже и вне (по различным видам спорта) - ведет здоровый образ жизни
ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном *и иностранном языках*	- осуществлять эффективный поиск необходимой информации в российских и зарубежных источниках: нормативно-правовой документации, стандартов, научных публикации, технической документации; - уметь применять лексику и грамматику иностранного языка для перевода текста, содержание которого включает профессиональную лексику; - уметь анализировать, систематизировать и применять в профессиональной деятельности информацию, содержащуюся в документации профессиональной области.

Критерии

2 балла - компетенция проявляется постоянно в полной мере (сформирована полностью);

1 балл - компетенция проявляется иногда или неполностью (частично сформирована);

0 баллов - компетенция не проявляется (не сформирована).

Приложение 1

Аттестационный лист
по учебной практике

Фамилия, имя, отчество _____

Курс обучения _____ группа _____

Специальность **42.02.01** **Реклама**

Профессиональный модуль **ПМ.02. Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций, мероприятий**

Учебная практика 72 часов **УП.02. Учебная практика по ПМ.02**

Руководитель практики/преподаватель _____

Результат (профессиональные компетенции)	*Основные показатели*	*Результат*
ПК 2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.	- анализирует исходные данные: рынок, конкурентов, целевую аудиторию. - формулирует четкие цели кампании по принципу SMART. - разрабатывает общую стратегию: основную идею, позиционирование, ключевое сообщение. - подбирает релевантные каналы коммуникации (медиаканалы) и обосновывает их выбор. - составляет детальный план-график (медиаплан) с этапами и сроками. - формирует реалистичный бюджет и распределяет его по статьям. - определяет показатели (KPI) для оценки эффективности кампании.	
ПК 2.2. Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	- структурирует презентацию: логично выстраивает повествование от цели к результату. - готовит визуальные материалы: создает понятные и профессиональные слайды, схемы, графики. - докладывает четко и уверенно, укладывается в регламент, использует профессиональную лексику. - обосновывает свои решения: объясняет выбор стратегии, каналов и расчета бюджета. - отвечает на вопросы по существу, приводит аргументы в защиту своего плана	
	ИТОГО	

Критерии оценивания

2 балла - компетенция проявляется в полной мере (сформирована полностью);
1 балл - компетенция проявляется иногда или не полностью (частично сформирована);
0 баллов - компетенция не проявляется (не сформирована).

Максимальное количество баллов – 4.

Перевод баллов на отметку:

Балл	4	3	2	1 и менее
Отметка	отлично	хорошо	удовлетворительно	неудовлетворительно

Результаты учебной практики _____

Дата «___»_____20___г

Преподаватель _____ _____
(подпись) (ФИО)

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г.)

УТВЕРЖДАЮ
Директор АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»
_____ С.Н.Семенов
«15» 04 2024 г.

Оценочные материалы
для промежуточной аттестации
по производственной практике

ПП.02. Производственная практика по ПМ.02.

для специальности 42.02.01 Реклама

Разработчик: Чиннова В.С., преподаватель

Якутск, 2024

1. Пояснительная записка

Оценочные материалы для промежуточной аттестации по ПП.02. Производственная практика ПМ.02. предназначены для контроля освоения:

- общих (ОК),
- профессиональных компетенций (ПК) и
- приобретения практического опыта обучающихся.

общих и профессиональных компетенций обучающихся по специальности *42.02.01 Реклама.*

1.1. Оценка освоения ПП.02.

В результате прохождения ПП.02. Производственная практика ПМ.02. обучающийся должен показать сформированность общих (ОК) и профессиональных компетенций (ПК) и приобрести практический опыт по ВД *(результаты отражаются в аттестационном листе).*

Общие компетенции (ОК):

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

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

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

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;

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

ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы

бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;

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

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

профессиональные компетенции (ПК):

ПК 2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

ПК 2.2. Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

Приобретение практического опыта **по ВД.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций, мероприятий:**

иметь практический опыт в:

$ПО_1$ – проведении стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий;

$ПО_2$ – представлении результатов планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий;

Форма промежуточной аттестации является **дифференцированный зачет.**

1.2. Процедура защиты производственной практики

Защита производственной практики проводится в форме собеседования при наличии:

- заполненного дневника по производственной практике (наличие заполненной характеристики, аттестационного листа, подписей ответственного от предприятия, печати предприятия)
- отчета по производственной практике в соответствии с выданным заданием)

по следующим критериям:

Таблица 1 - Критерии оценивания

№ п/п	Наименование	Форма отчета	Балл
1	Сформированность ПК	Наличие отметки в аттестационном листе *высокий уровень – 3* *выше среднего – 2* *средний уровень – 1*	
2	Сформированность ОК	Наличие характеристики в дневнике производственной практики *высокий уровень – 3* *выше среднего – 2* *средний уровень – 1*	
3	Виды работ	Дневник производственной практики *отлично – 3* *хорошо – 2* *удовлетворительно – 1*	
4	Задание по производственной практике	Отчет по производственной практике *отлично – 3* *хорошо – 2* *удовлетворительно – 1*	
		ИТОГО:	

Оценка по ПП.02. выставляется на основании пунктов таблицы 1.

отлично	**хорошо**	**удовлетворительно**
11-12 баллов	8-10 баллов	4-7 баллов

Приложение 1

Аттестационный лист
по производственной практике

Фамилия, имя, отчество

Курс обучения группа
Специальность **42.02.01** **Реклама**
Профессиональный модуль **ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций, мероприятий**
Производственная практика **ПП.02. Производственная практика по ПМ.02**
72 часа

Руководитель практики/преподаватель

Результат (профессиональные компетенции)	*Основные показатели*	*Результат*
ПК 2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.	- анализирует исходные данные: рынок, конкурентов, целевую аудиторию. - формулирует четкие цели кампании по принципу SMART. - разрабатывает общую стратегию: основную идею, позиционирование, ключевое сообщение. - подбирает релевантные каналы коммуникации (медиаканалы) и обосновывает их выбор. - составляет детальный план-график (медиаплан) с этапами и сроками. - формирует реалистичный бюджет и распределяет его по статьям. - определяет показатели (KPI) для оценки эффективности кампании.	
ПК 2.2. Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	- структурирует презентацию: логично выстраивает повествование от цели к результату. - готовит визуальные материалы: создает понятные и профессиональные слайды, схемы, графики. - докладывает четко и уверенно, укладывается в регламент, использует профессиональную лексику. - обосновывает свои решения: объясняет выбор стратегии, каналов и расчета бюджета. - отвечает на вопросы по существу, приводит аргументы в защиту своего плана	
	ИТОГО	

Критерии оценивания

2 балла - компетенция проявляется в полной мере (сформирована полностью);
1 балл - компетенция проявляется иногда или не полностью (частично сформирована);
0 баллов - компетенция не проявляется (не сформирована).

Максимальное количество баллов – 4.

Перевод баллов на отметку:

Балл	4	3	2	1 и менее
Отметка	отлично	хорошо	удовлетворительно	неудовлетворительно

Результаты производственной практики _____

Дата «___»_____20___г

Преподаватель _____ _____
(подпись) (ФИО)

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г.)

УТВЕРЖДАЮ
Директор АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»
_____ С.Н.Семенов
«15» 04 2024 г.

Оценочные материалы
для промежуточной аттестации
по профессиональному модулю
ПМ.02. Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций, мероприятий

для специальности 42.02.01 Реклама

Разработчик: Чиннова В.С., преподаватель

Якутск, 2024

1. Пояснительная записка

Оценочные материалы для промежуточной аттестации по ПМ.02. Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций, мероприятий предназначены для контроля освоения общих и профессиональных компетенций обучающихся по специальности *42.02.01 Реклама.*

Оценочные материалы разработаны на основе Оценочных материалов демонстрационного экзамена для специальности *42.02.01 Реклама.*

1.1. Оценка освоения ПМ

В результате освоения ПМ.02. Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций, мероприятий обучающийся должен

уметь:

$У_1$ – находить компромиссное решение при разработке рекламных и коммуникационных кампаний и акций, в том числе, организации BTL-акций;

$У_2$ - разрабатывать план и бюджет рекламной кампании, формировать медиаплан;

$У_3$ – способность налаживать конструктивный контакт с заказчиком;

$У_4$ – предъявлять результаты работы.

знать:

$З_1$ – методы и способы проектирования и проведения рекламных и коммуникационных кампаний;

иметь практический опыт в:

$ПО_1$ – проведении стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий;

$ПО_2$ – представлении результатов планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий;

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимися видом деятельности – **ВД.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций, мероприятий**, в том числе **профессиональными компетенциями (ПК):**

ПК 2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

ПК 2.2. Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

и **общими компетенциями (ОК)**:

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.

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

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

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.

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

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

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

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

Промежуточная аттестация проходит в форме **экзамена**.

Вид – экзамен по профессиональному модулю.

Экзамен проводится по общему для всех заданию.

Экзаменационное задание

для промежуточной аттестации

по ПМ.02. Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций, мероприятий

для специальности 42.02.01 Реклама

Задание. Осуществите разработку элементов рекламной кампании в сети Интернет для заказчика на основе данных описания компании (см.ниже).

Для этого

- определите ключевые цели для рекламной кампании заказчика;
- сформулируйте задачи исходя из целей; выберите каналы и методы рекламного продвижения;
- определите конкретные носители рекламы и покажите их оптимальное сочетание в графике подачи рекламы;
- выполните первичную настройку контекстной рекламы, исходя из выделенного бюджета.

Описание компании

Предприятие по производству офисной мебели планирует выводить на рынок новую линейку продукции – премиальную офисную мебель из прозрачного пластика для офисных помещений, конференц-залов, зон ожидания. Производство базируется в Московской области, гор. Лыткарино и на сегодняшний день предлагает своим клиентам огромный ассортимент изделий из акрила и полимерного пластика. Новая линейка прозрачной мебели отличается изяществом форм, функционалом, увеличенной толщиной изделий и их надежностью к истиранию, механическим повреждениям.

Наша мебель – это прозрачное изящество и красота вашего офиса. Мы заботимся о эргономике нашей мебели и вашем комфорте. Сейчас нам необходимо войти в нужную нишу рынка с новой линейкой продукции, привлечь к себе внимание и начать получать прибыль в этом сегменте. Мы стремимся развивать продажи в Интернет среде для расширения географии клиентской базы по всем крупным городам России через контекстную рекламу. Наша компания планирует увеличить поток заказов из Интернета в три раза, тогда как сейчас из Интернета приходит порядка 3-5 заказов в неделю. Сейчас у компании есть сайт с каталогом продукции, но там достаточно сложно найти нужную линейку товаров, поэтому мы хотим рассказать о новой линейке в отдельном небольшом продающем сайте. Для реализации этих показателей

наша компания готова выделить до 200 000 рублей бюджета на рекламную кампанию. В качестве лояльности для клиентов, приобретающих мебель из новой коллекции, мы предлагаем бесплатный расчет и планировку, а также возможную скидку до 10% стоимости заказа.

Наша компания оформляет свои рекламные материалы в корпоративных цветах – белый, светло-серый и акцентный красный. Рекламные материалы нашей компании легкие и уместные. Мы ведем диалог со своими клиентами официально и уважительно. Так же нам необходимы варианты названия для новой коллекции нашей продукции.

Контактные данные: 8-800-200-01-05 менеджер по продажам Алина Егорова.

Адрес производства: Московская область, г. Лыткарино, ул. Луговая, стр.1

1.2. Сформированность компетенций обучающихся

В результате освоения ПМ.02. обучающийся должен показать также и сформированность общих компетенций (ОК):

Результат (освоенные общие компетенции)	**Основные показатели**
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам	- самостоятельно организует свою деятельность по выданным заданиям - умеет оценить свои возможности для выполнения поставленных целей, задач, заданий
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	- осуществляет поиск информации в сети Интернет и различных электронных носителях - извлекает информацию с электронных носителей - использует средства ИТ для обработки и хранения информации - представляет информацию в различных формах с использованием разнообразного программного обеспечения - создает презентации в различных формах
ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	- берет на себя ответственность за принятое решение/совершенный поступок - ответственно выполняет разовые/постоянные поручения в группе - может спрогнозировать результат - умеет оценить свои действия, поступки и проанализировать их - знает основную нормативную документацию по предпринимательской деятельности и может ее найти в поисковых системах; - определяет возможности/невозможности предпринимательства той или иной возникшей ситуации - успешно учится, выполняет повседневные поручения/обязанности, связанные с финансами (оплата проезда, покупка продуктов, обеда) - владеет навыками обращения с банковскими картами
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	- устанавливает позитивный стиль общения - выбирает стиль общения в соответствии с ситуацией - признает чужое мнение - при необходимости отстаивает собственное мнение - принимает критику - ведет деловую беседу в соответствии с этическими нормами - соблюдает официальный стиль при оформлении документов - выполняет письменные и устные рекомендации преподавателя - способен к эмпатии - организует коллективное обсуждение рабочей ситуации

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	- умеет передавать информацию другому человеку - способен правильно формулировать свои мысли в устной и письменной формах - способен письменно оформлять свои мысли
ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения	- не участвует в запрещенных группировках; - не проводит антироссийскую пропаганду; - уважительно относится к сверстникам, окружающим, старшим и младшим; - не хамит, не грубит - применяет в своем поведении стандарты антикоррупционного поведения
ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;	- поддерживает чистоту в кабинете/лаборатории и на своем рабочем месте - адекватно реагирует на внезапное изменение ситуации (звонок, сирена, сигнал тревоги) - владеет информацией по рациональной организации технологического процесса - знает правила безопасного ведения работ
ОК 08. Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности.	- посещает учебные занятия, практику; - отсутствие пропусков по болезни - посещение спортивных секций в колледже и вне (по различным видам спорта) - ведет здоровый образ жизни
ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	- осуществлять эффективный поиск необходимой информации в российских и зарубежных источниках: нормативно-правовой документации, стандартов, научных публикации, технической документации; - уметь применять лексику и грамматику иностранного языка для перевода текста, содержание которого включает профессиональную лексику; - уметь анализировать, систематизировать и применять в профессиональной деятельности информацию, содержащуюся в документации профессиональной области.

Критерии сформированности

2 балла - компетенция проявляется постоянно в полной мере (сформирована полностью);

1 балл - компетенция проявляется иногда или неполностью (частично сформирована);

0 баллов - компетенция не проявляется (не сформирована).

Сформированность **профессиональных компетенций (ПК)** проверяется по выполненному заданию:

Вид деятельности	**Перечень оцениваемых ПК**	**Критерии сформированности**
Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях	ПК 2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.	- анализирует исходные данные: рынок, конкурентов, целевую аудиторию. - формулирует четкие цели кампании по принципу SMART. - разрабатывает общую стратегию: основную идею, позиционирование, ключевое сообщение. - подбирает релевантные каналы коммуникации (медиаканалы) и обосновывает их выбор. - составляет детальный план-график (медиаплан) с этапами и сроками. - формирует реалистичный бюджет и распределяет его по статьям. - определяет показатели (KPI) для оценки эффективности кампании.
	ПК 2.2. Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	- структурирует презентацию: логично выстраивает повествование от цели к результату. - готовит визуальные материалы: создает понятные и профессиональные слайды, схемы, графики. - докладывает четко и уверенно, укладывается в регламент, использует профессиональную лексику. - обосновывает свои решения: объясняет выбор стратегии, каналов и расчета бюджета. - отвечает на вопросы по существу, приводит аргументы в защиту своего плана

Инструкция по технике безопасности

1.1. При выполнении работ на персональном компьютере необходимо:

- соблюдать производственную и технологическую дисциплину;
- выполнять только ту работу, которая определена в задании;
- поддерживать порядок на рабочем месте в течение всего рабочего времени;
- обо всех неисправностях ПК и электропитания немедленно сообщать экспертам;
- соблюдать требования пожарной безопасности и электробезопасности;
- не допускать натягивания, скручивания, перегиба и пережима шнуров электропитания ПК, не допускать нахождения на них каких-либо предметов и соприкосновения их с нагретыми поверхностями;
- не при касаться к задней панели системного блока (процессора) при включенном питании;
- не переключать разъемы интерфейсных кабелей периферийных устройств при включенном питании;
- не допускать попадания влаги на поверхность системного блока (процессора), монитора, рабочую поверхность клавиатуры, дисководов, принтеров и других устройств;
- не производить самостоятельно какие-либо виды ремонта ПК;
- не допускать частых отключений и включений ПК в течение работы;
- при работе на ПК соблюдать расстояние от глаз до экрана в пределах 60-70 см, но не ближе 50 см с учетом размеров алфавитно-цифровых знаков и символов;
- не загромождать рабочее место.

1.2 При возникновении аварийной ситуации на рабочем месте необходимо:

- немедленно прекратить работу;
- сообщить о проблеме преподавателю;
- при необходимости покинуть опасную зону.

1.3 По окончании работ привести рабочее место в порядок.

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
профессионального модуля

ПМ.03. Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий

для специальности 42.02.01 Реклама

Якутск, 2024

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г.)

УТВЕРЖДАЮ
Директор АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»
_____ С.Н.Семенов
«15» 04 2024 г.

Рабочая программа профессионального модуля ПМ.03. Разработка технологического процесса производства изделий с применением аддитивных технологий разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (далее – ФГОС СПО) по *специальности 42.02.01 Реклама,* утвержденного приказом Минпросвещения России от 21.07.2023 г. № 552 (зарегистрирован в Минюсте РФ 22.08.2023 № 74908)

Организация-разработчик: АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»

Составитель: Чиннова В.С., преподаватель

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Паспорт рабочей программы профессионального модуля 4

2. Структура и содержание профессионального модуля 7

3. Условия реализации рабочей программы профессионального модуля 17

4. Контроль и оценка освоения профессионального модуля (вида деятельности) 21

1 Паспорт рабочей программы профессионального модуля ПМ.03. Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий

Рабочая программа профессионального модуля ПМ.03. Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий является частью основной профессиональной образовательной программы СПО – программы подготовки специалистов среднего звена по специальности *42.02.01 Реклама***,** входящей в состав укрупненной группы специальностей *42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело*.

1.1 Место профессионального модуля в структуре образовательной программы

Профессиональный модуль ПМ.03. Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий входит в состав профессионального цикла образовательной программы.

1.2 Требования к результатам освоения профессионального модуля

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен:

знать:

$З_1$ - специфику механизма торговых марок, бренда;

$З_2$ - новейший опыт (как зарубежный, так и отечественный) формирования и продвижения бренда с помощью цифровых технологий.

уметь:

$У_1$ – разрабатывать стратегию и выбирать площадку для рекламной кампании в Интернете;

$У_2$ - планировать контекстную рекламную кампанию в плане выбора первоначальных настроек;

$У_3$ - запускать кампанию в интернете и осуществлять текущее изучение ее эффективности;

иметь практический опыт в:

$ПО_1$ - продвижении торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий;

$ПО_2$ – разработке рекламных кампаний бренда в сети Интернет;

$ПО_3$ – проведении рекламной кампании инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимися видом деятельности – **ВД.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий**, в том числе **профессиональными компетенциями (ПК):**

ПК 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.

ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.

ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.

и **общими компетенциями (ОК)**:

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.

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

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

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.

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

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

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

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

1.3 Количество часов, отводимое на освоение профессионального модуля

Общая учебная нагрузка обучающегося:	**462**
в том числе	
в форме практической подготовки	*310*
Объем работы обучающегося во взаимодействии с преподавателем	***330***
Самостоятельная работа обучающегося	***42***
Учебная практика	***72***
Производственная практика	***72***
Промежуточная аттестация	***18***
Всего:	***462***

Обязательная часть учебной нагрузки составляет 300 часов, вариативная часть - 162 часа

2 Структура и содержание профессионального модуля

2.1 Структура, объем профессионального модуля и виды учебной деятельности

Коды профессиональных компетенций	Наименования МДК, практик профессионального модуля	Всего, часов	в том числе в форме практической подготовки	Учебная нагрузка обучающихся							Практика	
				Всего, часов	Во взаимодействии с преподавателем				Самостоятельная работа обучающегося, часов	Промежуточная аттестация	Учебная, часов	Производственная, часов
					в том числе							
					занятий на уроках, часов	практических занятий, часов	курсовой проект	Консультации				
ПК 3.1 - ПК 3.3	МДК.03.01. Инструменты цифровой коммуникации в Интернет среде	**248**	**152**	212	60	152	-	-	30	6		
ПК 3.2	МДК.03.02. Технология выполнения работ по профессии 20032 Агент рекламный	**64**	**14**	46	32	14	-	-	12	6		
ПК 3.1 - ПК 3.3	УП.03 Учебная практика по ПМ.03.	**72**	**72**	72							72	
ПК 3.1 - ПК 3.3	ПП.03 Производственная практика по ПМ.03	**72**	**72**									72
ПК 3.1 - ПК 3.3	Экзамен по профессиональному модулю ПМ.03.	**6**								6		
	Всего по ПМ.03:	**462**	**310**	**296**	**92**	**166**	**-**	**-**	**42**	**18**	**72**	**72**

2.2 Формы промежуточной аттестации

2 семестр – другие формы контроля (МДК.03.01)
3 семестр – другие формы контроля (МДК.03.01)
3 семестр – дифференцированный зачет (УП.03)
3 семестр – экзамен (МДК.03.02)
4 семестр – экзамен (МДК.03.01)
4 семестр – дифференцированный зачет (ПП.03)
4 семестр – экзамен по профессиональному модулю ПМ.03

2.3 Тематический план и содержание профессионального модуля

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)		Объем часов	В том числе в форме практической подготовки	Формируемые компетенции
МДК.03.01. Инструменты цифровой коммуникации в Интернет среде			**248**	***212***	
Тема 1.1 Основы изучения Интернет-рынка	*Содержание учебного материала*		*24*	*14*	
	1	Введение в DIGITAL-маркетинг. Сущность, понятие, особенности и принципы. DIGITAL-маркетинг в построении современной бизнес-концепции предприятия. Электронная коммерция. Состояние и тенденции развития интернет-фирм в России	2		ОК 01- ОК 05, ОК 07, ОК 09, ПК 3.1- ПК 3.3
	2	Интернет-рынок и его структура. Комплекс маркетинга 4Р для интернет-рынка	2		
	3	Сегментирование рынка как основной этап цифрового маркетинга	2		
	4	Особенности ведения товарной политики в Интернете. Информационные товары и интернет-товары. Товарная политика и товарные стратегии в Интернете	2		
	5	Особенности ведения ценовой политики в Интернете. Цена и этапы ее формирования. Современные ценовые стратегии в Интернете. Модель ценообразования на интернет-рынке	2		
	Практические занятия		**14**	*14*	ОК 01-ОК 03, ОК 05, ОК 07-ОК 09, ПК 3.1-ПК 3.3
	6	**Практическое занятие № 1.** Интернет-рынки			
	7	**Практическое занятие № 2.** Сегментация в Интернете			
	8	**Практическое занятие № 3.** Оценка товарной политики Интернет-фирмы			
	9	**Практическое занятие № 4.** Способы повышения знаний о товаре, услуге или компании			
	10	**Практическое занятие № 5.** Бюджетное продвижение продукта			
	11	**Практическое занятие № 6.** Оценка ценовой конкуренции на Интернет площадках			
	12	**Практическое занятие № 7.** Методы ценообразования в Интернете.			
	Самостоятельная работа		**2**		ОК 01-ОК 03, ОК 05-ОК 09, ПК 3.1- ПК 3.3
	Составление сравнительной таблицы «Отличие digital marketing от traditional marketing»				

Тема 1.2 Особенности продвижения на различных Интернет-площадках	*Содержание учебного материала*		*46*	*30*	ОК 01- ОК 05, ОК 07, ОК 09, ПК 3.1- ПК 3.3
	1	Поисковое продвижение сайтов. Технологии привлечения посетителей на сайт	2		
	2	Сайт как инструмент цифрового маркетинга.	2		
	3	Вирусный маркетинг в Интернете	2		
	4	E-mail-маркетинг. Маркетинг в социальных сетях	2		
	5	Интернет-реклама	2		
	Практические занятия		**30**	*30*	ОК 01-ОК 03, ОК 05, ОК 07-ОК 09, ПК 3.1-ПК 3.3
	6	**Практическое занятие № 8.** Блоги, сообщества, вики, социальные сети			
	7	**Практическое занятие № 9.** Комплексные сервисы, карты, мессенджеры, почтовые рассылки, RSS			
	8	**Практическое занятие № 10.** Формирование лояльности и предпочтений целевой аудитории.			
	9	**Практическое занятие № 11.** Выбор целевой аудитории и каналов продвижения			
	10	**Практическое занятие № 12.** E-mail-маркетинг			
	11	**Практическое занятие № 13.** Разработка стратегии продвижения на основе цифровых технологий			
	12	**Практическое занятие № 14.** Связь стратегии цифрового маркетинга и разработки/модернизации сайта			
	13	**Практическое занятие № 15.** Аудит сайтов			
	14	**Практическое занятие № 16.** Формулирование целей цифрового маркетинга для компаний.			
	15	**Практическое занятие № 17.** Принципы управления поисковым маркетингом			
	16	**Практическое занятие № 18.** Анализ эффективности e-mail рекламы			
	17	**Практическое занятие № 19.** Работа с пользователями в социальных сетях			
	18	**Практическое занятие № 20.** Разработка плана рекламной кампании в Интернете			
	19	**Практическое занятие № 21.** Проектирование медиаплана в Интернете			
	20	**Практическое занятие № 22.** Интернет-маркетинг и онлайн реклама			
	Самостоятельная работа		**6**		ОК 01-ОК 03, ОК 05-ОК 09, ПК 3.1- ПК 3.3
	Анализ, конспектирование и составление аналитического отчета по классификации товаров для рекламы …. (наименование предприятия)				
Тема 1.3 Основы цифровых коммуникаций	*Содержание учебного материала*		*22*	*16*	
	1	Основные понятия в сфере цифровой коммуникации. Коммуникационные каналы цифрового маркетинга. Маркетинговые коммуникации и продвижение товаров и услуг	2		ОК 01- ОК 05, ОК 07, ОК 09, ПК 3.1- ПК 3.3
	2	Цели цифровых коммуникаций и их назначение	2		

		Интернет как основа развития цифровых коммуникаций Технологии общения в Интернете			
	3	Стратегии цифровой коммуникации в интернете Основы создания цифровых ресурсов и обеспечение их функционирования в глобальной сети	2		
	Практические занятия		**16**	*16*	ОК 01-ОК 03, ОК 05, ОК 07-ОК 09, ПК 3.1-ПК 3.3
	4	**Практическое занятие № 23.** Мобильные платформы, мобильные устройства		*16*	
	5	**Практическое занятие № 24.** Пользовательский контент			
	6	**Практическое занятие № 25.** Характеристика видов электронных платежных систем			
	7	**Практическое занятие № 26.** Анализ рекламы в Интернете			
	8	**Практическое занятие № 27.** Качество веб-ресурса			
	9	**Практическое занятие № 28.** Блоги в сфере профессиональных коммуникаций			
	10	**Практическое занятие № 29.** Приемы лидогенерации			
	11	**Практическое занятие № 30.** Технические возможности сервисов сбора статистики о посетителях «Яндекс Метрика» и «GoogleAnalytics». Веб-аналитика необходима владельцу веб-ресурса			
	Самостоятельная работа		**4**		ОК 01-ОК 03, ОК 05-ОК 09, ПК 3.1- ПК 3.3
	Разработка концепции по теме «Стратегия продвижения в одной социальной сети для локального бизнеса»				
		Другие формы контроля	**2**		
		ВСЕГО по МДК.03.01 (2 семестр)	**100**		
Тема 1.4 Виды и технологии цифровых коммуникаций	*Содержание учебного материала*		*12*	*38*	
	1	Цифровые коммуникации и их классификация	2		ОК 01- ОК 05, ОК 07, ОК 09, ПК 3.1- ПК 3.3
	2	Деловые коммуникации в цифровой среде	2		
	3	Межличностная интернет-коммуникация	2		
	4	Посадочная страница коммерческого сайта	2		
	5	Комплексное продвижение коммерческого сайта в сети Интернет	2		
	6	SEO– аудит сайта	2		
	7	Контекстная и таргетированная реклама. Поисковая оптимизация (SEO).	2		
	8	Медийная (юаннерная) реклама и инструменты ее автоматизации	2		
	9	RTB– технология Интернет- рекламы	2		
	10	Продвижение компании с помощью SMM	2		
	11	Обзор популярных социальных сетей	2		
	12	Social Media Optimization (SMO)	2		

	13	Мониторинг социальных сетей и блогов	2		
	14	Новые цифровые технологии. Медиа-показатели эффективности.	2		
	15	Цифровой этикет	2		
	Практические занятия		**92**		ОК 01-ОК 03, ОК 05, ОК 07-ОК 09, ПК 3.1-ПК 3.3
	16-17	**Практическое занятие № 31.** Создание баннерной интернет-рекламы для предприятия торговли		*38*	
	18-19	**Практическое занятие № 32.** Создание баннерной Интернет-рекламы для промышленного предприятия			
	20-21	**Практическое занятие № 33.** Создание баннерной Интернет-рекламы для предприятия, оказывающего услуги			
	22-23	**Практическое занятие № 34.** Создание баннерной Интернет-рекламы для рекламного агентства			
	24-27	**Практическое занятие № 35.** Разработка макета сайта в различных программах			
	28	**Практическое занятие № 36.** Сравнительный анализ оптимизированных сайтов			
	29	**Практическое занятие № 37.** Повышение коэффициента кликабельности сайта			
	30	**Практическое занятие № 38.** Разработка приемов для увеличения привлекательности сайта для целевых клиентов			
	31-34	**Практическое занятие № 39.** Дизайн веб-ресурсов			
	Самостоятельная работа		**6**		ОК 01-ОК 03, ОК 05-ОК 09, ПК 3.1- ПК 3.3
	Проанализировать цифровые коммуникации реального бренда и разработать предложения по оптимизации его digital-стратегии				
		Другие формы контроля	**2**		
		ВСЕГО по МДК.03.01 (3 семестр):	**76**		
	35-39	**Практическое занятие № 40.** Создание макета электронной газеты		*54*	ОК 01-ОК 03, ОК 05, ОК 07-ОК 09, ПК 3.1-ПК 3.3
	40	**Практическое занятие № 41.** Разработка контекстной рекламы			
	41	**Практическое занятие № 42.** Разработка таргетированной рекламы			
	42	**Практическое занятие № 43.** Разработка таргетированной и контекстной рекламной кампании в системах Яндекс.Директ и Google Adword			
	43-44	**Практическое занятие № 44.** Создание макета социальной Интернет-рекламы			
	45	**Практическое занятие № 45.** Создание рекламного письма почтовой рассылки			
	46	**Практическое занятие № 46.** Разработка вирусной рекламы			
	47	**Практическое занятие № 47.** Настройка аудитории			
	48	**Практическое занятие № 48.** Разработка дизайна формы для регистрации			
	49-52	**Практическое занятие № 49.** Разработка Интернет-каталога			
	53-58	**Практическое занятие № 50.** Создание мобильного приложения			

	59-60	**Практическое занятие № 51.** Адаптация мобильного приложения по веб-версию			
	61	**Практическое занятие № 52.** Спам в Интернете (семинар)			
	Самостоятельная работа		**12**		
	Завершение заданий практических занятий		6		
	Подготовка к промежуточной аттестации		6		
		Промежуточная аттестация (экзамен)	**6**		
		ВСЕГО по МДК.03.01 (4 семестр)	**72**	*54*	
		ИТОГО по МДК.03.01	**248**		

Наименование разделов и тем	**Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работ (проект)** *(если предусмотрены)*		**Объем часов**	**В т.ч. практической подготовки**	**Формируемые компетенции**
МДК.03.02 Технология выполнения работ по профессии 20032 Агент рекламный			**64**	**14**	
Введение	*Содержание учебного материала*		*4*	2	
	1	20032 Агент коммерческий. Должностные обязанности. Требования к знаниям и умениям. Профессиональный стандарт «Специалист по интернет-маркетингу»	2		ОК 01, ОК 05, ОК 09, ПК 3.1-ПК 3.3
	Практические занятия:		**2**	2	ОК 01-ОК 03, ОК 05, ОК 07-ОК 09, ПК 3.1-ПК 3.3
	2	**Практическое занятие № 1.** Изучение требований ПС «Специалист по интернет-маркетингу»			
Раздел 1. Организация работ по продвижению продукта в сети Интернет			**22**	**8**	
Тема 1.1. Организация работы и техника безопасности	*Содержание учебного материала*		*2*		ОК 01, ОК 05, ОК 09, ПК 3.1-ПК 3.3
	1	Стандарты охраны здоровья при работе с компьютером. Способы устранения первичных проблем, связанные с электронным оборудованием. Приемы настройки проводного, либо беспроводного выхода в сеть Интернет. Способы поддержания рабочего места в безопасном и аккуратном состоянии. Способы устранения первичных проблем, связанных с электронным оборудованием.	2		

		Основы безопасной работы в сети Интернет			
Тема 1.2. Организация процессов продвижения продукта в интернет-маркетинге	*Содержание учебного материала*		*6*	2	
	1	Первичное составление списка ключевых слов и словосочетаний, отражающих специфику сайта	2		ОК 01, ОК 05, ОК 09, ПК 3.1-ПК 3.3
	2	Расширение и изменение списка ключевых слов, отражающих специфику сайта. Оценка подобранных словосочетаний с точки зрения их соответствия тематике сайта	2		
	Практические занятия		**2**	2	ОК 01-ОК 03, ОК 05, ОК 07-ОК 09, ПК 3.1-ПК 3.3
	3	**Практическое занятие № 2.** Составление сравнительной таблицы маркетинговых сайтов на предмет их соответствия тематике и специфике организации			
Тема 1.3. Проведение работ по внутренней оптимизации сайта согласно требованиям поисковых систем	*Содержание учебного материала*		*4*		ОК 01, ОК 05, ОК 09, ПК 3.1-ПК 3.3
	1	Размещение текстов на сайт с учетом факторов внутренний поисковой оптимизации. Оптимизация гипертекстовой разметки сайта. Оптимизация метаинформации страницы	2		
	Практическое занятие:		**2**	2	ОК 01-ОК 03, ОК 05, ОК 07-ОК 09, ПК 3.1-ПК 3.3
	2	**Практическое занятие № 3.** Расчет порядка создания и сопровождения Web-узла			
Тема 1.4. Проведение работ по повышению популярности сайта в интернете	*Содержание учебного материала*		*4*		ОК 01, ОК 05, ОК 09, ПК 3.1-ПК 3.3
	1	Подбор площадок для размещения информации о продвигаемом сайте. Оценка подобранных площадок с точки зрения их соответствия тематике продвигаемого сайта. Размещение информации о продвигаемом сайте на выбранных площадках	2		
	Практическое занятие:		**2**	2	ОК 01-ОК 03, ОК 05, ОК 07-ОК 09, ПК 3.1-ПК 3.3
	2	**Практическое занятие № 4.** Создание списков способов и приемов продвижения на примере конкретного интернет-магазина			
Тема 1.5. Составление контекстно-медийного плана продвижения	*Содержание учебного материала*		*6*		ОК 01, ОК 05, ОК 09, ПК 3.1-ПК 3.3
	1	Подбор ключевых слов и словосочетаний для показа контекстно-медийных объявлений. Оценка подобранных ключевых слов и словосочетаний с точки зрения их соответствия тематике рекламируемого сайта. Составление текстов рекламных объявлений в контекстно-медийной сети	2		
	Практическое занятие:		**2**	2	ОК 01-ОК 03, ОК 05, ОК 07-
	2	**Практическое занятие № 5.** Составление сравнительного анализа текстов рекламных объявлений Интернет– магазина(ов)			

					ОК 09, ПК 3.1-ПК 3.3
	Самостоятельная работа обучающихся:		**2**		ОК 01-ОК 03, ОК 05-ОК 09, ПК 3.1- ПК 3.3
	Оценка качества рекламных текстов и уровня ее эффективности (на примере некоторых маркетинговых сайтов)				
Раздел 2. Реализация стратегии поискового продвижения в интернете			**26**	4	
Тема 2.1. Статистика и аналитика в интернет-маркетинге	*Содержание учебного материала*		*6*		ОК 01, ОК 05, ОК 09, ПК 3.1-ПК 3.3
	1	Основные термины и определения, используемые в веб-аналитике Структура, особенности возможности анализа сайта с точки зрения их видимости	2		
	2	Статистические возможности сервисов рассылок. Создание и размещение счётчиков основных систем веб-аналитики Предоставление доступа для просмотра и редактирования посторонним пользователям	2		
	Практическое занятие:		**2**	2	ОК 01-ОК 03, ОК 05, ОК 07-ОК 09, ПК 3.1-ПК 3.3
	3	**Практическое занятие № 6.** Учет и сравнение ошибок в сборе и интерпретации данных (на примере нескольких Интернет-магазинов)			
Тема 2.2. Организация работ по привлечению трафика на площадки и конверсии его в целевые действия в интернет-маркетинге	*Содержание учебного материала*		*20*		ОК 01, ОК 05, ОК 09, ПК 3.1-ПК 3.3
	1	Ключевые показатели и особенности эффективности канала интернет-маркетинга. Этапы запуска контекстно-медийной рекламы. Основные ошибки, допускаемые в контекстно-медийной рекламе.	2		
	2	Работы по внутренней и внешней оптимизации сайта	2		
	3	Особенности потребления контента в социальных сетях. Правила написания постов в социальных сетях. Рекламные инструменты социальных сетей.	2		
	4	Правила работы с рассылками. Структура продающего письма для рассылок	2		
	5	Особенности работы с партнёрскими площадками: риски, возможности и бюджетирование. Особенности работы с медийными агентствами: риски, возможности и бюджетирование	2		
	6	Базовые правила юзабилити сайта. Базовые правила UXD сайта	2		
	7	Стандартные ошибки, приводящие к прерываниям пользовательских сценариев	2		

	Практическое занятие:	**2**	2	ОК 01-ОК 03, ОК 05, ОК 07-ОК 09, ПК 3.1-ПК 3.3
	8 **Практическое занятие № 7.** Применение SEO технологий для продвижения продукта в сети Интернет			
	Самостоятельная работа обучающихся:	**10**		ОК 01-ОК 03, ОК 05-ОК 09, ПК 3.1- ПК 3.3
	Расчёт коэффициентов рентабельности инвестиций, показателей доходности и убыточности для выбранной рекламной кампании (на примере одного из Интернет-магазинов)	4		
	Подготовка к промежуточной аттестации	**6**		
	Промежуточная аттестация	**6**		
	ВСЕГО по МДК 03.02:	**64**	**14**	

УП.03 Учебная практика по ПМ.03.	*Виды работ*	*72*	72	
	Проведение Инструктажа Отбор и контроль исполнителей по SMM Отбор и контроль исполнителей по SEO Отбор и контроль исполнителей по Контекстно-медийной рекламе Отбор и контроль исполнителей по Медийной рекламе Отбор и контроль исполнителей по Рассылкам Отбор и контроль исполнителей по Партнёрским сетям			ОК 01 -ОК 09, ПК 3.1 - ПК 3.3
	Дифференцированный зачет	**6**	**6**	
	ВСЕГО по УП.03	**72**	**72**	
ПП.03. Производственная практика по ПМ.03	*Виды работ*	*72*	72	
	Инструктаж по охране труда Знакомство с предприятием. Участие в создании рекламы для интернет-кампании (баннер, поисковая реклама) Участие в создании корпоративного или промо-сайта Участие в создании сценария промоакции Участие на этапе контроля за созданием рекламного продукта (продакшн) Участие на этапе анализа результатов тестирования рекламного продукта (претестинг и пост-тестинг) Участие в защите творческих разработок агентства перед заказчиком; Участие в согласовании творческой концепции с заказчиком; Создание своего творческого портфолио рекламно-информационных средств, выполненных в материале и с применением средств графического дизайна; Составление отчета по практике			ОК 01 -ОК 09, ПК 3.1-ПК 3.3

	Дифференцированный зачет	**6**	**6**	
	ВСЕГО ПО ПП.03	**72**	**72**	
	Экзамен по профессиональному модулю ПМ.03.	**6**		
	ИТОГО по ПМ.03.	**462**	***310***	

2.3. Вариативные часы профессионального модуля

№ п/п	Наименование темы	Объем часов	Примечание
1	**МДК. 03.01 Инструменты цифровой коммуникации в Интернет среде**	**56**	Для углубления знаний и совершенствования умений и проверку запланированных результатов
	Тема 1.1 Основы изучения Интернет-рынка	6	
	Тема 1.2 Особенности продвижения на различных Интернет-площадках	2	
	Тема 1.3 Основы цифровых коммуникаций	4	
	Тема 1.4 Виды и технологии цифровых коммуникаций	12	
	Самостоятельная работа	30	
	Промежуточная аттестация	4	
2	**МДК.03.02 Технология выполнения работ по профессии 20032 Агент рекламный**	**64**	
3	**УП.03 Учебная практика по рабочей профессии**	**72**	
5	**Экзамен по профессиональному модулю ПМ.03.**	**6**	Для проверки освоения вида деятельности ВД.03
	ИТОГО:	**162**	

3 Условия реализации рабочей программы профессионального модуля

3.1 Материально-техническое обеспечение

Реализация рабочей программы по профессиональному модулю ПМ.03. Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий осуществляется в лаборатории информатики информационных технологий, компьютерного дизайна и компьютерной графики.

Оборудование лаборатории:

- Персональный компьютер в сборе (Процессор: Intel Core I7-10700 Оперативная память: 32gb DDR4 3200 Mhz Накопитель: 1024GB ssd NVME PCI-E 4.0 Видеокарта: RTX3060 12GB) – 11 шт.
- Графические планшеты – 11 шт.
- Короткофокусный проектор Optoma X309ST - 1 шт.
- Стол ученический Классик двухместный регулируемый, №4-6 СУР А.02.46 проект НМ-035.04.02 – 12 шт.
- Стул ученический Стандарт, №4-6 СТУР А 02.46.Ф проект НМ-035.30.02 – 12 шт.
- Учебная маркерная доска белая – 1 шт.

При реализации рабочей программы профессионального модуля ПМ.03. Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий проводятся учебная и производственная практика.

Материально-техническое оснащение практики представлены в рабочей программе практики.

3.2 Информационное обеспечение обучения

Учебная литература

1. Боресков, А. В. Компьютерная графика : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. В. Боресков, Е. В. Шикин. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 219 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11630-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/518504 (дата обращения: 20.03.2024).

2. Домнин В. Н. Брендинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. Н. Домнин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 493 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13727-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/519431 (дата обращения: 20.03.2024).

3. *Жильцова, О. Н.* Рекламная деятельность : учебник и практикум для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 233 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9889-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/511937 (дата обращения: 20.03.2024).

4. Колошкина И. Е. Компьютерная графика : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. Е. Колошкина, В. А. Селезнев, С. А. Дмитроченко. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 233 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15862-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/510043 (дата обращения: 20.03.2024).

5. *Синяева, И. М.* Основы рекламы : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 552 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15083-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/511938 (дата обращения: 20.03.2024).

6. Трищенко Д. А. Техника и технологии рекламного видео : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Д. А. Трищенко. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 177 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12575-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/518451 (дата обращения: 20.03.2024).

Дополнительная литература:

Зельдович, Б. З. Медиаменеджмент : учебник для вузов / Б. З. Зельдович. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 293 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11729-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/542662 (дата обращения: 20.03.2024).

Морозова, Н. С. Менеджмент, маркетинг и реклама гостиничного предприятия : учебник для среднего профессионального образования / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 192 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15264-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/544660 (дата обращения: 20.03.2024)

Электронные образовательные ресурсы:

Сайты, блоги, электронные библиотеки

1. Официальный сайт журнала Индустрия рекламы. Сайт. [Электронный ресурс]. URL: http://www.ir-magazine.ru

2. Официальный сайт журнала Практики рекламы. [Электронный ресурс]. URL: http://www.prosmi.ru/magazine/practic

3. Официальный сайт журнала Рекламные идеи. [Электронный ресурс]. URL: http://www.advi.ru

4. Журнал «Реклама. Теория и практика». [Электронный ресурс]. URL: http://www.vsetrening.ru/magazine/grebennikov-advertising-practice/

5. Справочник от автор24. Маркетинговые исследования в рекламе [Электронный ресурс]. URL: Маркетинговые исследования в рекламе

6. Анализ рекламы: инструкция, как анализировать рекламу с примерами [Электронный ресурс]. URL: Анализ рекламы: инструкция, как анализировать рекламу с примерами

7. Рекламное агентство «Смарт Медиа» Электронный ресурс]. URL: http://www.rve.ru/

8. Рекламные щиты и билборды в России Электронный ресурс]. URL: http://mediacatalog.ru/

Дополнительная электронная литература/учебные пособия, материалы, статьи

1. Новикова К. В. Интернет-маркетинг и электронная коммерция: учеб.-метод. пособие / К. В. Новикова, А. С. Старатович, Э. А. Медведева; Перм. гос. нац. исслед. ун-т. – Пермь, 2013. – 78 с. [Электронный ресурс]. URL: uchebno_metodicheskoe-posobie.-internet_marketing-i-elektronnaya-kommertsiya.pdf

2. Кульпин, С. В. Структура и содержание интернет-маркетинга : учебное пособие / С. В. Кульпин ; [под ред. Е. В. Попова] ; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Уральский федеральный университет. — Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2020. — 100 с. ил. — Библиогр.: с. 94. — 100 экз. [Электронный ресурс]. URL: 77_Кульпин_Структура и содержание интернет-маркетинга.cdr

3. Колобанов, Н. Н. Продвижение бренда в digital-сфере / Н. Н. Колобанов. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. — 2021. — № 4 (346). — С. 252-254. — [Электронный ресурс]. URL: https://moluch.ru/archive/346/77986/

Видеоматериалы/ виртуальные музеи/интерактивные презентации

1. Защита бренда в поисковом маркетинге [Электронный ресурс]. URL: Защита бренда в поисковой рекламе. Robuscan – сервис независимого мониторинга брендовой выдачи.

Тренажеры/ тесты/ кейсы/ материал для практикума/ бесплатные онлайн курсы

1. Как продвигать бренд в интернете — вебинар [Электронный ресурс]. URL: Как продвигать бренд в интернете — вебинар

3.3 Учебно-методическое обеспечение

По профессиональному модулю ПМ.03. Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий создана учебно-методическая документация:

– Рабочая программа;

– Оценочные материалы;

– Методические указания по выполнению заданий на практических занятиях;

– Методические указания по выполнению самостоятельной работы.

3.4. Общие требования к организации образовательного процесса

Освоение обучающимися профессионального модуля ПМ.03. Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий проходит в Колледже и на предприятиях города.

Профессиональный модуль ПМ.03. изучается в течение 3х семестров.

Учебная практика УП.03 Учебная практика на рабочую профессию проводится концентрированно в объеме 72 часов.

Производственная практика проводится концентрировано после изучения всех МДК и освоения видов работ учебной практики на предприятиях на основании заключенных договоров о практической подготовке.

Самостоятельная работа организована в МДК.03.01 и МДК.03.02 в пределах часов учебного плана в соответствии с методическими указаниями, разработанными преподавателями.

3.5. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по профессиональному модулю:

Наличие высшего профессионального образования, соответствующего профилю модуля ПМ.03. Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий *по специальности 42.02.01 Реклама*.

Опыт деятельности в соответствующей профессиональной сфере необходим.

4 Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля (вида деятельности)

Контроль и оценка результатов освоения содержания ПМ.03. Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий обучающимся осуществляется преподавателем на занятиях по итогам выполнения заданий на уроках, практических занятиях, учебной практике и самостоятельной работы.

Оценка качества освоения программы профессионального модуля обучающимся включает текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию.

Код и наименование формируемых компетенций	***Практический опыт, умения, знания***	***Формы контроля и оценки результатов освоения***	
		Текущий контроль	***Промежуточная аттестация***
ПК 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.	**знать:** $З_1$ - специфику механизма торговых марок, бренда; $З_2$ - новейший опыт (как зарубежный, так и отечественный) формирования и продвижения бренда с помощью цифровых технологий.	МДК.03.01 *- устный опрос* *- выполнение заданий на практических занятиях* *- - выполнение заданий самостоятельной работы*	*- другие формы контроля* *- экзамен*
		МДК.03.02 *- устный опрос* *- выполнение заданий на практических занятиях* *- выполнение заданий самостоятельной работы*	*- экзамен*
	уметь: $У_1$ – разрабатывать стратегию и выбирать площадку для рекламной кампании в Интернете; **иметь практический опыт в:** $ПО_1$ - продвижении торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий;	УП.03 Учебная практика *- комплексный контроль в ходе выполнения видов работ*	*- дифференцированный зачет*
		ПП.03 Производственная практика *- комплексный контроль в ходе выполнения видов работ*	*- дифференцированный зачет*
			- экзамен по профессиональному модулю ПМ.03.

Код и наименование формируемых компетенций	***Практический опыт, умения, знания***	***Формы контроля и оценки результатов освоения***	
		Текущий контроль	***Промежуточная аттестация***
ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.	**знать:** $З_1$ - специфику механизма торговых марок, бренда; $З_2$ - новейший опыт (как зарубежный, так и отечественный) формирования и продвижения бренда с помощью цифровых технологий.	МДК.03.01 *- устный опрос* *- выполнение заданий на практических занятиях* *- - выполнение заданий самостоятельной работы*	*- другие формы контроля* *- экзамен*
		МДК.03.02 *- устный опрос* *- выполнение заданий на практических занятиях* *- выполнение заданий самостоятельной работы*	*- экзамен*
	уметь: $У_2$ - планировать контекстную рекламную кампанию в плане выбора первоначальных настроек; **иметь практический опыт в:** $ПО_2$ – разработке рекламных кампаний бренда в сети Интернет;	УП.03 Учебная практика *- комплексный контроль в ходе выполнения видов работ*	*- дифференцированный зачет*
		ПП.03 Производственная практика *- комплексный контроль в ходе выполнения видов работ*	*- дифференцированный зачет*
			- экзамен по профессиональному модулю ПМ.03.
ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.	**знать:** $З_1$ - специфику механизма торговых марок, бренда; $З_2$ - новейший опыт (как зарубежный, так и отечественный) формирования и продвижения бренда с помощью цифровых технологий.	МДК.03.01 *- устный опрос* *- выполнение заданий на практических занятиях* *- выполнение заданий самостоятельной работы*	*- другие формы контроля* *- экзамен*
		МДК.03.02 *- устный опрос* *- выполнение заданий на практических занятиях* *- выполнение заданий самостоятельной работы*	*- экзамен*
	уметь:	УП.03 Учебная практика	*- дифференцированный зачет*

Код и наименование формируемых компетенций	***Практический опыт, умения, знания***	***Формы контроля и оценки результатов освоения***	
		Текущий контроль	***Промежуточная аттестация***
	$У_3$ - запускать кампанию в интернете и осуществлять текущее изучение ее эффективности; **иметь практический опыт в:** $ПО_3$ – проведении рекламной кампании инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.	*- комплексный контроль в ходе выполнения видов работ*	
		ПП.03 Производственная практика *- комплексный контроль в ходе выполнения видов работ*	*- дифференцированный зачет*
			- экзамен по профессиональному модулю ПМ.03.

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся, не только сформированность профессиональных компетенций (ПК), но и **общих компетенций** (ОК):

Результаты (сформированные общие компетенции)	**Основные показатели оценки результата**	***Формы контроля и оценки результатов освоения***	
		Текущий контроль	***Промежуточная аттестация***
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	- самостоятельно организует свою деятельность по выданным заданиям - умеет оценить свои возможности для выполнения поставленных целей, задач, заданий	*комплексный контроль в ходе выполнения видов работ по МДК.03.01, МДК.03.02, УП.03, ПП.03*	*- экзамен (МДК.03.02)* *- другие формы контроля, экзамен (МДК.03.01)* *- дифференцированный зачет (УП.03, ПП.03)* *- Экзамен по профессиональному модулю ПМ.03*
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	- осуществляет поиск информации в сети Интернет и различных электронных носителях - извлекает информацию с электронных носителей - использует средства ИТ для обработки и хранения информации - представляет информацию в различных формах с использованием разнообразного программного обеспечения - создает презентации в различных формах		

ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	- берет на себя ответственность за принятое решение/совершенный поступок - ответственно выполняет разовые/постоянные поручения в группе - может спрогнозировать результат - умеет оценить свои действия, поступки и проанализировать их - знает основную нормативную документацию по предпринимательской деятельности и может ее найти в поисковых системах; - определяет возможности/невозможности предпринимательства той или иной возникшей ситуации - успешно учится, выполняет повседневные поручения/обязанности, связанные с финансами (оплата проезда, покупка продуктов, обеда) - владеет навыками обращения с банковскими картами		
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	- устанавливает позитивный стиль общения - выбирает стиль общения в соответствии с ситуацией - признает чужое мнение - при необходимости отстаивает собственное мнение - принимает критику - ведет деловую беседу в соответствии с этическими нормами - соблюдает официальный стиль при оформлении документов - выполняет письменные и устные рекомендации преподавателя - способен к эмпатии - организует коллективное обсуждение рабочей ситуации		
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	- умеет передавать информацию другому человеку - способен правильно формулировать свои мысли в устной и письменной формах - способен письменно оформлять свои мысли		
ОК 06. Проявлять гражданско-	- не участвует в запрещенных группировках;		

патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения	- не проводит антироссийскую пропаганду; - уважительно относится к сверстникам, окружающим, старшим и младшим; - не хамит, не грубит - применяет в своем поведении стандарты антикоррупционного поведения		
ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях	- поддерживает чистоту в кабинете/лаборатории и на своем рабочем месте - адекватно реагирует на внезапное изменение ситуации (звонок, сирена, сигнал тревоги) - владеет информацией по рациональной организации технологического процесса - знает правила безопасного ведения работ		
ОК 08. Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности.	- посещает учебные занятия, практику; - отсутствие пропусков по болезни - посещение спортивных секций в колледже и вне (по различным видам спорта) - ведет здоровый образ жизни		
ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.	- осуществлять эффективный поиск необходимой информации в российских и зарубежных источниках: нормативно-правовой документации, стандартов, научных публикации, технической документации; - уметь применять лексику и грамматику иностранного языка для перевода текста, содержание которого включает профессиональную лексику;		

	- уметь анализировать, систематизировать и применять в профессиональной деятельности информацию, содержащуюся в документации профессиональной области.		

Критерии и методы оценки сформированности знаний, умений и приобретённый практический опыт, а также освоенные общие и профессиональные компетенции отражены в оценочных материалах профессионального модуля ПМ.03. Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий.

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ

СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

«ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

учебной практики

УП.03. Учебная практика по рабочей профессии

для специальности 42.02.01 Реклама

Якутск, 2024

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г.)

УТВЕРЖДАЮ
Директор АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»
_____ С.Н.Семенов
«15» 04 2024 г.

Рабочая программа учебной практики УП.03 Учебная практика по ПМ.03 разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (далее – ФГОС СПО) по *специальности 42.02.01 Реклама,* утвержденного приказом Минпросвещения России от 21.07.2023 г. № 552 (зарегистрирован в Минюсте РФ 22.08.2023 № 74908)

Организация-разработчик: АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»

Составитель:

Чиннова В.С., преподаватель

ОГЛАВЛЕНИЕ

		стр.
1.	ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ	4
2.	ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	7
3.	УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ	8
4.	КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ	12

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ
УП.03 Учебная практика по рабочей профессии

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа учебной практики УП.03 Учебная практика по рабочей профессии является частью основной профессиональной образовательной программы СПО – программы подготовки специалистов среднего звена по специальности *42.02.01 Реклама***,** входящей в состав укрупненной группы специальностей *42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело*.

1.2. Место учебной практики в структуре образовательной программы:

Учебная практика является частью профессионального модуля ПМ.03. Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий и проводится концентрировано после изучения МДК.03.02.

1.3. Цели учебной практики – требования к результатам

Учебная практика направлена на формирование у обучающихся умений, приобретение практического опыта по ПМ.03. Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий:

уметь:

$У_1$ – разрабатывать стратегию и выбирать площадку для рекламной кампании в Интернете;

$У_2$ - планировать контекстную рекламную кампанию в плане выбора первоначальных настроек;

$У_3$ - запускать кампанию в интернете и осуществлять текущее изучение ее эффективности;

иметь практический опыт в:

$ПО_1$ - продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий;

$ПО_2$ – разработке рекламных кампаний бренда в сети Интернет;

$ПО_3$ – проведении рекламной кампании инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимися видом деятельности – **ВД.03 Продвижение**

торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий, в том числе **профессиональными компетенциями (ПК):**

ПК 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.

ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.

ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.

и **общими компетенциями (ОК)**:

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.

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

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

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.

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

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

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

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

1.4. Количество часов на освоение учебной практики

Общее количество часов – 72 часа (2 недели),
в том числе в форме практической подготовки – 72 часа

1.5. Формы промежуточной аттестации

3 семестр – дифференцированный зачет (УП.03)

2. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

УП.03 Учебная практика по рабочей профессии

Содержание учебной практики, виды работ, обеспечивающие формирование умений и приобретение практического опыта		Объем часов	В т.ч. практическая подготовка
Виды работ			
1	Знакомство с программой учебной практики, сроками и условиями выполнения работ. Требования охраны труда	2	2
2	Отбор и контроль исполнителей по SMM	10	10
3	Отбор и контроль исполнителей по SEO	12	12
4	Отбор и контроль исполнителей по контекстно-медийной рекламе	12	12
5	Отбор и контроль исполнителей по медийной рекламе	12	12
6	Отбор и контроль исполнителей по рассылкам	10	10
7	Отбор и контроль исполнителей по партнёрским сетям	8	8
8	**Дифференцированный зачет**	**6**	6
	ВСЕГО:	**72**	**72**

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

3.1. Материально-техническое обеспечение

Реализация рабочей программы учебной практики УП.03 Учебная практика по рабочей профессии проходит в лаборатории информатики информационных технологий, компьютерного дизайна и компьютерной графики.

Оборудование лаборатории:

- Персональный компьютер в сборе (Процессор: Intel Core I7-10700 Оперативная память: 32gb DDR4 3200 Mhz Накопитель: 1024GB ssd NVME PCI-E 4.0 Видеокарта: RTX3060 12GB) – 11 шт.
- Графические планшеты – 11 шт.
- Короткофокусный проектор Optoma X309ST - 1 шт.
- Стол ученический Классик двухместный регулируемый, №4-6 СУР А.02.46 проект НМ-035.04.02 – 12 шт.
- Стул ученический Стандарт, №4-6 СТУР А 02.46.Ф проект НМ-035.30.02 – 12 шт.
- Учебная маркерная доска белая – 1 шт.

3.2 Информационное обеспечение обучения

Учебная литература

1. Боресков, А. В. Компьютерная графика : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. В. Боресков, Е. В. Шикин. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 219 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11630-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/518504 (дата обращения: 20.03.2024).

2. Домнин В. Н. Брендинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. Н. Домнин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 493 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13727-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/519431 (дата обращения: 20.03.2024).

3. *Жильцова, О. Н.* Рекламная деятельность : учебник и практикум для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 233 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9889-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/511937 (дата обращения: 20.03.2024).

4. Колошкина И. Е. Компьютерная графика : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. Е. Колошкина, В. А. Селезнев, С. А. Дмитроченко. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 233 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15862-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/510043 (дата обращения: 20.03.2024).

5. *Синяева, И. М.* Основы рекламы : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 552 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15083-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/511938 (дата обращения: 20.03.2024).

6. Трищенко Д. А. Техника и технологии рекламного видео : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Д. А. Трищенко. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 177 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12575-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/518451 (дата обращения: 20.03.2024).

Дополнительная литература:

Зельдович, Б. З. Медиаменеджмент : учебник для вузов / Б. З. Зельдович. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 293 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11729-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/542662 (дата обращения: 20.03.2024).

Морозова, Н. С. Менеджмент, маркетинг и реклама гостиничного предприятия : учебник для среднего профессионального образования / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 192 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15264-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/544660 (дата обращения: 20.03.2024)

Электронные образовательные ресурсы:

Сайты, блоги, электронные библиотеки

1. Официальный сайт журнала Индустрия рекламы. Сайт. [Электронный ресурс]. URL: http://www.ir-magazine.ru

2. Официальный сайт журнала Практики рекламы. [Электронный ресурс]. URL: http://www.prosmi.ru/magazine/practic

3. Официальный сайт журнала Рекламные идеи. [Электронный ресурс]. URL: http://www.advi.ru

4. Журнал «Реклама. Теория и практика». [Электронный ресурс]. URL: http://www.vsetrening.ru/magazine/grebennikov-advertising-practice/

5. Справочник от автор24. Маркетинговые исследования в рекламе [Электронный ресурс]. URL: Маркетинговые исследования в рекламе

6. Анализ рекламы: инструкция, как анализировать рекламу с примерами [Электронный ресурс]. URL: Анализ рекламы: инструкция, как анализировать рекламу с примерами

7. Рекламное агентство «Смарт Медиа» Электронный ресурс]. URL: http://www.rve.ru/

8. Рекламные щиты и билборды в России Электронный ресурс]. URL: http://mediacatalog.ru/

Дополнительная электронная литература/учебные пособия, материалы, статьи

1. Новикова К. В. Интернет-маркетинг и электронная коммерция: учеб.- метод. пособие / К. В. Новикова, А. С. Старатович, Э. А. Медведева; Перм. гос. нац. исслед. ун-т. – Пермь, 2013. – 78 с. [Электронный ресурс]. URL: uchebno_metodicheskoe-posobie.-internet_marketing-i-elektronnaya-kommertsiya.pdf

2. Кульпин, С. В. Структура и содержание интернет-маркетинга : учебное пособие / С. В. Кульпин ; [под ред. Е. В. Попова] ; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Уральский федеральный университет. — Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2020. — 100 с. ил. — Библиогр.: с. 94. — 100 экз. [Электронный ресурс]. URL: 77_Кульпин_Структура и содержание интернет-маркетинга. pdf

3. Колобанов, Н. Н. Продвижение бренда в digital-сфере / Н. Н. Колобанов. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. — 2021. — № 4 (346). — С. 252-254. — [Электронный ресурс]. URL: https://moluch.ru/archive/346/77986/

Видеоматериалы/ виртуальные музеи/интерактивные презентации

1. Защита бренда в поисковом маркетинге [Электронный ресурс]. URL: Защита бренда в поисковой рекламе. Robuscan – сервис независимого мониторинга брендовой выдачи.

Тренажеры/ тесты/ кейсы/ материал для практикума/ бесплатные онлайн курсы

1. Как продвигать бренд в интернете — вебинар [Электронный ресурс]. URL: Как продвигать бренд в интернете — вебинар

3.3 Учебно-методическое обеспечение обучения

По учебной практике создана учебно-методическая документация:

– Рабочая программа;
– Оценочные материалы;
– Методические указания по выполнению видов работ.

3.4. Общие требования к организации учебной практики

По результатам прохождения учебной практики обучающиеся сдают выполненные задания по видам работ.

Форма промежуточной аттестации – ***дифференцированный зачет.***

3.5. Кадровое обеспечение

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство учебной практикой:

- учебная практика УП.03 проводится преподавателем, имеющим высшее образование, соответствующее профилю преподаваемого профессионального модуля. Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы является обязательным. Преподаватели получают дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ

Контроль и оценка результатов выполнения работ обучающимися осуществляется преподавателем на занятиях учебной практики.

Оценка качества освоения рабочей программы учебной практики обучающимся включает текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию.

Код и наименование формируемых компетенций	***Практический опыт, умения, знания***	***Формы контроля и оценки результатов освоения***	
		Текущий контроль	***Промежуточная аттестация***
ПК 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.	**уметь:** $У_1$ – разрабатывать стратегию и выбирать площадку для рекламной кампании в Интернете; **иметь практический опыт в:** $ПО_1$ - продвижении торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий;	- *комплексный контроль в ходе выполнения видов работ*	- *дифференцированный зачет*
ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.	**уметь:** $У_2$ - планировать контекстную рекламную кампанию в плане выбора первоначальных настроек; **иметь практический опыт в:** $ПО_2$ – разработке рекламных кампаний бренда в сети Интернет;	- *комплексный контроль в ходе выполнения видов работ*	- *дифференцированный зачет*
ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.	**уметь:** $У_3$ - запускать кампанию в интернете и осуществлять текущее изучение ее эффективности; **иметь практический опыт в:** $ПО_3$ – проведении рекламной кампании инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.	- *комплексный контроль в ходе выполнения видов работ*	- *дифференцированный зачет*

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся, не только сформированность профессиональных компетенций (ПК), но и общих компетенций (ОК):

Результаты (сформированные общие компетенции)	**Основные показатели оценки результата**	***Формы контроля и оценки результатов освоения***	
		Текущий контроль	***Промежуточная аттестация***
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	- самостоятельно организует свою деятельность по выданным заданиям - умеет оценить свои возможности для выполнения поставленных целей, задач, заданий	*комплексный контроль в ходе выполнения видов работ*	*- дифференцированный зачет*
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	- осуществляет поиск информации в сети Интернет и различных электронных носителях - извлекает информацию с электронных носителей - использует средства ИТ для обработки и хранения информации - представляет информацию в различных формах с использованием разнообразного программного обеспечения - создает презентации в различных формах		
ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	- берет на себя ответственность за принятое решение/совершенный поступок - ответственно выполняет разовые/постоянные поручения в группе - может спрогнозировать результат - умеет оценить свои действия, поступки и проанализировать их - знает основную нормативную документацию по предпринимательской деятельности и может ее найти в поисковых системах; - определяет возможности/невозможности предпринимательства той или иной возникшей ситуации - успешно учится, выполняет повседневные поручения/обязанности, связанные с финансами (оплата проезда, покупка продуктов, обеда) - владеет навыками обращения с банковскими картами		
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	- устанавливает позитивный стиль общения - выбирает стиль общения в соответствии с ситуацией - признает чужое мнение		

	- при необходимости отстаивает собственное мнение - принимает критику - ведет деловую беседу в соответствии с этическими нормами - соблюдает официальный стиль при оформлении документов - выполняет письменные и устные рекомендации преподавателя - способен к эмпатии - организует коллективное обсуждение рабочей ситуации		
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	- умеет передавать информацию другому человеку - способен правильно формулировать свои мысли в устной и письменной формах - способен письменно оформлять свои мысли		
ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения	- не участвует в запрещенных группировках; - не проводит антироссийскую пропаганду; - уважительно относится к сверстникам, окружающим, старшим и младшим; - не хамит, не грубит - применяет в своем поведении стандарты антикоррупционного поведения		
ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях	- поддерживает чистоту в кабинете/лаборатории и на своем рабочем месте - адекватно реагирует на внезапное изменение ситуации (звонок, сирена, сигнал тревоги) - владеет информацией по рациональной организации технологического процесса - знает правила безопасного ведения работ		
ОК 08. Использовать средства физической культуры для	- посещает учебные занятия, практику; - отсутствие пропусков по болезни		

сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности.	- посещение спортивных секций в колледже и вне (по различным видам спорта) - ведет здоровый образ жизни		
ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.	- осуществлять эффективный поиск необходимой информации в российских и зарубежных источниках: нормативно-правовой документации, стандартов, научных публикации, технической документации; - уметь применять лексику и грамматику иностранного языка для перевода текста, содержание которого включает профессиональную лексику; - уметь анализировать, систематизировать и применять в профессиональной деятельности информацию, содержащуюся в документации профессиональной области.		

Критерии и методы оценки сформированности умений и практического опыта отражены в оценочных материалах учебной практики УП.03 Учебная практика по рабочей профессии.

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ

СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

«ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

производственной практики

ПП.03. Производственная практика по ПМ.03.

для специальности *42.02.01 Реклама*

Якутск, 2024

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г.)

УТВЕРЖДАЮ
Директор АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»
_____ С.Н.Семенов
«15» 04 2024 г.

Рабочая программа производственной практики ПП.03. Производственная практика по ПМ.03. разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (далее – ФГОС СПО) *по специальности 42.02.01 Реклама,* утвержденного приказом Министерства просвещения РФ от 21.07.2023 г. № 552 (зарегистрирован в Минюсте РФ 22.08.2023 № 74908)

Организация-разработчик: АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»

Составитель:

Чиннова В.С., преподаватель

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ	4
2. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ	6
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ	7
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ	8

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ
ПП.03. Производственная практика по ПМ.03.

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа ПП.03. Производственная практика по ПМ.03. является частью основной профессиональной образовательной программы СПО – программы подготовки специалистов среднего звена по специальности *42.02.01 Реклама***,** входящей в состав укрупненной группы специальностей *42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело*.

1.2. Место производственной практики в структуре образовательной программы:

ПП.03. Производственная практика по ПМ.03. является разделом образовательной программы и частью профессионального модуля ПМ.03, проходит концентрированно в течение четырех недель.

1.3. Цели производственной практики – требования к результатам

Производственная практика направлена на приобретение практического опыта **ВД.03. Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий** и необходима для освоения общих (ОК) и профессиональных компетенций (ПК):

иметь практический опыт в:

$ПО_1$ - продвижении торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий;

$ПО_2$ – разработке рекламных кампаний бренда в сети Интернет;

$ПО_3$ – проведении рекламной кампании инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.

Результатом освоения программы производственной практики ПП.03 является овладение обучающимися **профессиональными компетенциями (ПК):**

ПК 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.

ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.

ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.

и **общими компетенциями (ОК)**:

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.

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

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

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.

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

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

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

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

1.4. Количество часов на освоение производственной практики

Общее количество часов – 72 часа (2 недели)

в том числе в форме практической подготовки – 72 часа

1.5. Формы промежуточной аттестации

4 семестр – дифференцированный зачет

2. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Содержание практики, виды работ, обеспечивающие приобретение практического опыта		Объем часов	В т.ч. практическая подготовка
Виды работ			
1	Знакомство с программой практики, сроками и условиями выполнения работ. Требования охраны труда	2	2
2	Знакомство с организацией. Знакомство с правилами внутреннего распорядка, рабочим местом и руководителем практики от организации. Знакомство с особенностями маркетинговой деятельности компании	4	4
3	Участие в создании рекламы для интернет-кампании (баннер, поисковая реклама); Участие в создании корпоративного или промо-сайта; Участие в создании сценария промоакции; Участие на этапе контроля за созданием рекламного продукта (продакшн) Участие на этапе анализа результатов тестирования рекламного продукта (претестинг и пост-тестинг) Участие в защите творческих разработок агентства перед заказчиком; Участие в согласовании творческой концепции с заказчиком; Создание своего творческого портфолио рекламно- информационных средств, выполненных в материале и с применением средств графического дизайна;	54	54
4	Составление отчета по практике	6	6
5	**Дифференцированный зачет**	**6**	6
	ВСЕГО:	**72**	**72**

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

3.1. Материально-техническое обеспечение

Реализация рабочей программы ПП.03. Производственная практика по ПМ.03. проходит в организациях различных форм собственности на основании заключенных договоров о практической подготовке.

3.2 Учебно-методическое обеспечение обучения

По ПП.03. Производственная практика по ПМ.03. создана учебно-методическая документация:

– Рабочая программа;

– Оценочные материалы.

3.3. Общие требования к организации практики

ПП.03. Производственная практика по ПМ.03. проводится концентрированно.

По результатам прохождения производственной практики обучающиеся сдают отчет и заполненный дневник практики.

Форма промежуточной аттестации – ***дифференцированный зачет.***

3.4. Кадровое обеспечение

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство производственной практикой:

<u>от колледжа:</u>

- преподаватель, имеющий высшее образование, соответствующее профилю преподаваемого профессионального модуля. Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы является обязательным. Преподаватели получают дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

<u>от организации:</u>

- работник, назначенный руководителем организации в соответствии с заключенным договором о практической подготовке.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ

Контроль и оценка результатов выполнения работ обучающимися осуществляется руководителями практики в ходе выполнения этих работ и во время дифференцированного зачета (сдача отчета).

Оценка качества освоения рабочей программы практики обучающимся включает текущий контроль и промежуточную аттестацию.

Код и наименование формируемых компетенций	***Практический опыт***	***Формы контроля и оценки результатов освоения***	
		Текущий контроль	***Промежуточная аттестация***
ПК 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.	**иметь практический опыт в:** ПО$_1$ - продвижении торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий;	- *комплексный контроль в ходе выполнения видов работ*	- *дифференцированный зачет*
ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.	**иметь практический опыт в:** ПО$_2$ - разработке рекламных кампаний бренда в сети Интернет;	- *комплексный контроль в ходе выполнения видов работ*	- *дифференцированный зачет*
ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.	**иметь практический опыт в:** ПО$_3$ – проведении рекламной кампании инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.	- *комплексный контроль в ходе выполнения видов работ*	- *дифференцированный зачет*

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся, не только сформированность профессиональных компетенций (ПК), но и **общих компетенций** (ОК):

Результаты (сформированные общие компетенции)	**Основные показатели оценки результата**	***Формы контроля и оценки результатов освоения***	
		Текущий	***Промежуточная***

		контроль	***аттестация***
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам	- самостоятельно организует свою деятельность по выданным заданиям - умеет оценить свои возможности для выполнения поставленных целей, задач, заданий	*комплексный контроль в ходе выполнения видов работ*	- *дифференцированный зачет*
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	- осуществляет поиск информации в сети Интернет и различных электронных носителях - извлекает информацию с электронных носителей - использует средства ИТ для обработки и хранения информации - представляет информацию в различных формах с использованием разнообразного программного обеспечения - создает презентации в различных формах		
ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	- берет на себя ответственность за принятое решение/совершенный поступок - ответственно выполняет разовые/постоянные поручения в группе - может спрогнозировать результат - умеет оценить свои действия, поступки и проанализировать их - знает основную нормативную документацию по предпринимательской деятельности и может ее найти в поисковых системах; - определяет возможности/невозможности предпринимательства той или иной возникшей ситуации - успешно учится, выполняет повседневные поручения/обязанности, связанные с финансами (оплата проезда, покупка продуктов, обеда) - владеет навыками обращения с банковскими картами		
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	- устанавливает позитивный стиль общения - выбирает стиль общения в соответствии с ситуацией - признает чужое мнение - при необходимости отстаивает собственное мнение - принимает критику - ведет деловую беседу в соответствии с этическими нормами - соблюдает официальный стиль при оформлении документов - выполняет письменные и устные рекомендации преподавателя		

	- способен к эмпатии - организует коллективное обсуждение рабочей ситуации		
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	- умеет передавать информацию другому человеку - способен правильно формулировать свои мысли в устной и письменной формах - способен письменно оформлять свои мысли		
ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения	- не участвует в запрещенных группировках; - не проводит антироссийскую пропаганду; - уважительно относится к сверстникам, окружающим, старшим и младшим; - не хамит, не грубит - применяет в своем поведении стандарты антикоррупционного поведения		
ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;	- поддерживает чистоту в кабинете/лаборатории и на своем рабочем месте - адекватно реагирует на внезапное изменение ситуации (звонок, сирена, сигнал тревоги) - владеет информацией по рациональной организации технологического процесса - знает правила безопасного ведения работ		
ОК 08. Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической	- посещает учебные занятия, практику; - отсутствие пропусков по болезни - посещение спортивных секций в колледже и вне (по различным видам спорта) - ведет здоровый образ жизни		

подготовленности.			
ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	- осуществлять эффективный поиск необходимой информации в российских и зарубежных источниках: нормативно-правовой документации, стандартов, научных публикации, технической документации; - уметь применять лексику и грамматику иностранного языка для перевода текста, содержание которого включает профессиональную лексику; - уметь анализировать, систематизировать и применять в профессиональной деятельности информацию, содержащуюся в документации профессиональной области.		

Критерии и методы оценки сформированности практического опыта отражены в оценочных материалах ПП.03. Производственная практика по ПМ.03.

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

Инструменты цифровой коммуникации в Интернет среде

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
по выполнению самостоятельной работы
для специальности 42.02.01 Реклама

Якутск, 2024

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г.)

Методические указания составлены в соответствии с рабочей программой по профессиональному модулю ПМ.03. Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий

Разработчик: АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»

Составитель:
Чиннова В.С., преподаватель

1. Пояснительная записка

Самостоятельная работа студентов является одной из форм работы по междисциплинарному курсу МДК.03.01 Инструменты цифровой коммуникации в Интернет среде.

МДК.03.01 Инструменты цифровой коммуникации в Интернет среде является частью обязательного профессионального модуля ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий и изучается в течение одного семестра.

В результате освоения дисциплины обучающийся **должен**

знать:

$З_1$ - специфику механизма торговых марок, бренда;

$З_2$ - новейший опыт (как зарубежный, так и отечественный) формирования и продвижения бренда с помощью цифровых технологий.

уметь:

$У_1$ – разрабатывать стратегию и выбирать площадку для рекламной кампании в Интернете;

$У_2$ - планировать контекстную рекламную кампанию в плане выбора первоначальных настроек;

$У_3$ - запускать кампанию в интернете и осуществлять текущее изучение ее эффективности;

С целью овладения профессиональными компетенциями (ПК):

ПК 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.

ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.

ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.

и **общими компетенциями (ОК)**:

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.

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

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

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.

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

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

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

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

Самостоятельная работа направлена на закрепление знаний и умений по междисциплинарному курсу.

Содержание самостоятельной работы по

теме 1.1. Основы изучения Интернет-рынка

Цель: для закрепления знаний

$З_1$ - специфику механизма торговых марок, бренда;

$З_2$ - новейший опыт (как зарубежный, так и отечественный) формирования и продвижения бренда с помощью цифровых технологий;

и формирования умений

$У_1$ – разрабатывать стратегию и выбирать площадку для рекламной кампании в Интернете;

$У_2$ - планировать контекстную рекламную кампанию в плане выбора первоначальных настроек;

$У_3$ - запускать кампанию в интернете и осуществлять текущее изучение ее эффективности;

Количество часов – 2 часа

ВИДЫ РАБОТ

Задание. Составление сравнительной таблицы «Отличие digital marketing от traditional marketing»

Показатели	**digital marketing**	**traditional marketing**
Основные каналы и инструменты		
Целевая аудитория и охват		
Стоимость (бюджет)		
Измеряемость результатов и аналитика		
Интерактивность и вовлеченность		
Скорость запуска и получения результата		
Гибкость и возможность корректировок		
Тип коммуникации (односторонняя/двусторонняя)		
Формат контента		
Длительность воздействия		

Запишите вывод:

Digital marketing …

Traditional marketing …

Содержание самостоятельной работы по

теме 1.2. Особенности продвижения на различных Интернет-площадках

Цель: для закрепления знаний

$З_1$ - специфику механизма торговых марок, бренда;

$З_2$ - новейший опыт (как зарубежный, так и отечественный) формирования и продвижения бренда с помощью цифровых технологий;

и формирования умений

$У_1$ – разрабатывать стратегию и выбирать площадку для рекламной кампании в Интернете;

$У_2$ - планировать контекстную рекламную кампанию в плане выбора первоначальных настроек;

$У_3$ - запускать кампанию в интернете и осуществлять текущее изучение ее эффективности;

Количество часов – 6 часов

ВИДЫ РАБОТ

Задание. Анализ, конспектирование и составление аналитического отчета по классификации товаров для рекламы …. (наименование предприятия)

1 этап. Выбор предприятия:

Выберите реально существующее предприятие (магазин, сервис, бренд).

Критерии выбора: наличие разнообразного ассортимента товаров/услуг, доступность информации (сайт, соцсети, отзывы), понятная сфера деятельности.

Примеры: «М.Видео», «Л'Этуаль», «СберМаркет», кофейня «Кофе Хауз», салон связи «Билайн» и т.д.

Этап 2: Аналитический (Сбор информации и классификация)

Сбор информации о предприятии:

Источники: Официальный сайт, приложение, страницы в социальных сетях, отзывы клиентов, рекламные материалы (буклеты, баннеры), обзоры на маркетплейсах.

Что собирать:

- Полный или основной ассортимент товаров/услуг.
- Целевая аудитория предприятия.
- УТП (уникальное торговое предложение).
- Уже используемые рекламные каналы и месседжи.

Непосредственная классификация товаров:

- Составьте список основных товарных групп или отдельных ключевых товаров предприятия.
- Проведите их классификацию по изученным типам (см. этап 1). Для этого задайте себе вопросы:

- **Товары повседневного спроса?** Покупаются часто, без раздумий (хлеб, молоко, зубная паста). Для «СберМаркета» — это большинство продуктов.

- **Товары предварительного выбора?** Покупатель сравнивает между собой по цене, качеству, внешнему виду (смартфон, бытовая техника, одежда). Для «М.Видео» — это телевизоры или холодильники.
- **Товары особого спроса?** Уникальные характеристики, ради них покупатель готов приложить дополнительные усилия (люксовые бренды, эксклюзивная техника, дизайнерская мебель).
- **Товары пассивного спроса?** Покупатель не задумывается об их покупке, пока не увидит рекламу (страхование, новые сложные гаджеты, некоторые виды услуг).

- **Результат этого этапа:** Четко структурированная таблица или список, где каждому товару/группе присвоен классификационный тип.

Этап 3: Аналитический отчет (Структурирование и формулировка выводов)

Составление отчета.

Структура

Титульный лист: Название колледжа, специальности, тема работы, ФИО студента, преподавателя.

Введение:

- Актуальность темы.
- Объект исследования (предприятие).
- Цель и задачи работы.

Теоретическая часть (на основе конспекта):

- Кратко изложите основные виды классификаций товаров, сделав акцент на классификации по поведению потребителей. Оформите это как связный текст, а не просто пункты.

Практическая часть (анализ предприятия):

2.1. Краткая характеристика предприятия. Сфера, ассортимент, ЦА.

2.2. Классификация товаров/услуг предприятия. Представьте здесь таблицу или список, созданный на Этапе 2.

2.3. Анализ текущей рекламной деятельности. Где и как предприятие уже рекламирует свои товары? Соответствует ли это их классификации?

- **Аналитические выводы и рекомендации (Самая важная часть!):**

- Проанализируйте, как тип товара влияет на потенциальную рекламную стратегию для *данного предприятия*.
- **Сформулируйте конкретные рекомендации.** Например:
- *«Для товаров повседневного спроса (например, продукты в "СберМаркете") рекомендуется использовать рекламу, напоминающую о наличии и удобстве заказа, с акцентами на выгоду и скорость. Основные каналы — контекстная реклама и email-рассылки.»*
- *«Для товаров предварительного выбора (например, ноутбуки в "М.Видео") необходима информативная реклама: обзоры, сравнения характеристик, видео-распаковки. Целесообразно использовать контент-маркетинг и таргетинг в соцсетях на пользователей с соответствующими интересами.»*
- *«Для товаров особого спроса (например, премиальная косметика в "Л'Этуаль") реклама должна создавать имидж и подчеркивать уникальность.*

Эффективны сотрудничества с блогерами, качественный визуальный контент в Instagram и Pinterest.»

Заключение: Кратко подведите итоги работы, подтвердив, что цель достигнута.

Список источников: Укажите все использованные сайты, учебники, статьи.

Этап 4: Контроль качества (Проверка и оформление)

Проверка работы:

Логика: Прослеживается ли четкая связь между теорией, анализом и выводами?

Практическая ценность: Носят ли рекомендации прикладной характер? Можно ли их реально использовать?

Уникальность: Работа написана вашими словами.

Оформление: Проверьте орфографию, пунктуацию, соответствие стандартам оформления.

Содержание самостоятельной работы по

теме 1.3. Основы цифровых коммуникаций

Цель: для закрепления знаний

$З_1$ - специфику механизма торговых марок, бренда;

$З_2$ - новейший опыт (как зарубежный, так и отечественный) формирования и продвижения бренда с помощью цифровых технологий;

и формирования умений

$У_1$ – разрабатывать стратегию и выбирать площадку для рекламной кампании в Интернете;

$У_2$ - планировать контекстную рекламную кампанию в плане выбора первоначальных настроек;

$У_3$ - запускать кампанию в интернете и осуществлять текущее изучение ее эффективности;

Количество часов – 4 часа

ВИДЫ РАБОТ

Задание. Разработка концепции по теме «Стратегии продвижения в одной социальной сети для локального бизнеса»

Исходные данные:

Выберите **ОДИН** бизнес и **ОДНУ** основную социальную сеть для продвижения.

Бизнес (на выбор):

1. **«Багетная мастерская»** (изготавливает рамки для картин и фотографий).
2. **«Спорт-бар»** (трансляции матчей, крафтовое пиво, закуски).
3. **«IT-курсы для подростков»** (обучение программированию и дизайну).

Социальная сеть (на выбор): Instagram или **VK**.

Задачи и хронометраж (План работы на 4 часа):

1. Анализ и цель (45 минут)

• **Целевая аудитория:** Опишите кратко 2 основных типа клиентов для этого бизнеса. (Например, для багетной мастерской: «Молодые дизайнеры, 25-35 лет» и «Люди старшего поколения, которые хотят оформить семейные фото»).

• **Цель в соцсети:** Сформулируйте **одну** четкую цель на первый месяц. Цель должна быть измеримой.

Пример: «Увеличить количество подписчиков с 0 до 300» или «Получить 10 заявок в директ на расчет стоимости».

2. Контент-стратегия (1,5 часа)

• **Основная тема:** Придумайте и обоснуйте одну главную тему для контента, которая будет интересна вашей аудитории.

Пример для спорт-бара: «Тусовка для настоящих болельщиков».

• **Рубрики:** Придумайте 3 постоянные рубрики для контента.
Пример для IT-курсов: 1) «Успехи наших учеников», 2) «Разбор IT-профессий», 3) «Полезный лайфхак по Python».

• **Форматы:** Определите, какие форматы контента вы будете использовать (например: фото, сторис, Reels, опросы, прямые эфиры). Выберите 2 основных.

3. Практическое задание: Контент-план на 3 дня (1 час)

Заполните таблицу. Распишите посты на 3 дня.

День	Тема и описание поста (1-2 предложения)	Формат	Призыв к действию (CTA)
1			
2			
3			

Пример для первого дня багетной мастерской:

• **Тема:** «Как выбрать багет для классической картины?»

• **Формат:** Фото-карусель с примерами.

• **CTA:** «Покажите в комментариях картину, которую хотите оформить!»

4. Оформление и итоги (45 минут)

• Оформите все ответы в виде 6 слайдов презентации или в документе Word/Google Docs.

• На последнем слайде/странице напишите, какой **один шаг** вы сделаете в первую очередь для запуска этой стратегии.

Структура презентации/отчета (6 слайдов/страниц):

1.**Слайд 1:** Титульный. Бизнес, соцсеть, ФИО.

2.**Слайд 2:** Анализ. Целевая аудитория и цель.

3.**Слайд 3:** Стратегия. Главная тема и 3 рубрики.

4.**Слайд 4:** Контент-план. Таблица на 3 дня.

5.**Слайд 5:** Визуальный пример. Опишите или набросайте схематично, как будет выглядеть ОДИН из постов.

6.**Слайд 6:** Первый шаг для запуска.

Критерии оценки за 4 часа:

Скорость и выполнение в срок (20%): Работа сдана в течение 4 часов, все задачи выполнены.

Релевантность (40%): Контент и рубрики действительно подходят для выбранного бизнеса и его аудитории.

Практическая польза (30%): План можно использовать для реального запуска.

Оформление (10%): Информация представлена четко и структурированно.

Содержание самостоятельной работы по

теме 1.4. Виды и технологии цифровых коммуникаций

Цель: для закрепления знаний

$З_1$ - специфику механизма торговых марок, бренда;

$З_2$ - новейший опыт (как зарубежный, так и отечественный) формирования и продвижения бренда с помощью цифровых технологий;

и формирования умений

$У_1$ – разрабатывать стратегию и выбирать площадку для рекламной кампании в Интернете;

$У_2$ - планировать контекстную рекламную кампанию в плане выбора первоначальных настроек;

$У_3$ - запускать кампанию в интернете и осуществлять текущее изучение ее эффективности;

Количество часов – 6 часов

ВИДЫ РАБОТ

Задание. Проанализировать цифровые коммуникации реального бренда и разработать предложения по оптимизации его digital-стратегии

Ход работы:

Этап 1. Выбор и анализ бренда

Выберите ОДИН известный бренд из списка:

- СберМаркет (доставка продуктов)
- Gloria Jeans (одежда)
- KFC (рестораны быстрого питания)
- МТС (телекоммуникации)

Задание:

1.Изучите присутствие бренда в digital-пространстве

2.Составьте таблицу используемых видов коммуникаций:

Вид коммуникации	**Примеры использования**	**Эффективность (1-5 баллов)**
Веб-сайт		
Социальные сети		
Email-рассылки		
Мессенджеры		

Вид коммуникации	Примеры использования	Эффективность (1-5 баллов)
Мобильное приложение		
Контекстная реклама		

Этап 2. Глубокий анализ технологий

Задание: Выберите 2 технологии, которые бренд использует наиболее активно, и проанализируйте:

Для социальных сетей:

- Какие платформы использует бренд?
- Какой контент преобладает (образовательный, развлекательный, продающий)?
- Использует ли бренд технологии таргетинга и ретаргетинга?
- Есть ли использование AI-технологий в контенте?

Для мобильных технологий:

- Функционал мобильного приложения
- Использование push-уведомлений
- Технологии геолокации
- Персонализация предложений

Этап 3. Разработка предложений

Задание: На основе анализа разработайте 3 конкретных предложения по улучшению цифровых коммуникаций бренда:

1.**Предложение по новому каналу коммуникации**

- Обоснуйте выбор канала
- Опишите целевую аудиторию
- Предложите формат контента

2.**Предложение по улучшению существующего канала**

- Выберите самый слабый канал из этапа 1
- Предложите 2-3 конкретных улучшения
- Опишите ожидаемый эффект

3.**Предложение по внедрению новой технологии**

- Выберите одну перспективную технологию (чат-боты, VR/AR, интерактивный контент и т.д.)
- Опишите сценарий использования
- Оцените потенциальную эффективность

Этап 4. Оформление отчета

Структура отчета:

1.Титульный лист
2.Введение (актуальность, цель)
3.Аналитическая часть (таблицы и выводы из этапов 1-2)
4.Практические предложения (этап 3)
5.Заключение (основные выводы)
6.Список использованных источников

Критерии оценки:

Критерий	Баллы	Описание
Полнота анализа	25	Глубина исследования всех каналов коммуникаций
Качество аналитических выводов	25	Логичность и обоснованность выводов
Практическая ценность предложений	30	Реализуемость и потенциальная эффективность предложений
Оформление работы	20	Структура, грамотность, визуальное представление

Рекомендуемые источники:

1.Digital-отчеты агентства Mediascope
2.Блог Exchange.agency
3.Кейсы на Rusbase.com
4.Официальные аккаунты выбранных брендов в соцсетях

Примечание: Работа должна быть выполнена самостоятельно. Все заимствования должны сопровождаться ссылками на источники.

Пример выполнения части задания:

Для этапа 1 (СберМаркет):

- Веб-сайт: онлайн-заказы, блог с рецептами - 5 баллов
- Социальные сети: Instagram (кулинарные видео), VK (акции) - 4 балла
- Мессенджеры: Telegram-бот для заказов - 4 балла

Подготовка к практическому занятию (семинар)

по теме «Спам в сети Интернет»

Количество часов – 6 часов

ВИДЫ РАБОТ

Часть 1: Теоретический анализ (Письменно, в свободной форме, 1-1.5 стр.)
Проанализируйте тему спама, ответив на следующие ключевые вопросы:

1. Дайте свое определение интернет-спама. Чем он принципиально отличается от легитимной рекламы и информационных рассылок? Каковы его основные цели?
2. Классификация и эволюция. Составьте краткую классификацию видов спама (например, по каналам распространения: email-спам, спам в соцсетях, комментарийный спам, SEO-спам и т.д.). Как менялись тактики спамеров за последние 5-7 лет?
3. Цена спама. Проанализируйте негативные последствия спама для трех сторон:
    - Для пользователя (потребителя).
    - Для бизнеса и бренда (включая репутационные риски).
    - Для рекламной индустрии в целом (доверие к цифровой рекладе).

Часть 2: Практическое исследование
Проведите мини-исследование "в полях" и будьте готовы представить свои находки и выводы.
Задача: "Охотник за спамом"

1. Сбор "улик": В течение 2-3 дней целенаправленно ищите примеры спама в разных каналах:
    - Email: Найдите в папке "Спам" 2-3 характерных примера.
    - Социальные сети (ВК, Instagram, Telegram и т.д.): Найдите примеры спам-комментариев, сообщений от ботов, навязчивой рекламы в личных сообщениях.
    - Поисковые системы (Яндекс, Google): Попробуйте найти примеры "сайтов-сателлитов" или страниц с неестественным скоплением ключевых слов (можно поискать по запросам из сферы с высокой конкурентностью, например, "займы онлайн", "лечение за границей").
    - Мессенджеры (WhatsApp, Viber): Обратите внимание на рассылки от незнакомых номеров.
2. Анализ находок: Для 3-4 самых ярких примеров проанализируйте:
    - Канал распространения.
    - Цель сообщения (что продают, на что мотивируют?).

- Признаки спама (какие конкретные техники и триггеры использовались: срочность, агрессивный призыв к действию, грамматические ошибки, подозрительные ссылки?).
- Ваша личная реакция (вызвало ли раздражение, доверие, безразличие?).

Часть 3: Профессиональный кейс (Основная дискуссия на семинаре)

Ситуация: Вы — junior-специалист в рекламном агентстве. К вам обратился клиент — небольшой интернет-магазин кофе. Владелец магазина жалуется на низкую открываемость писем в его рассылке и низкую конверсию. Он предлагает "купить базу email-адресов" и "начать массово рассылать предложения", так как, по его мнению, "это сработало у его знакомого".
Ваша задача — подготовить аргументированную консультацию для клиента.

Подготовьте развернутый ответ, который должен включать:

1. Объяснение рисков "грязного" маркетинга:
   - Почему покупка баз — это плохая идея с юридической (ФЗ-152 "О персональных данных") и репутационной точек зрения?
   - Чем грозят жалобы на спам (блокировка почтового сервиса, попадание в черные списки, испорченная репутация бренда)?
2. Альтернативное предложение — "Антиспам-стратегия":
   - Предложите 3-4 конкретных шага, как легально и эффективно собрать свою базу подписчиков (например, попап-формы на сайте с предложением скидки, лид-магниты (полезный контент), конкурсы в соцсетях).
   - Дайте 2-3 совета по повышению вовлеченности в существующей рассылке (персонализация, сегментация, ценность контента, A/B-тестирование заголовков).

Критерии оценки:

- Глубина анализа в теоретической части и понимание различий между спамом и рекламой.
- Качество практического исследования — наглядность и анализ подобранных примеров.
- Аргументированность и профессионализм в решении кейса, умение донести этичные и легальные принципы работы до клиента.
- Активность и конструктивность участия в дискуссии на семинаре.

Рекомендуемые ресурсы:

- Статья 18 ФЗ-149 "Об информации, информационных технологиях и о защите информации" (о запрете спама).
- Политика против спама Google и Яндекс.
- Статьи на маркетинговых порталах (например, Cossa.ru, TexTerra) на тему "email-маркетинг без спама".

Подготовка к промежуточной аттестации (экзамен)

Перечень экзаменационных вопросов

Проверь себя!!!

1. Дайте определение цифровых коммуникаций. Опишите их ключевые отличия от традиционных инструментов маркетинга.
2. Что такое воронка продаж (маркетинговая воронка)? Опишите, какие каналы и инструменты цифровых коммуникаций наиболее эффективны на каждом ее этапе.
3. Раскройте суть концепции Customer Journey Map (Карта пути клиента). Как она используется для планирования цифровой коммуникационной стратегии?
4. Что такое SMM (Social Media Marketing)? Перечислите его цели и задачи в рамках комплексной рекламной кампании.
5. Объясните, что включает в себя понятие Digital-стратегия. Какие ключевые разделы должны в нее входить?
6. Опишите модель AIDA и ее современные модификации (например, AIDAS, ACA). Приведите примеры применения модели для планирования контента в социальных сетях.
7. Сравните посадочную страницу (Landing Page) и корпоративный сайт. Цели, задачи и ключевые элементы каждого инструмента.
8. Что такое SEO (Search Engine Optimization)? Опишите основные группы факторов, влияющих на ранжирование сайта в поисковых системах (внутренние, внешние, поведенческие).
9. Раскройте понятия "контекстная реклама" и PPC (Pay-Per-Click). Опишите структуру рекламной кампании в Яндекс.Директ или Google Ads.
10. Что такое UX/UI-дизайн и как он влияет на эффективность веб-ресурсов с точки зрения цифровых коммуникаций?
11. Дайте определение CTA (Call-to-Action). Какие виды призывов к действию вы знаете и от чего зависит их эффективность?
12. Что такое контент-маркетинг? Опишите основные форматы контента (blog-post, лонгрид, инфографика, кейс) и цели их использования.
13. Раскройте понятие "редакционный план (контент-план)" для социальных сетей. Из каких этапов состоит его разработка?
14. Опишите email-маркетинг как инструмент цифровых коммуникаций. Какие типы email-рассылок вы знаете (триггерные, транзакционные, новостные)?
15. Назовите ключевые метрики эффективности для email-рассылок (открываемость, CTR, конверсия) и факторы, которые на них влияют.
16. Что такое "контент-стратегия" и чем она отличается от простого планирования контента?
17. Проведите сравнительный анализ двух социальных сетей на выбор (например, ВКонтакте vs Instagram, или TikTok vs YouTube). Целевые аудитории, специфика контента и рекламные возможности.
18. Опишите виды рекламы в социальных сетях (SMM). Что такое таргетированная реклама, и по каким параметрам она настраивается?

19. Что такое UGC (User Generated Content) и как его можно использовать в коммуникациях бренда? Приведите примеры.
20. Раскройте роль мессенджеров (Telegram, WhatsApp, Viber) в современной системе цифровых коммуникаций. Какие инструменты для бизнеса в них представлены?
21. Что такое "комьюнити-менеджмент"? Опишите задачи комьюнити-менеджера и его роль в построении лояльности к бренду.
22. Что такое KPI в цифровом маркетинге? Приведите примеры KPI для разных каналов (соцсети, сайт, email).
23. Опишите систему веб-аналитики (например, Яндекс.Метрика или Google Analytics). Какие ключевые отчеты и метрики необходимы для оценки эффективности коммуникаций?
24. Что такое ROI (Return on Investment) и как он рассчитывается? Почему это ключевой показатель для рекламодателя?
25. Назовите основные этические проблемы и "раздражители" в цифровых коммуникациях (спам, кликбейт, нарушение приватности). Как их избежать?
26. Каковы основные положения законодательства РФ, регулирующие цифровые коммуникации (закон "О рекламе", закон "О персональных данных")?

ЛИТЕРАТУРА

Учебная литература

1. Боресков, А. В. Компьютерная графика : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. В. Боресков, Е. В. Шикин. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 219 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11630-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/518504 (дата обращения: 20.03.2024).

2. Домнин В. Н. Брендинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. Н. Домнин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 493 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13727-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/519431 (дата обращения: 20.03.2024).

3. *Жильцова, О. Н.* Рекламная деятельность : учебник и практикум для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 233 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9889-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/511937 (дата обращения: 20.03.2024).

4. Колошкина И. Е. Компьютерная графика : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. Е. Колошкина, В. А. Селезнев, С. А. Дмитроченко. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 233 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15862-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/510043 (дата обращения: 20.03.2024).

5. *Синяева, И. М.* Основы рекламы : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 552 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15083-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/511938 (дата обращения: 20.03.2024).

6. Трищенко Д. А. Техника и технологии рекламного видео : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Д. А. Трищенко. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 177 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12575-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/518451 (дата обращения: 20.03.2024).

Дополнительная литература:

Зельдович, Б. З. Медиаменеджмент : учебник для вузов / Б. З. Зельдович. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 293 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11729-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/542662 (дата обращения: 20.03.2024).

Морозова, Н. С. Менеджмент, маркетинг и реклама гостиничного предприятия : учебник для среднего профессионального образования / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 192 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-

15264-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/544660 (дата обращения: 20.03.2024)

Электронные образовательные ресурсы:

Сайты, блоги, электронные библиотеки

1. Официальный сайт журнала Индустрия рекламы. Сайт. [Электронный ресурс]. URL: http://www.ir-magazine.ru

2. Официальный сайт журнала Практики рекламы. [Электронный ресурс]. URL: http://www.prosmi.ru/magazine/practic

3. Официальный сайт журнала Рекламные идеи. [Электронный ресурс]. URL: http://www.advi.ru

4. Журнал «Реклама. Теория и практика». [Электронный ресурс]. URL: http://www.vsetrening.ru/magazine/grebennikov-advertising-practice/

5. Справочник от автор24. Маркетинговые исследования в рекламе [Электронный ресурс]. URL: Маркетинговые исследования в рекламе

6. Анализ рекламы: инструкция, как анализировать рекламу с примерами [Электронный ресурс]. URL: Анализ рекламы: инструкция, как анализировать рекламу с примерами

7. Рекламное агентство «Смарт Медиа» Электронный ресурс]. URL: http://www.rve.ru/

8. Рекламные щиты и билборды в России Электронный ресурс]. URL: http://mediacatalog.ru/

Дополнительная электронная литература/учебные пособия, материалы, статьи

1. Новикова К. В. Интернет-маркетинг и электронная коммерция: учеб.-метод. пособие / К. В. Новикова, А. С. Старатович, Э. А. Медведева; Перм. гос. нац. исслед. ун-т. – Пермь, 2013. – 78 с. [Электронный ресурс]. URL: uchebno_metodicheskoe-posobie.-internet_marketing-i-elektronnaya-kommertsiya.pdf

2. Кульпин, С. В. Структура и содержание интернет-маркетинга : учебное пособие / С. В. Кульпин ; [под ред. Е. В. Попова] ; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Уральский федеральный университет. — Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2020. — 100 с. ил. — Библиогр.: с. 94. — 100 экз. [Электронный ресурс]. URL: 77_Кульпин_Структура и содержание интернет-маркетинга.cdr

3. Колобанов, Н. Н. Продвижение бренда в digital-сфере / Н. Н. Колобанов. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. — 2021. — № 4 (346). — С. 252-254. — [Электронный ресурс]. URL: https://moluch.ru/archive/346/77986/

Видеоматериалы/ виртуальные музеи/интерактивные презентации

1. Защита бренда в поисковом маркетинге [Электронный ресурс]. URL: Защита бренда в поисковой рекламе. Robuscan – сервис независимого мониторинга брендовой выдачи.

Тренажеры/ тесты/ кейсы/ материал для практикума/ бесплатные онлайн курсы

1. Как продвигать бренд в интернете — вебинар [Электронный ресурс]. URL: Как продвигать бренд в интернете — вебинар

Инструменты цифровой коммуникации в Интернет среде

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
по выполнению самостоятельной работы
для специальности 42.02.01 Реклама

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

Технология выполнения работ

по профессии 20032 Агент рекламный

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
по выполнению самостоятельной работы
для специальности 42.02.01 Реклама

Якутск, 2024

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г.)

Методические указания составлены в соответствии с рабочей программой по профессиональному модулю ПМ.03. Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий

Разработчик: АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»

Составитель:
Чиннова В.С., преподаватель

1. Пояснительная записка

Самостоятельная работа студентов является одной из форм работы по междисциплинарному курсу МДК.03.02 Технология выполнения работ по профессии 20032 Агент рекламный.

МДК.03.02 Технология выполнения работ по профессии 20032 Агент рекламный является частью обязательного профессионального модуля ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий и изучается в течение одного семестра.

В результате освоения дисциплины обучающийся **должен**

знать:

$З_1$ - специфику механизма торговых марок, бренда;

$З_2$ - новейший опыт (как зарубежный, так и отечественный) формирования и продвижения бренда с помощью цифровых технологий.

уметь:

$У_1$ – разрабатывать стратегию и выбирать площадку для рекламной кампании в Интернете;

$У_2$ - планировать контекстную рекламную кампанию в плане выбора первоначальных настроек;

$У_3$ - запускать кампанию в интернете и осуществлять текущее изучение ее эффективности;

С целью овладения профессиональными компетенциями (ПК):

ПК 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.

ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.

ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.

и **общими компетенциями (ОК)**:

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.

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

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

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.

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

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

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

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

Самостоятельная работа направлена на закрепление знаний и умений по междисциплинарному курсу.

Содержание самостоятельной работы по

теме 1.5. Составление контекстно-медийного плана продвижения

Цель: для закрепления знаний

$З_1$ - специфику механизма торговых марок, бренда;

$З_2$ - новейший опыт (как зарубежный, так и отечественный) формирования и продвижения бренда с помощью цифровых технологий;

и формирования умений

$У_1$ – разрабатывать стратегию и выбирать площадку для рекламной кампании в Интернете;

$У_2$ - планировать контекстную рекламную кампанию в плане выбора первоначальных настроек;

$У_3$ - запускать кампанию в интернете и осуществлять текущее изучение ее эффективности;

Количество часов – 2 часа

ВИДЫ РАБОТ

Задание. Оценка качества рекламных текстов и уровня ее эффективности (на примере некоторых маркетинговых сайтов)

ШАГ 1: Подготовительный этап

1.**Теоретическая база:** Повторите основные понятия:

- Что такое рекламный текст (его цели, структура AIDA/PFM).
- Критерии качества рекламного текста: убедительность, ясность, релевантность, уникальность, наличие УТП (Уникального Торгового Предложения).
- Понятия эффективности рекламы: конверсия, CTR, вовлеченность, лояльность.
- Основы SEO-копирайтинга (ключевые слова, мета-теги).

2.**Выбор объектов для анализа:** Подберите 2-3 маркетинговых сайта для сравнения.

- **Рекомендация:** Выберите сайты из одной или смежных ниш (например, 3 интернет-магазина одежды, 2 сервиса по доставке еды, 2 сайта по подбору туров). Это сделает сравнение более наглядным.
- **Пример:** Wildberries, Lamoda, Brandshop (все — продажа одежды/обуви).

3.**Определение целевой аудитории (ЦА) и целей текстов:** Для каждого сайта кратко опишите:

- Кто их целевая аудитория? (пол, возраст, интересы, боли).
- Какова основная цель главной страницы, страницы категории и страницы товара? (информировать, побудить к покупке, подписаться на рассылку и т.д.).

ШАГ 2: Разработка чек-листа для анализа

Создайте таблицу с критериями оценки. Это основа вашего анализа.

Критерий оценки	Вопросы для анализа	Балл (1-5) / Примечания
1. Структура и подача	Текст легко читается? Есть ли списки, подзаголовки, абзацы? Информация хорошо структурирована?	
2. Заголовок (H1)	Он привлекает внимание? Передает главное преимущество? Содержит ключевое слово?	
3. УТП (Уникальное Торговое Предложение)	Четко видно, чем товар/услуга лучше аналогов? Что делает предложение уникальным?	
4. Выгоды для клиента	Текст говорит о выгодах («Вы сэкономите время») или только о свойствах («У нас быстрая доставка»)?	
5. Призыв к действию (CTA)	Есть ли четкий CTA («Купить», «Заказать», «Узнать больше»)? Он мотивирующий и визуально выделен?	
6. Язык и стиль	Текст написан простым и понятным языком? Соответствует ли он стилю бренда и ЦА? Нет ли канцеляризмов и воды?	
7. SEO-оптимизация	Проработаны ли мета-теги (Title, Description)? В тексте есть релевантные ключевые слова?	
8. Доверие	Есть ли элементы, повышающие доверие: отзывы, сертификаты, гарантии, примеры работ?	
9. Работа с возражениями	Учитывает текст возможные возражения клиента (цена, доставка, качество)?	

ШАГ 3: Практический анализ сайтов

Проведите анализ каждого из выбранных сайтов, последовательно заполняя свой чек-лист.

1.**Анализ главной страницы:**

- Оцените основной заголовок (H1). Что он сообщает посетителю?
- Найдите УТП. Сразу ли понятно, что предлагает компания?
- Проанализируйте призывы к действию. Куда они ведут?
- Оцените общее впечатление от текста: вызывает ли он доверие и желание изучить сайт дальше?

2.**Анализ страницы категории/услуги:**

- Насколько текст помогает в навигации и принятии решения?
- Есть ли описания категорий, которые помогают с выбором?

3.**Анализ страницы товара (или конкретной услуги):**

- Это самый важный этап. Проанализируйте:
- **Заголовок товара:** Информативный? Содержит ключевые слова?
- **Описание:** Подробное? Убедительное? Описывает выгоды? Использует PFM (Properties-Features-Merits — Свойства-Функции-Выгоды)?
- **Призыв к действию:** Кнопка «В корзину» или «Купить» выделена?

- **Элементы доверия:** Наличие отзывов, фото, видеообзоров.

ШАГ 4: Сравнительный анализ и оценка эффективности

1.**Сравните результаты:** Сопоставьте оценки из ваших чек-листов по всем сайтам.

- Какой сайт имеет самые сильные тексты? Почему?
- Какой сайт — самые слабые? В чем их главные ошибки?
- Выделите общие тенденции (например, во всех проанализированных сайтах слабое УТП).

2.**Оценка потенциальной эффективности (косвенная):** Поскольку у вас нет доступа к реальной статистике, дайте экспертную оценку.

- На основе анализа текстов, предположите, какой сайт, по вашему мнению, будет иметь более высокую конверсию. Обоснуйте, почему.
- Какие тексты лучше запоминаются и сильнее мотивируют к действию?

ШАГ 5: Формулировка выводов и рекомендаций

1.**Выводы:** Сделайте общие выводы по проделанной работе.

- Каков средний уровень качества рекламных текстов в выбранной нише?
- Какие критерии чаще всего нарушаются?
- Что является самым сильным местом в проанализированных текстах?

2.**Рекомендации:** Для каждого проанализированного сайта (особенно для самого слабого) дайте 2-3 конкретных рекомендации по улучшению их рекламных текстов.

Пример: «Для сайта "N" рекомендую переписать заголовок на главной странице, сделав акцент на УТП "Самая быстрая доставка в городе", а также добавить в описание товаров блок "Как это решит вашу проблему?"».

ШАГ 6: Оформление результатов

Оформите работу в соответствии с требованиями преподавателя. Это может быть:

- **Письменный отчет** со структурой:

Введение -> Теоретическая часть -> Методика анализа -> Анализ сайтов (с скриншотами) -> Сравнительная таблица -> Выводы и рекомендации -> Заключение.

- **Презентация (PowerPoint/Canva):**

Каждый слайд — это этап работы. Акцент на визуализации: скриншоты, диаграммы сравнения, инфографика с выводами.

Содержание самостоятельной работы по

теме 2.2. Организация работ по привлечению трафика на площадки и конверсии его в целевые действия в интернет-маркетинге

Цель: для закрепления знаний

$З_1$ - специфику механизма торговых марок, бренда;

$З_2$ - новейший опыт (как зарубежный, так и отечественный) формирования и продвижения бренда с помощью цифровых технологий;

и формирования умений

$У_1$ – разрабатывать стратегию и выбирать площадку для рекламной кампании в Интернете;

$У_2$ - планировать контекстную рекламную кампанию в плане выбора первоначальных настроек;

$У_3$ - запускать кампанию в интернете и осуществлять текущее изучение ее эффективности;

Количество часов – 4 часа

ВИДЫ РАБОТ

Задание. Расчёт коэффициентов рентабельности инвестиций, показателей доходности и убыточности для выбранной рекламной кампании (на примере одного из Интернет-магазинов)

ШАГ 1: Подготовка и теоретическая база

1.**Изучите ключевые понятия:**

- **ROMI (Return on Marketing Investment) / ROI (Return on Investment)** — рентабельность инвестиций в маркетинг.
- **Доход (Revenue)** — общая выручка от кампании.
- **Затраты (Cost)** — бюджет кампании.
- **Прибыль (Profit)** = Доход - Затраты.
- **CPC (Cost Per Click)** — стоимость клика.
- **CPS (Cost Per Sale)** — стоимость заказа/покупки.
- **CR (Conversion Rate)** — конверсия из клика в покупку.
- **Убыточность** — отрицательное значение прибыли и ROMI.

2.**Определите объект исследования:** Выберите конкретную рекламную кампанию интернет-магазина.

- **Варианты:**
  - *Реальная кампания:* Если есть доступ к данным (например, через стажировку).
  - *Учебный кейс:* Возьмите за основу публичный кейс компании (например, с сайтов Cossa.ru, ТехTerra и др.).
  - *Условный пример:* Смоделируйте кампанию самостоятельно, используя реалистичные данные.

3.**Сформулируйте гипотезу:** Какой результат вы ожидаете увидеть? Например: *«Предполагается, что кампания в Instagram покажет ROMI выше 150% благодаря точному таргетингу на целевую аудиторию»*.

ШАГ 2: Сбор исходных данных

Соберите или смоделируйте следующие данные по выбранной кампании за определенный период (например, 1 месяц):

Показатель	Обозначение	Пример значения	Ваш случай
1. Бюджет кампании	**B**	50 000 руб.	
2. Количество кликов	**Clicks**	10 000	
3. Количество заказов (продаж)	**Orders**	150	
4. Общий доход с продаж	**R**	300 000 руб.	
5. Себестоимость товаров/логистика	**COGS**	120 000 руб.	
6. Валовая прибыль	**GP = R - COGS**	180 000 руб.	

ШАГ 3: Расчет ключевых показателей эффективности (КПЭ)

Рассчитайте показатели по формулам. **Рекомендуется оформить это в виде таблицы в Excel.**

Показатель	Формула для расчета	Пример расчета (на основе данных выше)	Результат
1. Стоимость клика (CPC)	CPC = B / Clicks	50 000 / 10 000	5 руб.
2. Конверсия (CR)	CR = (Orders / Clicks) * 100%	(150 / 10 000) * 100%	1.5%
3. Стоимость заказа (CPS)	CPS = B / Orders	50 000 / 150	333,33 руб.
4. Валовая прибыль	GP = R - COGS	300 000 - 120 000	180 000 руб.
5. Чистая прибыль от кампании	NP = GP - B	180 000 - 50 000	130 000 руб.
6. Рентабельность инвестиций (ROMI), классическая	ROMI = (NP / B) * 100%	(130 000 / 50 000) * 100%	260%
7. ROMI через валовую прибыль	ROMI = ((R - COGS - B) / B) * 100%	((300k - 120k - 50k) / 50k) * 100%	260%
8. Коэффициент ROI	ROI = NP / B	130 000 / 50 000	2.6

Важно:

• **ROMI в процентах** показывает, сколько копеек прибыли принес каждый вложенный рубль. ROMI 260% означает, что на 1 рубль затрат мы получили 2.6 рубля прибыли.

• **ROI (коэффициент)** показывает, во сколько раз прибыль превысила затраты. ROI = 2.6 означает, что затраты окупились в 2.6 раза.

ШАГ 4: Анализ полученных результатов и выводы

1.**Интерпретация ROMI/ROI:**

o **ROMI > 0%** (или **ROI > 0**): Кампания **рентабельна**. Чем выше показатель, тем она успешнее.

o **ROMI = 0%** (или **ROI = 0**): Кампания окупила затраты, но не принесла прибыли (**точка безубыточности**).

o **ROMI < 0%** (или **ROI < 0**): Кампания **убыточна**. Затраты превысили доход.

2.**Анализ по другим метрикам:**

o Проанализируйте CPC, CR и CPS. Низкая конверсия (CR) при высоком CPC может быть причиной убыточности.

o Сравните CPS и средний чек. Если стоимость заказа (CPS) близка к среднему чеку или превышает его, кампания неэффективна.

3.**Сформулируйте выводы:** Дайте развернутую оценку кампании на основе расчетов.

Пример вывода для наших данных: «Рекламная кампания показала высокую эффективность. ROMI составил 260%, что означает окупаемость вложений в 2.6 раза. Низкая стоимость клика (5 руб.) и приемлемая конверсия (1.5%) позволили добиться стоимости заказа в 333 руб., что значительно ниже среднего чека (2000 руб.), обеспечив значительную прибыль».

ШАГ 5: Разработка рекомендаций

На основе выводов предложите конкретные действия:

• **Если кампания рентабельна:**

o «Рекомендуется увеличить бюджет кампании для масштабирования положительного результата».

o «Протестировать аналогичные аудитории в других рекламных каналах».

• **Если кампания убыточна:**

o «Необходимо пересмотреть креативы для повышения конверсии (CR)».

o «Рекомендуется ужесточить таргетинг для снижения стоимости клика (CPC)».

o «Предлагается проанализировать воронку продаж на сайте на предмет узких мест».

ШАГ 6: Оформление работы

Оформите результаты в виде отчета со следующей структурой:

1.**Титульный лист.**

2.**Введение:** Актуальность, цель, задачи работы, объект исследования.

3.**Теоретическая часть:** Краткое описание расчетных показателей (ROMI, ROI, CPC, CR и т.д.) и их значения для рекламиста.

4.**Практическая часть:**

- Описание выбранной рекламной кампании (канал, цель, период, гипотеза).
- Таблица с исходными данными.
- Таблица с расчетами всех коэффициентов.

5.**Анализ результатов и выводы:** Интерпретация полученных цифр.

6.**Рекомендации:** Конкретные предложения по оптимизации.

7.**Заключение:** Итоги работы.

8.**Список литературы и источников.**

9.**Приложения** (если есть: скриншоты из рекламного кабинета, графики).

Содержание самостоятельной работы

Подготовка к промежуточной аттестации (экзамен)

Цель: для закрепления знаний

$З_1$ - специфику механизма торговых марок, бренда;

$З_2$ - новейший опыт (как зарубежный, так и отечественный) формирования и продвижения бренда с помощью цифровых технологий;

и формирования умений

$У_1$ – разрабатывать стратегию и выбирать площадку для рекламной кампании в Интернете;

$У_2$ - планировать контекстную рекламную кампанию в плане выбора первоначальных настроек;

$У_3$ - запускать кампанию в интернете и осуществлять текущее изучение ее эффективности;

Количество часов – 6 часов

ВИДЫ РАБОТ

Проверь себя!

Ситуация

Вы — рекламный агент в агентстве «МедиаВзлёт». К вам обратился новый клиент — кофейня «У Арона», которая недавно открылась в центре города. У владельца ограниченный бюджет, но он хочет заявить о себе и привлечь постоянных гостей.

Задача: Вам необходимо разработать для кофейни «У Арона» комплексный рекламный проект на первый месяц продвижения.

Блок 1: Работа с клиентом и анализ ситуации

1.**Составьте краткий бриф-опросник** (5-7 ключевых вопросов), который вы зададите владельцу кофейни на первой встрече, чтобы понять его потребности и возможности.

2.**Проведите SWOT-анализ** кофейни, исходя из следующей информации (дополните недостающие данные своими предположениями):

- **Сильные стороны:** Уникальный сорт кофе из Эфиопии, уютный интерьер, удобное расположение.
- **Слабые стороны:** Неизвестный бренд, небольшая проходимость, нет работающего Wi-Fi.
- **Возможности:** Рядом офисный центр, тренд на кофе «с собой».
- **Угрозы:** Рядом 3 сетевые кофейни.

Блок 2: Разработка рекламного предложения

1.**Сформулируйте УТП (Уникальное Торговое Предложение)** для кофейни «У Арона», которое будет отличать ее от конкурентов.

2.**Определите целевую аудиторию (ЦА).** Опишите 2-3 ключевые портрета ЦА (например, «Офисный работник Анна, 28 лет»).

3.**Разработайте идею рекламной кампании.** Придумайте название и основную креативную идею (например, «Эфиопия в чашке»).

4.**Предложите медиаплан:** Выберите 3-4 рекламных канала (например, таргетированная реклама в Instagram, листовки, сотрудничество с блогерами) и обоснуйте свой выбор для данной ЦА и бюджета.

Блок 3: Создание рекламных материалов

1.**Напишите текст поста для Instagram**, который анонсирует открытие кофейни. Текст должен содержать УТП, выгоду для гостя и призыв к действию (CTA).

2.**Придумайте макет для листовки** (опишите его текстом). Какие ключевые элементы должны быть на листовке? (предложение, акция, контакты, как пройти и т.д.)

3.**Составьте коммерческое предложение для блогера.** Кратко опишите, что вы ему предложите и что попросите взамен.

Блок 4: Расчеты и аргументация

1.**Рассчитайте примерный бюджет** кампании, распределив условные 50 000 рублей между выбранными каналами. Обоснуйте распределение.

2.**Какие ключевые показатели эффективности (KPI)** вы предложите клиенту для оценки успеха кампании через месяц? Назовите 3-4 показателя.

Блок 5: Работа с возражениями

Смоделируйте диалог с клиентом. Ответьте на его возражения:

Возражение 1: «У меня нет таких денег на рекламу! Я и так вас нанял, чтобы вы всё сделали».

Возражение 2: «А вдруг это не сработает? Я уже пробовал давать рекламу в местной газете — ничего не произошло».

Критерии оценки:

Полнота и структурированность ответов: Все блоки выполнены, ответы логично связаны.

Профессиональная грамотность: Использование correct терминов (УТП, ЦА, CTA, KPI, медиаплан).

Креативность и обоснованность решений: Предложения реалистичны, соответствуют бюджету и целевой аудитории.

Практическая применимость: Разработанный план можно реализовать на практике.

Умение аргументировать: Четкое обоснование выбора каналов, KPI и ответов на возражения.

ЛИТЕРАТУРА

Учебная литература

1. Боресков, А. В. Компьютерная графика : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. В. Боресков, Е. В. Шикин. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 219 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11630-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/518504 (дата обращения: 20.03.2024).

2. Домнин В. Н. Брендинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. Н. Домнин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 493 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13727-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/519431 (дата обращения: 20.03.2024).

3. *Жильцова, О. Н.* Рекламная деятельность : учебник и практикум для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 233 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9889-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/511937 (дата обращения: 20.03.2024).

4. Колошкина И. Е. Компьютерная графика : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. Е. Колошкина, В. А. Селезнев, С. А. Дмитроченко. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 233 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15862-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/510043 (дата обращения: 20.03.2024).

5. *Синяева, И. М.* Основы рекламы : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 552 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15083-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/511938 (дата обращения: 20.03.2024).

6. Трищенко Д. А. Техника и технологии рекламного видео : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Д. А. Трищенко. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 177 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12575-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/518451 (дата обращения: 20.03.2024).

Дополнительная литература:

Зельдович, Б. З. Медиаменеджмент : учебник для вузов / Б. З. Зельдович. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 293 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11729-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/542662 (дата обращения: 20.03.2024).

Морозова, Н. С. Менеджмент, маркетинг и реклама гостиничного предприятия : учебник для среднего профессионального образования / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 192 с. — (Профессиональное образование). —

ISBN 978-5-534-15264-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/544660 (дата обращения: 20.03.2024)

Электронные образовательные ресурсы:

Сайты, блоги, электронные библиотеки

1. Официальный сайт журнала Индустрия рекламы. Сайт. [Электронный ресурс]. URL: http://www.ir-magazine.ru

2. Официальный сайт журнала Практики рекламы. [Электронный ресурс]. URL: http://www.prosmi.ru/magazine/practic

3. Официальный сайт журнала Рекламные идеи. [Электронный ресурс]. URL: http://www.advi.ru

4. Журнал «Реклама. Теория и практика». [Электронный ресурс]. URL: http://www.vsetrening.ru/magazine/grebennikov-advertising-practice/

5. Справочник от автор24. Маркетинговые исследования в рекламе [Электронный ресурс]. URL: Маркетинговые исследования в рекламе

6. Анализ рекламы: инструкция, как анализировать рекламу с примерами [Электронный ресурс]. URL: Анализ рекламы: инструкция, как анализировать рекламу с примерами

7. Рекламное агентство «Смарт Медиа» Электронный ресурс]. URL: http://www.rve.ru/

8. Рекламные щиты и билборды в России Электронный ресурс]. URL: http://mediacatalog.ru/

Дополнительная электронная литература/учебные пособия, материалы, статьи

1. Новикова К. В. Интернет-маркетинг и электронная коммерция: учеб.-метод. пособие / К. В. Новикова, А. С. Старатович, Э. А. Медведева; Перм. гос. нац. исслед. ун-т. – Пермь, 2013. – 78 с. [Электронный ресурс]. URL: uchebno_metodicheskoe-posobie.-internet_marketing-i-elektronnaya-kommertsiya.pdf

2. Кульпин, С. В. Структура и содержание интернет-маркетинга : учебное пособие / С. В. Кульпин ; [под ред. Е. В. Попова] ; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Уральский федеральный университет. — Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2020. — 100 с. ил. — Библиогр.: с. 94. — 100 экз. [Электронный ресурс]. URL: 77_Кульпин_Структура и содержание интернет-маркетинга.cdr

3. Колобанов, Н. Н. Продвижение бренда в digital-сфере / Н. Н. Колобанов. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. — 2021. — № 4 (346). — С. 252-254. — [Электронный ресурс]. URL: https://moluch.ru/archive/346/77986/

Видеоматериалы/ виртуальные музеи/интерактивные презентации

1. Защита бренда в поисковом маркетинге [Электронный ресурс]. URL: Защита бренда в поисковой рекламе. Robuscan – сервис независимого мониторинга брендовой выдачи.

Тренажеры/ тесты/ кейсы/ материал для практикума/ бесплатные онлайн курсы

1. Как продвигать бренд в интернете — вебинар [Электронный ресурс]. URL: Как продвигать бренд в интернете — вебинар

Технология выполнения работ

по профессии 20032 Агент рекламный

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
по выполнению самостоятельной работы
для специальности 42.02.01 Реклама

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ «ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г.)

УТВЕРЖДАЮ
Директор АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»
_____ С.Н.Семенов
«15» 04 2024 г.

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

для промежуточной аттестации

по междисциплинарному курсу

МДК.03.01 Инструменты цифровой коммуникации в Интернет среде

для специальности 42.02.01 Реклама

Разработчик:
Чиннова В.С., преподаватель АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»

Якутск, 2024

Пояснительная записка

Оценочные материалы для промежуточной аттестации по междисциплинарному курсу МДК.03.01 Инструменты цифровой коммуникации в Интернет среде предназначены для оценки достижений запланированных результатов по дисциплине, общих и профессиональных компетенций обучающихся *по специальности 42.02.01 Реклама.*

1. Оценка достижения результатов

В результате освоения междисциплинарного курса МДК.03.01 Инструменты цифровой коммуникации в Интернет среде обучающийся должен

знать:

$З_1$ - специфику механизма торговых марок, бренда;

$З_2$ - новейший опыт (как зарубежный, так и отечественный) формирования и продвижения бренда с помощью цифровых технологий.

уметь:

$У_1$ – разрабатывать стратегию и выбирать площадку для рекламной кампании в Интернете;

$У_2$ - планировать контекстную рекламную кампанию в плане выбора первоначальных настроек;

$У_3$ - запускать кампанию в интернете и осуществлять текущее изучение ее эффективности;

с целью овладения профессиональными компетенциями (ПК):

ПК 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.

ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.

ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.

и **общими компетенциями (ОК)**:

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

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

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

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;

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

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

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

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

2 семестр

Форма промежуточной аттестации – **другие формы контроля**
Вид – рейтинговая система

Оценка выставляется как среднее арифметическое за выполненные практические задания и самостоятельную работу.

3 семестр

Форма промежуточной аттестации – **другие формы контроля**
Вид – рейтинговая система

Оценка выставляется как среднее арифметическое за выполненные практические задания и самостоятельную работу.

4 семестр

Форма промежуточной аттестации – **экзамен**
Вид – Разработка и защита комплексного Digital-проекта

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ

Критерий	Что проверяем	Балл
Стратегическое мышление	Глубина анализа ЦА, обоснованность выбора каналов, соответствие тактик поставленным целям.	0-4
Качество контент-стратегии	Логичность контент-плана, разнообразие и оригинальность контентных идей.	0-3
Практические навыки	Качество визуального исполнения макетов, их соответствие бренду и целям рекламы.	0-3
Эффективность и аналитика	Релевантность предложенных KPI, понимание метрик для оценки эффективности.	0-3
Презентация и защита	Логичность изложения, глубина ответов на вопросы, аргументация решений.	0-3
Оформление проекта	Структурированность, грамотность, визуальная подача материалов.	0-2
	ИТОГО:	**0-18**

Перевод баллов в оценку:

Отлично	Хорошо	Удовлетворительно	Неудовлетворительно
18-16 баллов	13-15 баллов	12-10 баллов	9 и менее баллов

Экзаменационное практическое задание
для промежуточной аттестации
по междисциплинарному курсу
МДК.03.01. Инструменты цифровой коммуникации в Интернет среде

КЕЙС: «ЗАПУСК ЦИФРОВОЙ КОММУНИКАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ ДЛЯ КОФЕЙНИ "URBAN ROAST"

Ситуация: Перед вами стоит задача разработать комплексную цифровую стратегию продвижения для нового крафтового кофеина «Urban Roast» на первые 3 месяца. Целевая аудитория — люди 20-35 лет, ценящие качество кофе, уникальную атмосферу и ведение социально ответственного бизнеса (кофейня использует только биоразлагаемую посуду и работает с местными поставщиками).

Цели проекта:

- Повысить узнаваемость бренда в городе.
- Сформировать лояльное комьюнити.
- Увеличить посещаемость кофейни в первый месяц на 30%.

ЗАДАЧИ ДЛЯ ВЫПОЛНЕНИЯ

ЧАСТЬ 1. РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ (ПИСЬМЕННЫЙ ПРОЕКТ)

1. АУДИТОРНЫЙ И КАНАЛЬНЫЙ АНАЛИЗ
   - Определите портреты 2-3 ключевых сегментов целевой аудитории.
   - Обоснуйте выбор 3 основных цифровых каналов для продвижения (например, Instagram, Telegram, Яндекс.Дзен) и их роль в воронке.
2. КОНТЕНТ-СТРАТЕГИЯ
   - Разработайте контент-план на 2 недели для одного ключевого канала.
   - Опишите 3 основных типа контента (например, образовательный, вовлекающий, имиджевый) и приведите по 1 примеру идеи для каждого.
3. РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИЯ
   - Предложите структуру рекламной кампании в социальных сетях:
     - Кампания на охват (для привлечения новой аудитории).
     - Кампания на вовлечение (для сбора отзывов и участников в акции).
     - Ретаргетинг (для тех, кто уже взаимодействовал с кофейней).
4. КРИТЕРИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ
   - Установите по 2-3 KPI для каждого канала и этапа воронки (узнаваемость, вовлеченность, конверсия).

ЧАСТЬ 2. ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ (РАБОТА В ПРОГРАММАХ)

Создайте макеты для следующих материалов:

1. Промо-пост для запуска кофейни в выбранной социальной сети.
2. Story/Reels с анонсом акции (например, «Приведи друга — получи скидку на кофе»).
3. Баннер для таргетированной рекламы.

Формат: предоставить скриншоты или файлы макетов, созданных в Canva, Figma, Photoshop или другом графическом редакторе.

ЧАСТЬ 3. УСТНАЯ ЗАЩИТА ПРОЕКТА

Будьте готовы ответить на вопросы:

- Почему вы выбрали именно эти каналы и форматы контента?
- Как ваш проект учитывает принципы SMM и SEO?
- Как бы вы изменили стратегию через 3 месяца на основе полученных данных?
- Каков ваш план по работе с негативными отзывами в цифровой среде?

1.2. Оценка освоения компетенций

Оценка освоения ***профессиональных компетенций (ПК)*** осуществляется через проверку знаний и умений, а именно

Результат (профессиональные компетенции)	*Основные показатели*
ПК 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет. ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет. ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях	**знать:** $З_1$ - специфику механизма торговых марок, бренда; $З_2$ - новейший опыт (как зарубежный, так и отечественный) формирования и продвижения бренда с помощью цифровых технологий. **уметь:** $У_1$ – разрабатывать стратегию и выбирать площадку для рекламной кампании в Интернете; $У_2$ - планировать контекстную рекламную кампанию в плане выбора первоначальных настроек; $У_3$ - запускать кампанию в интернете и осуществлять текущее изучение ее эффективности;

Оценка ***общих компетенций (ОК)*** выставляется в результате наблюдения в течение семестра по следующим критериям:

Результат (общие компетенции)	**Основные показатели**
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам	- самостоятельно организует свою деятельность по выданным заданиям - умеет оценить свои возможности для выполнения поставленных целей, задач, заданий
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	- осуществляет поиск информации в сети Интернет и различных электронных носителях - извлекает информацию с электронных носителей - использует средства ИТ для обработки и хранения информации - представляет информацию в различных формах с использованием разнообразного программного обеспечения - создает презентации в различных формах
ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой	- берет на себя ответственность за принятое решение/совершенный поступок - ответственно выполняет разовые/постоянные поручения в группе - может спрогнозировать результат - умеет оценить свои действия, поступки и проанализировать их - знает основную нормативную документацию по предпринимательской деятельности и может ее найти в поисковых системах;

грамотности в различных жизненных ситуациях	- определяет возможности/невозможности предпринимательства той или иной возникшей ситуации - успешно учится, выполняет повседневные поручения/обязанности, связанные с финансами (оплата проезда, покупка продуктов, обеда) - владеет навыками обращения с банковскими картами - действия обучающегося не выходят за рамки правовой сферы
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	- устанавливает позитивный стиль общения - выбирает стиль общения в соответствии с ситуацией - признает чужое мнение - при необходимости отстаивает собственное мнение - принимает критику - ведет деловую беседу в соответствии с этическими нормами - соблюдает официальный стиль при оформлении документов - выполняет письменные и устные рекомендации преподавателя - способен к эмпатии - организует коллективное обсуждение рабочей ситуаци
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	- умеет передавать информацию другому человеку - способен правильно формулировать свои мысли в устной и письменной формах - способен письменно оформлять свои мысли
ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения	- не участвует в запрещенных группировках; - не проводит антироссийскую пропаганду; - уважительно относится к сверстникам, окружающим, старшим и младшим; - не хамит, не грубит - применяет в своем поведении стандарты антикоррупционного поведения
ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;	- поддерживает чистоту в кабинете/лаборатории и на своем рабочем месте - адекватно реагирует на внезапное изменение ситуации (звонок, сирена, сигнал тревоги) - владеет информацией по рациональной организации технологического процесса - знает правила безопасного ведения работ
ОК 08. Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе	- посещает учебные занятия, практику; - отсутствие пропусков по болезни - посещение спортивных секций в колледже и вне (по различным видам спорта)

профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности.	- ведет здоровый образ жизни
ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках [1].	- осуществлять эффективный поиск необходимой информации в российских и зарубежных источниках: нормативно-правовой документации, стандартов, научных публикации, технической документации; - уметь применять лексику и грамматику иностранного языка для перевода текста, содержание которого включает профессиональную лексику; - уметь анализировать, систематизировать и применять в профессиональной деятельности информацию, содержащуюся в документации профессиональной области.

Критерии

2 балла - компетенция проявляется постоянно в полной мере (сформирована полностью);

1 балл - компетенция проявляется иногда или неполностью

0 баллов - компетенция не проявляется (не сформирована).

[1] Выделенное курсивом не формируется в рамках данной дисциплины

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ «ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г.)

УТВЕРЖДАЮ
Директор АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»
_____ С.Н.Семенов
«15» 04 2024 г.

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

для промежуточной аттестации

по междисциплинарному курсу

МДК.03.02 Технология выполнения работ по профессии 20032 Агент рекламный

для специальности 42.02.01 Реклама

Разработчик:
Чиннова В.С., преподаватель АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»

Якутск, 2024

Пояснительная записка

Оценочные материалы для промежуточной аттестации по междисциплинарному курсу МДК.03.02 Технология выполнения работ по профессии 20032 Агент рекламный предназначены для оценки достижений запланированных результатов по дисциплине, общих и профессиональных компетенций обучающихся *по специальности 42.02.01 Реклама.*

1. Оценка достижения результатов

В результате освоения междисциплинарного курса МДК.03.02 Технология выполнения работ по профессии 20032 Агент рекламный обучающийся должен

знать:

$З_1$ - специфику механизма торговых марок, бренда;

$З_2$ - новейший опыт (как зарубежный, так и отечественный) формирования и продвижения бренда с помощью цифровых технологий.

уметь:

$У_1$ – разрабатывать стратегию и выбирать площадку для рекламной кампании в Интернете;

$У_2$ - планировать контекстную рекламную кампанию в плане выбора первоначальных настроек;

$У_3$ - запускать кампанию в интернете и осуществлять текущее изучение ее эффективности;

с целью овладения профессиональными компетенциями (ПК):

ПК 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.

ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.

ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.

и **общими компетенциями (ОК)**:

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

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

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

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;

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

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

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

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

Форма промежуточной аттестации – **экзамен**
Вид – выполнение практического задания.
Время выполнения – не более 4х часов

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ

Критерий	Что проверяем	Балл
1. Знание продукта и аудитории	Понимание специфики издания, его ЦА и умение предложить релевантные рекламные форматы.	0-3
2. Навыки продаж и работы с клиентом	Качество подбора рекламодателей, логика и убедительность тезисов для коммерческого предложения.	0-3
3. Навыки продвижения	Практичность, реализуемость и креативность предложений по продвижению журнала в соцсетях.	0-3
4. Коммуникация и аргументация	Четкость, уверенность и убедительность на устной защите, умение ответить на каверзные вопросы.	0-3
5. Оформление работы	Структура, ясность, грамотность и визуальное представление письменной части.	0-2
	ИТОГО:	**14**

Перевод баллов в оценку:

Отлично	Хорошо	Удовлетворительно	Неудовлетворительно
13-14 баллов	10-12 баллов	7-9 баллов	6 и менее баллов

Экзаменационное практическое задание
для промежуточной аттестации
по междисциплинарному курсу
МДК.03.02 Технология выполнения работ по профессии 20032 Агент рекламный

Ситуация. Вы являетесь рекламным агентом в медиа-агентстве. К вам обратился новый клиент — **интернет-журнал «Городской стиль»**.

О журнале:

Аудитория: мужчины и женщины 25-45 лет, интересующиеся модой, культурой, гастрономией и городскими событиями.

Цель клиента: Увеличить аудиторию издания и повысить продажи медийной рекламы на своем сайте.

Бюджет на продвижение: ограниченный, 150 000 руб.

ЗАДАЧИ ДЛЯ ВЫПОЛНЕНИЯ

Часть 1. Разработка предложения по продвижению (Письменное задание)
Вам необходимо разработать презентацию для клиента (до 5 слайдов) или развернутый план, который включает:

1. **Анализ и предложение по рекламным возможностям:**
    - Опишите, какие рекламные места/форматы вы можете предложить клиенту для продажи на его сайте (например, баннеры, нативная реклама, спецпроекты).
    - *Обоснуйте*, почему эти форматы будут интересны рекламодателям.
2. **План привлечения рекламодателей:**
    - Составьте список из 3-5 гипотетических рекламодателей (брендов), которые идеально подходят для размещения в журнале «Городской стиль». Например, локальные рестораны, бутики одежды, галереи.
    - Для одного выбранного бренда напишите тезисы для холодного звонка/письма, чтобы заинтересовать его в размещении.
3. **План продвижения самого журнала:**
    - Предложите 3 конкретных действия по продвижению журнала «Городской стиль» в социальных сетях, чтобы привлечь новых читателей и, как следствие, сделать издание более привлекательным для рекламодателей. Используйте выделенный бюджет.

Часть 2. Устная защита и ответы на вопросы:

- Почему вы выбрали именно эти рекламные форматы и этих рекламодателей?
- Как вы будете аргументировать цену ваших рекламных предложений?
- Как вы будете работать с возражениями клиента (например: «У нас нет бюджета на рекламу» или «Наша аудитория не подходит для вашего журнала»)?
- Как вы оцените эффективность вашего плана продвижения для журнала? Какие метрики будете отслеживать?

1.2. Оценка освоения компетенций

Оценка освоения ***профессиональных компетенций (ПК)*** осуществляется через проверку знаний и умений, а именно

Результат (профессиональные компетенции)	*Основные показатели*
ПК 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет. ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет. ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях	**знать:** $З_1$ - специфику механизма торговых марок, бренда; $З_2$ - новейший опыт (как зарубежный, так и отечественный) формирования и продвижения бренда с помощью цифровых технологий. **уметь:** $У_1$ – разрабатывать стратегию и выбирать площадку для рекламной кампании в Интернете; $У_2$ - планировать контекстную рекламную кампанию в плане выбора первоначальных настроек; $У_3$ - запускать кампанию в интернете и осуществлять текущее изучение ее эффективности;

Оценка ***общих компетенций (ОК)*** выставляется в результате наблюдения в течение семестра по следующим критериям:

Результат (общие компетенции)	**Основные показатели**
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам	- самостоятельно организует свою деятельность по выданным заданиям - умеет оценить свои возможности для выполнения поставленных целей, задач, заданий
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	- осуществляет поиск информации в сети Интернет и различных электронных носителях - извлекает информацию с электронных носителей - использует средства ИТ для обработки и хранения информации - представляет информацию в различных формах с использованием разнообразного программного обеспечения - создает презентации в различных формах
ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой	- берет на себя ответственность за принятое решение/совершенный поступок - ответственно выполняет разовые/постоянные поручения в группе - может спрогнозировать результат - умеет оценить свои действия, поступки и проанализировать их - знает основную нормативную документацию по предпринимательской деятельности и может ее найти в поисковых системах;

грамотности в различных жизненных ситуациях	- определяет возможности/невозможности предпринимательства той или иной возникшей ситуации - успешно учится, выполняет повседневные поручения/обязанности, связанные с финансами (оплата проезда, покупка продуктов, обеда) - владеет навыками обращения с банковскими картами - действия обучающегося не выходят за рамки правовой сферы
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	- устанавливает позитивный стиль общения - выбирает стиль общения в соответствии с ситуацией - признает чужое мнение - при необходимости отстаивает собственное мнение - принимает критику - ведет деловую беседу в соответствии с этическими нормами - соблюдает официальный стиль при оформлении документов - выполняет письменные и устные рекомендации преподавателя - способен к эмпатии - организует коллективное обсуждение рабочей ситуации
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	- умеет передавать информацию другому человеку - способен правильно формулировать свои мысли в устной и письменной формах - способен письменно оформлять свои мысли
ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения	- не участвует в запрещенных группировках; - не проводит антироссийскую пропаганду; - уважительно относится к сверстникам, окружающим, старшим и младшим; - не хамит, не грубит - применяет в своем поведении стандарты антикоррупционного поведения
ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;	- поддерживает чистоту в кабинете/лаборатории и на своем рабочем месте - адекватно реагирует на внезапное изменение ситуации (звонок, сирена, сигнал тревоги) - владеет информацией по рациональной организации технологического процесса - знает правила безопасного ведения работ
ОК 08. Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе	- посещает учебные занятия, практику; - отсутствие пропусков по болезни - посещение спортивных секций в колледже и вне (по различным видам спорта)

профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности.	- ведет здоровый образ жизни
ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках [1].	- осуществлять эффективный поиск необходимой информации в российских и зарубежных источниках: нормативно-правовой документации, стандартов, научных публикации, технической документации; - уметь применять лексику и грамматику иностранного языка для перевода текста, содержание которого включает профессиональную лексику; - уметь анализировать, систематизировать и применять в профессиональной деятельности информацию, содержащуюся в документации профессиональной области.

Критерии

2 балла - компетенция проявляется постоянно в полной мере (сформирована полностью);

1 балл - компетенция проявляется иногда или неполностью

0 баллов - компетенция не проявляется (не сформирована).

[1] Выделенное курсивом не формируется в рамках данной дисциплины

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г.)

УТВЕРЖДАЮ
Директор АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»
_____ С.Н.Семенов
«15» 04 2024 г.

Оценочные материалы
для промежуточной аттестации
по учебной практике

УП.03. Учебная практика по ПМ.03

для специальности 42.02.01 Реклама

Составил:
Чиннова В.С., преподаватель

Якутск, 2024

Пояснительная записка

Оценочные материалы для промежуточной аттестации по учебной практике УП.03. Учебная практика по ПМ.03 разработаны для оценки запланированных результатов:

- умений,
- практического опыта обучающихся,
- общих (ОК),
- профессиональных компетенций (ПК) *по специальности 42.02.01 Реклама.*

1.1. Оценка освоения результатов учебной практики

Учебная практика является частью профессионального модуля ПМ.03. Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий и проводится концентрировано.

В результате прохождения учебной практики УП.03. Учебная практика по ПМ.03 обучающийся должен

уметь:

$У_1$ – разрабатывать стратегию и выбирать площадку для рекламной кампании в Интернете;

$У_2$ - планировать контекстную рекламную кампанию в плане выбора первоначальных настроек;

$У_3$ - запускать кампанию в интернете и осуществлять текущее изучение ее эффективности;

иметь практический опыт в:

$ПО_1$ - продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий;

$ПО_2$ – разработке рекламных кампаний бренда в сети Интернет;

$ПО_3$ – проведении рекламной кампании инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.

В результате выполнения работ по учебной практике должны быть сформированы **профессиональные компетенции (ПК):**

ПК 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.

ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.

ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.

и **общие компетенции (ОК)**:

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

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

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

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;

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

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

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

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

Форма промежуточной аттестации - **дифференцированный зачет**

Дифференцированный зачет по учебной практике выставляется на основании характеристики профессиональной деятельности студента на практике с указанием видов работ, выполненных обучающимся во время практики, их объема, качества выполнения в соответствии с технологией и аттестационного листа.

1.2. Процедура защиты учебной практики

Защита учебной практики проводится в форме собеседования при наличии:
- выполненных практических заданий во время учебной практики;
- аттестационного листа по учебной практике.

по следующим критериям:

Оценка	Критерии оценивания
«Отлично»	обучающийся выполнил все виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью, на оценку «отлично», овладел практическими умениями или навыками (опытом) и компетенциями в полном объеме. Высокий уровень соблюдения учебной дисциплины. Аттестационный лист на обучающегося содержит итоговую оценку «отлично».
«Хорошо»	обучающийся выполнил все виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью, с незначительными ошибками, овладел практическими умениями или навыками (опытом) и компетенциями в объеме не менее чем на 70 %. Средний уровень соблюдения учебной дисциплины. Аттестационный лист на обучающегося содержит итоговую оценку «хорошо».
«Удовлетворительно»	обучающийся выполнил не все виды работ или все виды работ со значительными нарушениями, овладел практическими умениями или навыками (опытом) и компетенциями в объеме не менее чем на 51%. Низкий уровень соблюдения учебной дисциплины Аттестационный лист на обучающегося содержит итоговую оценку «удовлетворительно».
«Неудовлетворительно»	обучающийся выполнил менее чем 51% виды работ либо выполнял их с грубейшими нарушениями и не овладел профессиональными умениями или навыками (опытом) и компетенциями в объеме, закрепленном рабочей программой практической подготовки. Аттестационный лист составлен на оценку «неудовлетворительно».

Оценка освоения компетенций

Оценка ***общих компетенций (ОК)*** выставляется в результате наблюдения в течение семестра по следующим критериям:

Результат **(общие компетенции)**	**Основные показатели**
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам	- самостоятельно организует свою деятельность по выданным заданиям - умеет оценить свои возможности для выполнения поставленных целей, задач, заданий по дисциплине
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	- осуществляет поиск информации в сети Интернет и различных электронных носителях - извлекает информацию с электронных носителей - использует средства ИТ для обработки и хранения информации - представляет информацию в различных формах с использованием разнообразного программного обеспечения - создает презентации в различных формах
ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую *деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях*[1]	- берет на себя ответственность за принятое решение/совершенный поступок - ответственно выполняет разовые/постоянные поручения в группе - может спрогнозировать результат - умеет оценить свои действия, поступки и проанализировать их - действия обучающихся не выходят за рамки правовой сферы
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	- устанавливает позитивный стиль общения - выбирает стиль общения в соответствии с ситуацией - признает чужое мнение - при необходимости отстаивает собственное мнение - принимает критику - ведет деловую беседу в соответствии с этическими нормами - соблюдает официальный стиль при оформлении документов - выполняет письменные и устные рекомендации преподавателя - способен к эмпатии - организует коллективное обсуждение рабочей ситуации
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей	- умеет передавать информацию другому человеку - способен правильно формулировать свои мысли в устной и письменной формах - способен письменно оформлять свои мысли

[1] *Выделенное курсивом не формируется в рамках данной практики*

социального и культурного контекста	
ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения	- не участвует в запрещенных группировках; - не проводит антироссийскую пропаганду; - уважительно относится к сверстникам, окружающим, старшим и младшим; - не хамит, не грубит - применяет в своем поведении стандарты антикоррупционного поведения
ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях	- поддерживает чистоту в кабинете/лаборатории и на своем рабочем месте - адекватно реагирует на внезапное изменение ситуации (звонок, сирена, сигнал тревоги) - владеет информацией по рациональной организации технологического процесса - знает правила безопасного ведения работ
ОК 08. Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности.	- посещает учебные занятия, практику; - отсутствие пропусков по болезни - посещение спортивных секций в колледже и вне (по различным видам спорта) - ведет здоровый образ жизни
ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном *и иностранном языках*	- осуществлять эффективный поиск необходимой информации в российских и зарубежных источниках: нормативно-правовой документации, стандартов, научных публикации, технической документации; - уметь применять лексику и грамматику иностранного языка для перевода текста, содержание которого включает профессиональную лексику; - уметь анализировать, систематизировать и применять в профессиональной деятельности информацию, содержащуюся в документации профессиональной области.

Критерии

2 балла - компетенция проявляется постоянно в полной мере (сформирована полностью);

1 балл - компетенция проявляется иногда или неполностью (частично сформирована);

0 баллов - компетенция не проявляется (не сформирована).

Приложение 1

Аттестационный лист
по учебной практике

Фамилия, имя, отчество _____

Курс обучения _____ группа _____

Специальность **42.02.01** **Реклама**

Профессиональный модуль **ПМ.03. Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий**

Учебная практика 72 часов **УП.03. Учебная практика по ПМ.03**

Руководитель практики/преподаватель _____

Результат (профессиональные компетенции)	*Основные показатели*	*Результат*
ПК 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.	- проводит анализ целевой аудитории, конкурентов и рынка. - формулирует четкие цели продвижения и ключевые показатели (KPI). - выбирает каналы для продвижения (соцсети, SEO, контекстная реклама) и обосновывает их выбор. - определяет ключевое сообщение и концепцию для продвижения бренда. - оформляет стратегию в виде структурированного документа или презентации	
ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет	- составляет медиаплан с указанием сроков, площадок и бюджета. - разрабатывает креативы для рекламы: тексты, изображения, идеи для постов. - определяет параметры таргетинга для показа рекламы (пол, возраст, интересы). - формирует календарный план-график запуска и проведения кампании	
ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях	- выполняет базовые работы по SEO: оптимизирует заголовки, тексты и метатеги. - создает и настраивает рекламные кампании в системах контекстной и медийной рекламы (Яндекс.Директ, Google Ads). - запускает и ведет рекламу в социальных сетях (ВКонтакте, Instagram и др.). - контролирует ход кампании, отслеживает основные показатели эффективности.	

	- составляет отчет по итогам кампании с выводами и рекомендациями	
	ИТОГО	

Критерии оценивания

2 балла - компетенция проявляется в полной мере (сформирована полностью);
1 балл - компетенция проявляется иногда или не полностью (частично сформирована);
0 баллов - компетенция не проявляется (не сформирована).

Максимальное количество баллов – 6.

Перевод баллов на отметку:

Балл	6	5	4	3 и менее
Отметка	отлично	хорошо	удовлетворительно	неудовлетворительно

Результаты учебной практики _____

Дата «___»_____20___г

Преподаватель _____ _____
(подпись) (ФИО)

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г.)

УТВЕРЖДАЮ
Директор АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»
_____ С.Н.Семенов
«15» 04 2024 г.

Оценочные материалы
для промежуточной аттестации
по производственной практике

ПП.03. Производственная практика по ПМ.03.

для специальности 42.02.01 Реклама

Разработчик: Чиннова В.С., преподаватель

Якутск, 2024

1. Пояснительная записка

Оценочные материалы для промежуточной аттестации по ПП.03. Производственная практика ПМ.03. предназначены для контроля освоения:

- общих (ОК),
- профессиональных компетенций (ПК) и
- приобретения практического опыта обучающихся.

общих и профессиональных компетенций обучающихся по специальности *42.02.01 Реклама.*

1.1. Оценка освоения ПП.03.

В результате прохождения ПП.03. Производственная практика ПМ.03. обучающийся должен показать сформированность общих (ОК) и профессиональных компетенций (ПК) и приобрести практический опыт по ВД *(результаты отражаются в аттестационном листе).*

Общие компетенции (ОК):

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

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

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

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;

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

ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы

бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;

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

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

профессиональные компетенции (ПК):

ПК 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.

ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.

ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.

Приобретение практического опыта **по ВД.03. Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий:**

$ПО_1$ - продвижении торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий;

$ПО_2$ – разработке рекламных кампаний бренда в сети Интернет;

$ПО_3$ – проведении рекламной кампании инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.

Форма промежуточной аттестации является **дифференцированный зачет.**

1.2. Процедура защиты производственной практики

Защита производственной практики проводится в форме собеседования при наличии:

- заполненного дневника по производственной практике (наличие заполненной характеристики, аттестационного листа, подписей ответственного от предприятия, печати предприятия)

- отчета по производственной практике в соответствии с выданным заданием)

по следующим критериям:

Таблица 1 - Критерии оценивания

№ п/п	Наименование	Форма отчета	Балл
1	Сформированность ПК	Наличие отметки в аттестационном листе *высокий уровень – 3* *выше среднего – 2* *средний уровень – 1*	
2	Сформированность ОК	Наличие характеристики в дневнике производственной практики *высокий уровень – 3* *выше среднего – 2* *средний уровень – 1*	
3	Виды работ	Дневник производственной практики *отлично – 3* *хорошо – 2* *удовлетворительно – 1*	
4	Задание по производственной практике	Отчет по производственной практике *отлично – 3* *хорошо – 2* *удовлетворительно – 1*	
		ИТОГО:	

Оценка по ПП.03. выставляется на основании пунктов таблицы 1.

отлично	**хорошо**	**удовлетворительно**
11-12 баллов	8-10 баллов	4-7 баллов

Приложение 1

Аттестационный лист
по производственной практике

Фамилия, имя, отчество

Курс обучения группа
Специальность **42.02.01** **Реклама**
Профессиональный модуль **ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий**
Производственная практика 72 часа **ПП.03. Производственная практика по ПМ.03**

Руководитель практики/преподаватель

Результат (профессиональные компетенции)	*Основные показатели*	*Результат*
ПК 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.	- проводит анализ целевой аудитории, конкурентов и рынка. - формулирует четкие цели продвижения и ключевые показатели (KPI). - выбирает каналы для продвижения (соцсети, SEO, контекстная реклама) и обосновывает их выбор. - определяет ключевое сообщение и концепцию для продвижения бренда. - оформляет стратегию в виде структурированного документа или презентации	
ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет	- составляет медиаплан с указанием сроков, площадок и бюджета. - разрабатывает креативы для рекламы: тексты, изображения, идеи для постов. - определяет параметры таргетинга для показа рекламы (пол, возраст, интересы). - формирует календарный план-график запуска и проведения кампании	
ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях	- выполняет базовые работы по SEO: оптимизирует заголовки, тексты и метатеги. - создает и настраивает рекламные кампании в системах контекстной и медийной рекламы (Яндекс.Директ, Google Ads). - запускает и ведет рекламу в социальных сетях (ВКонтакте, Instagram и др.). - контролирует ход кампании, отслеживает основные показатели эффективности. - составляет отчет по итогам кампании с выводами и рекомендациями	
	ИТОГО	

Критерии оценивания

2 балла - компетенция проявляется в полной мере (сформирована полностью);
1 балл - компетенция проявляется иногда или не полностью (частично сформирована);
0 баллов - компетенция не проявляется (не сформирована).

Максимальное количество баллов – 6.

Перевод баллов на отметку:

Балл	6	5	4	3 и менее
Отметка	отлично	хорошо	удовлетворительно	неудовлетворительно

Результаты производственной практики _____

Дата «___»_____20___г

Преподаватель _____ _____
(подпись) (ФИО)

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г.)

УТВЕРЖДАЮ
Директор АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»
_____ С.Н.Семенов
«15» 04 2024 г.

Оценочные материалы
для промежуточной аттестации
по профессиональному модулю
ПМ.03. Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий

для специальности 42.02.01 Реклама

Разработчик: Чиннова В.С., преподаватель

Якутск, 2024

1. Пояснительная записка

Оценочные материалы для промежуточной аттестации по ПМ.03. Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий предназначены для контроля освоения общих и профессиональных компетенций обучающихся по специальности *42.02.01 Реклама*.

Оценочные материалы разработаны на основе Оценочных материалов демонстрационного экзамена для специальности *42.02.01 Реклама.*

1.1. Оценка освоения ПМ

В результате освоения ПМ.03. Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий обучающийся должен

знать:

$З_1$ - специфику механизма торговых марок, бренда;

$З_2$ - новейший опыт (как зарубежный, так и отечественный) формирования и продвижения бренда с помощью цифровых технологий.

уметь:

$У_1$ – разрабатывать стратегию и выбирать площадку для рекламной кампании в Интернете;

$У_2$ - планировать контекстную рекламную кампанию в плане выбора первоначальных настроек;

$У_3$ - запускать кампанию в интернете и осуществлять текущее изучение ее эффективности;

иметь практический опыт в:

$ПО_1$ - продвижении торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий;

$ПО_2$ – разработке рекламных кампаний бренда в сети Интернет;

$ПО_3$ – проведении рекламной кампании инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимися видом деятельности – **ВД.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий**, в том числе **профессиональными компетенциями (ПК):**

ПК 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.

ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.

ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.

и **общими компетенциями (ОК)**:

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.

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

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

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.

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

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

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

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

Промежуточная аттестация проходит в форме **экзамена**.

Вид – экзамен по профессиональному модулю.

Экзамен проводится по общему для всех заданию.

Экзаменационное задание

для промежуточной аттестации

по ПМ.03. Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий

для специальности 42.02.01 Реклама

Задание. Ознакомьтесь с карточкой клиента (см.ниже).

Для клиента необходимо реализовать продвижение товара или услуги в среде Интернет с учетом пожелания заказчика.

Для этого преобразуйте данные от клиента в таблицу брифа на разработку Интернет рекламы; определите тип рекламной стратегии продвижения для бренда; выделите задачи продвижения объекта рекламирования; выделите/ сформулируйте оффер; составьте текст рекламного характера для продвижения товара/услуги в сети Интернет (социальные сети) не менее 200 символов, проверив его на оригинальность; покажите как будет выглядеть рекламный носитель, используя доступные изображения из свободных источников в Интернет и мокапы для наглядности.

Карточка клиента

Сеть магазинов розничной торговли «Посмотри на солнце» осуществляет деятельность по розничной торговле солнцезащитными очками и аксессуарами. Магазин представлен в городах Краснодар, Геленджик, Новороссийск. Первый и самый крупный магазин расположен в г. Краснодар на улице Красной, д. 65. Магазин пользуется популярностью у местных жителей и у гостей города, в особенности в тёплое время года.

Мы привозим новые и актуальные коллекции очков для мужчин и для женщин, особый акцент делая на женскую аудиторию, которая следит за тенденциями в мире моды, обновляет модели очков к новому сезону. Для мужчин – ориентируемся на стиль, строгие формы и классические модели, качество и узнаваемые бренды, мужчины более консервативные в выборе очков и аксессуаров. Наши клиенты ведут активный образ жизни, много путешествуют, часто бывают на природе или ездят на личном автомобиле, поэтому заинтересованы в нашей продукции.

Ценовая политика наших товаров средняя, а большая часть ассортимента – выше средней. Очки новых коллекций могут стоить от 3000 руб. до 15 000 руб. Прошлогодние коллекции всегда идут со скидками в 30-40%. Наш главный девиз: «Качественные очки – стоят тебя!». Компания стремиться дать своему покупателю качественный, стильный и проверенный аксессуар для защиты

зрения в любое время года. Наш магазин готов предоставить скидку на первую пару солнцезащитных очков пользователям из сообщества «ВКонтакте» в 15%, при условии, что во время покупки они могут показать подписку на своем телефоне. Такая же скидка доступна покупателям, совершающим покупку напрямую из приложения в сообществе социальной сети.

На текущий момент мы хотим, чтобы о нас узнало как можно больше потенциальных клиентов. Мы заинтересованы в развитии своего бренда в сети Интернет, так как с 2020 года ведем продажи как непосредственно в магазине, так и через Интернет (через различные торговые площадки и маркетплейсы). Сейчас у магазина есть небольшое сообщество в социальной сети «ВКонтакте», и мы хотим, чтобы это сообщество приносило новых клиентов. Мы стремимся стать ближе к нашим клиентам, поддерживать с ними дружеский и доверительный характер общения, наша компания предпочитает яркие цвета и броские визуальные решения.

Ждем от Вас варианты и визуализацию рекламных носителей в сети Интернет.

1.2. Сформированность компетенций обучающихся

В результате освоения ПМ.03. обучающийся должен показать также и сформированность общих компетенций (ОК):

Результат (освоенные общие компетенции)	**Основные показатели**
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам	- самостоятельно организует свою деятельность по выданным заданиям - умеет оценить свои возможности для выполнения поставленных целей, задач, заданий
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	- осуществляет поиск информации в сети Интернет и различных электронных носителях - извлекает информацию с электронных носителей - использует средства ИТ для обработки и хранения информации - представляет информацию в различных формах с использованием разнообразного программного обеспечения - создает презентации в различных формах
ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	- берет на себя ответственность за принятое решение/совершенный поступок - ответственно выполняет разовые/постоянные поручения в группе - может спрогнозировать результат - умеет оценить свои действия, поступки и проанализировать их - знает основную нормативную документацию по предпринимательской деятельности и может ее найти в поисковых системах; - определяет возможности/невозможности предпринимательства той или иной возникшей ситуации - успешно учится, выполняет повседневные поручения/обязанности, связанные с финансами (оплата проезда, покупка продуктов, обеда) - владеет навыками обращения с банковскими картами
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	- устанавливает позитивный стиль общения - выбирает стиль общения в соответствии с ситуацией - признает чужое мнение - при необходимости отстаивает собственное мнение - принимает критику - ведет деловую беседу в соответствии с этическими нормами - соблюдает официальный стиль при оформлении документов - выполняет письменные и устные рекомендации преподавателя - способен к эмпатии - организует коллективное обсуждение рабочей ситуации

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	- умеет передавать информацию другому человеку - способен правильно формулировать свои мысли в устной и письменной формах - способен письменно оформлять свои мысли
ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения	- не участвует в запрещенных группировках; - не проводит антироссийскую пропаганду; - уважительно относится к сверстникам, окружающим, старшим и младшим; - не хамит, не грубит - применяет в своем поведении стандарты антикоррупционного поведения
ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;	- поддерживает чистоту в кабинете/лаборатории и на своем рабочем месте - адекватно реагирует на внезапное изменение ситуации (звонок, сирена, сигнал тревоги) - владеет информацией по рациональной организации технологического процесса - знает правила безопасного ведения работ
ОК 08. Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности.	- посещает учебные занятия, практику; - отсутствие пропусков по болезни - посещение спортивных секций в колледже и вне (по различным видам спорта) - ведет здоровый образ жизни
ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	- осуществлять эффективный поиск необходимой информации в российских и зарубежных источниках: нормативно-правовой документации, стандартов, научных публикации, технической документации; - уметь применять лексику и грамматику иностранного языка для перевода текста, содержание которого включает профессиональную лексику; - уметь анализировать, систематизировать и применять в профессиональной деятельности информацию, содержащуюся в документации профессиональной области.

Критерии сформированности

2 балла - компетенция проявляется постоянно в полной мере (сформирована полностью);

1 балл - компетенция проявляется иногда или неполностью (частично сформирована);

0 баллов - компетенция не проявляется (не сформирована).

Сформированность **профессиональных компетенций (ПК)** проверяется по выполненному заданию:

Вид деятельности	**Перечень оцениваемых ПК**	**Критерии сформированности**
Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях	ПК 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.	- проводит анализ целевой аудитории, конкурентов и рынка. - формулирует четкие цели продвижения и ключевые показатели (KPI). - выбирает каналы для продвижения (соцсети, SEO, контекстная реклама) и обосновывает их выбор. - определяет ключевое сообщение и концепцию для продвижения бренда. - оформляет стратегию в виде структурированного документа или презентации
	ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет	- составляет медиаплан с указанием сроков, площадок и бюджета. - разрабатывает креативы для рекламы: тексты, изображения, идеи для постов. - определяет параметры таргетинга для показа рекламы (пол, возраст, интересы). - формирует календарный план-график запуска и проведения кампании
	ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях	- выполняет базовые работы по SEO: оптимизирует заголовки, тексты и метатеги. - создает и настраивает рекламные кампании в системах контекстной и медийной рекламы (Яндекс.Директ, Google Ads). - запускает и ведет рекламу в социальных сетях (ВКонтакте, Instagram и др.). - контролирует ход кампании, отслеживает основные показатели эффективности. - составляет отчет по итогам кампании с выводами и рекомендациями

Инструкция по технике безопасности

1.1. При выполнении работ на персональном компьютере необходимо:

- соблюдать производственную и технологическую дисциплину;
- выполнять только ту работу, которая определена в задании;
- поддерживать порядок на рабочем месте в течение всего рабочего времени;
- обо всех неисправностях ПК и электропитания немедленно сообщать экспертам;
- соблюдать требования пожарной безопасности и электробезопасности;
- не допускать натягивания, скручивания, перегиба и пережима шнуров электропитания ПК, не допускать нахождения на них каких-либо предметов и соприкосновения их с нагретыми поверхностями;
- не при касаться к задней панели системного блока (процессора) при включенном питании;
- не переключать разъемы интерфейсных кабелей периферийных устройств при включенном питании;
- не допускать попадания влаги на поверхность системного блока (процессора), монитора, рабочую поверхность клавиатуры, дисководов, принтеров и других устройств;
- не производить самостоятельно какие-либо виды ремонта ПК;
- не допускать частых отключений и включений ПК в течение работы;
- при работе на ПК соблюдать расстояние от глаз до экрана в пределах 60-70 см, но не ближе 50 см с учетом размеров алфавитно-цифровых знаков и символов;
- не загромождать рабочее место.

1.2 При возникновении аварийной ситуации на рабочем месте необходимо:

- немедленно прекратить работу;
- сообщить о проблеме преподавателю;
- при необходимости покинуть опасную зону.

1.3 По окончании работ привести рабочее место в порядок.

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
профессионального модуля

ПМ.04. Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях

для специальности 42.02.01 Реклама

Якутск, 2024

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г.

УТВЕРЖДАЮ
Директор АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»
_____ С.Н.Семенов
«15» 04 2024 г.

Рабочая программа профессионального модуля ПМ.04. Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (далее – ФГОС СПО) по *специальности 42.02.01 Реклама,* утвержденного приказом Минпросвещения России от 21.07.2023 г. № 552 (зарегистрирован в Минюсте РФ 22.08.2023 № 74908)

Организация-разработчик: АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»

Составитель: Чиннова В.С., преподаватель

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Паспорт рабочей программы профессионального модуля	4
2. Структура и содержание профессионального модуля	7
3. Условия реализации рабочей программы профессионального модуля	18
4. Контроль и оценка освоения профессионального модуля (вида деятельности)	22

1 Паспорт рабочей программы профессионального модуля ПМ.04. Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях

Рабочая программа профессионального модуля ПМ.04. Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях является частью основной профессиональной образовательной программы СПО – программы подготовки специалистов среднего звена по специальности *42.02.01 Реклама*, входящей в состав укрупненной группы специальностей *42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело*.

1.1 Место профессионального модуля в структуре образовательной программы

Профессиональный модуль ПМ.04. Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях входит в состав профессионального цикла образовательной программы.

1.2 Требования к результатам освоения профессионального модуля

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен:

уметь:

$У_1$ - создавать креативные продукты, производить видеорекламу, фотоизображения, полиграфическую продукцию;

$У_2$ - применять основные графические программы для разработки рекламного носителя и владеть элементарными навыками верстки;

$У_3$ - настраивать контекстную и таргетированную рекламу;

$У_4$ - проводить презентацию рекламного продукта;

знать:

$З_1$ – основы дизайна при проектировании рекламного продукта;

$З_2$ - приемы и методы проектирования рекламного продукта;

$З_3$ - офисные компьютерные программы, приложения и интернет сервисы маркетингового назначения;

иметь практический опыт в:

$ПО_1$ – разработке творческих рекламных решений для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании;

$ПО_2$ – анализе маркетинговой ситуации для разработки творческих рекламных решений;

$ПО_3$ – создании рекламного контента (слогана, продающего текста или сценария для рекламного видео) и его размещении для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет;

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимися видом деятельности – **ВД.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях**, в том числе **профессиональными компетенциями (ПК):**

ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.

ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.

ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.

и **общими компетенциями (ОК)**:

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.

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

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

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.

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

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

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

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

1.3 Количество часов, отводимое на освоение профессионального модуля

Общая учебная нагрузка обучающегося:	**416**
в том числе	
в форме практической подготовки	*294*
Объем работы обучающегося во взаимодействии с преподавателем	***296***
Самостоятельная работа обучающегося	***38***
Учебная практика	***72***
Производственная практика	***72***
Промежуточная аттестация	***12***
Всего:	***416***

Обязательная часть учебной нагрузки составляет 336 часов, вариативная часть - 80 часов

2 Структура и содержание профессионального модуля

2.1 Структура, объем профессионального модуля и виды учебной деятельности

Коды профессиональных компетенций	***Наименования МДК, практик профессионального модуля***	***Всего,*** *часов*	*в том числе в форме практической подготовки*	***Учебная нагрузка обучающихся***							***Практика***	
				Всего, *часов*	***Во взаимодействии с преподавателем***				***Самостоятельная работа обучающегося,*** *часов*	***Промежуточная аттестация***	***Учебная,*** *часов*	***Производственная,*** *часов*
					в том числе							
					занятий на уроках, часов	*практических занятий, часов*	*курсовой проект*	*Консультации*				
ПК 4.1 - ПК 4.3	МДК.04.01. Проектирование, разработка и реализация творческой концепции рекламного продукта	**266**	**150**	222	72	130	20	-	38	6		
ПК 4.1 - ПК 4.3	УП.04 Учебная практика по ПМ.04.	**72**	**72**	72							72	
ПК 4.1 - ПК 4.3	ПП.04 Производственная практика по ПМ.04	**72**	**72**									72
ПК 4.1 - ПК 4.3	Экзамен по профессиональному модулю ПМ.04.	**6**								6		
	Всего по ПМ.04:	**416**	**294**	**294**	**72**	**130**	**20**	**-**	**38**	**12**	**72**	**72**

2.2 Формы промежуточной аттестации

2 семестр – другие формы контроля (МДК.04.01)
3 семестр - дифференцированный зачет (МДК.04.01)
3 семестр – дифференцированный зачет (УП.04)
4 семестр – экзамен (МДК.04.01)
4 семестр – дифференцированный зачет (ПП.04)
4 семестр – экзамен по профессиональному модулю ПМ.04

2.3 Тематический план и содержание профессионального модуля

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)		Объем часов	В том числе в форме практической подготовки	Формируемые компетенции
МДК.04.01. Проектирование, разработка и реализация творческой концепции рекламного продукта			**266**	***150***	
Тема 1.1 Технология создания рекламного продукта	*Содержание учебного материала*		*16*	*2*	
	1	Виды рекламы, деление ее по способу воздействия, способу выражения, с точки зрения основных целей и задач. Характеристики процесса разработки рекламного обращения	2		ОК 01- ОК 05, ОК 07, ОК 09, ПК 4.1-ПК 4.3
	2	Понятие творческих рекламных разработок. Технологические виды рекламного продукта.	2		
	3	Выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы.			
	4	Уровни и структура рекламного сообщения, позиционный эффект.	2		
	5	Визуальной, семантической и эстетической информации рекламного материала.	2		
	Практические занятия		**2**	*2*	ОК 01-ОК 03, ОК 05, ОК 07-ОК 09,ПК 4.1 - ПК 4.3
	6	**Практическое занятие № 1.** Особенности восприятия рекламных текстов на примере рекламных объявлений			
	Самостоятельная работа		**4**		ОК 01-ОК 03, ОК 05-ОК 09, ПК 4.1 - ПК 4.3
	- подборка текстовых рекламных материалов для анализа - составление аналитической таблицы по собранным материалам				
Тема 1.2 Фирменный стиль	*Содержание учебного материала*		*64*	*2*	ОК 01- ОК 05, ОК 07, ОК 09, ПК 4.1-ПК 4.3
	1	Понятие «фирменный стиль». Примеры фирменного стиля. Компоненты фирменного стиля. Носители фирменного стиля. Фирменный стиль в узком и широком смысле. Принципы создания фирменного стиля. Анализ удачных и неудачных вариантов, их недостатки.	2		

	2	Понятие товарного знака. Основные виды товарных знаков. Функции товарного знака. «Закон о товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров от 23 сентября 1992 г. N 3520-1 Торговая марка и бренд. Общая теория бренда. Законы создания бренда	2		
	3	Понятие логотипа. Виды и формы логотипов, композиционное решение логотипа. Логотип, как один из основных элемент фирменного стиля. Этапы работы над логотипом. Понятие фирменного слогана. Функции рекламного слогана. Понятие фирменного блока. Его структура. Основные функции фирменного блока. Нейминг.	2		
	4	Классификация шрифтов. Антиква, гротеск, рубленый шрифт в айдентике. Текстовые и акцидентные шрифты Основные требования к шрифтам. Психология восприятия букв. Шрифт – составляющая дизайна фирменного стиля. Понятие фирменного шрифта. Шрифтовые логотипы: особенности и преимущества. Виды шрифтовых логотипов	2		
	5	Цвет, основные характеристики цвета. Цвет в рекламе. Ассоциативный позитивный ряд основных цветов. Негативные ассоциации цвета. Основные элементы фирменного стиля: фирменный цвет, дополнительные фирменные цвета Цветовое решение логотипа, фирменного стиля. Выбор цвета при проектировании идентичности бренда: культурный контекст, позиционирование бренда, психология цвета. Критерии выбора цвета.	2		
	6	Логобук как свод правил по использованию логотипа и его подробное описание. Принципы создания логобука, оформление и структура. Модульная сетка как способ организации взаимосвязанной информации.	2		
	7	Фирменный персонаж как элемент фирменного стиля. Анализ фирменных персонажей. Их значение. Разработка фирменного персонажа. Варианты.	2		
	Практические занятия		**50**	*50*	ОК 01-ОК 03, ОК 05, ОК 07-ОК 09,ПК 4.1 - ПК 4.3
	8	**Практическое занятие № 2.** Разработка элементов фирменного стиля. Эскизы вариантов. Знак, образ, персонаж (индивидуальные задания)			
	9	**Практическое занятие № 3.** Разработка элементов фирменного стиля. Эскизы вариантов. Логотип			
	10	**Практическое занятие № 4.** Разработка графического, цветофактурного и колористического решения товарного знака			
	11	**Практическое занятие № 5.** Практическое задание: Проект фирменного стиля. (Графическая подача проекта)			
	12	**Практическое занятие № 6.** Разработка и создание фирменной печатной рекламы (деловые бумаги)			
	13	**Практическое занятие № 7.** Разработка макета бланка для письма			

	14	**Практическое занятие № 8.** Создание эскизов визиток по индивидуальным заданиям.			
	15	**Практическое занятие № 9.** Разработка рекламного модуля			
	16	**Практическое занятие № 10.** Разработка макета рекламного плаката			
	17	**Практическое занятие № 11.** Разработка и создание фирменного буклета			
	18	**Практическое занятие № 12.** Разработка дизайн-проекта рекламного буклета			
	19	**Практическое занятие № 13.** Нейминг, разработка легенды			
	20	**Практическое занятие № 14.** Макет презентационного плаката А1 по проекту			
	21	**Практическое занятие № 15.** Коллаж впечатлений			
	22	**Практическое занятие № 16.** Разработка дополнительных элементов фирменного стиля. Паттерн, как элемент фирменного стиля, выбранной фирмы (компании).			
	23	**Практическое занятие № 17.** Разработка дополнительных элементов фирменного стиля. Персонаж, как элемент фирменного стиля, выбранной фирмы (компании).			
	24	**Практическое занятие № 18.** Разработка дополнительных элементов фирменного стиля. Художественная иллюстрация, как элемент фирменного стиля, выбранной фирмы (компании).			
	25	**Практическое занятие № 19.** Разработка и изготовление в электронном виде макета корпоративной, именной визитной карточки в соответствии с разработанным ранее фирменным стилем фирмы (компании)			
	26	**Практическое занятие № 20.** Разработка и изготовление в электронном виде макета фирменного конверта, в соответствии с разработанным ранее фирменным стилем фирмы (компании)			
	27	**Практическое занятие № 21.** Разработка и изготовление в электронном виде макета фирменного бланка, в соответствии с разработанным ранее фирменным стилем компании.			
	28	**Практическое занятие № 22.** Разработка и изготовление в электронном виде оригинал-макета фирменного блокнота, в соответствии с разработанным ранее фирменным стилем фирмы (компании)			
	29	**Практическое занятие № 23.** Разработка и изготовление в электронном виде оригинал-макета фирменной папки, в соответствии с разработанным ранее фирменным стилем компании			
	30	**Практическое занятие № 24.** Разработка рекламного модуля в периодическое издание (горизонтальный и вертикальный формат) на полосу			
	31	**Практическое занятие № 25.** Разработка рекламного модуля в периодическое издание (горизонтальный и вертикальный формат) на 1/3 полосы.			
	32	**Практическое занятие № 26.** Разработка дизайна фирменного пакета в электронном			

		виде на основе разработанного фирменного стиля фирмы (компании)			
	Самостоятельная работа		**8**		ОК 01-ОК 03, ОК 05-ОК 09, ПК 4.1 - ПК 4.3
	Разработка элементов макета по направлениям (завершение практических заданий)				
		Другие формы контроля			
		ВСЕГО по МДК.04.01 (2 семестр)	**90**		
Тема 1.3 Творческая концепция в рекламе	*Содержание учебного материала*		*92*	*50*	
	1	Историческое формирование рекламных жанров. Жанровое разнообразие рекламного творчества. Рекламное творчество в русской культуре Понятие рекламной концепции и рекламной идеи.	2		ОК 01- ОК 05, ОК 07, ОК 09, ПК 4.1-ПК 4.3
	2	Основные жанры современной печатной рекламы. Публицистические жанры современного рекламного пространства Эстетика в рекламном деле и теория "вампиризма" Р.Ривза	2		
	3	Рекламный продукт: технологические и творческие аспекты. Творческие решения рекламной задачи: рациональный и эмоциональный подходы. Основы выработки стратегии разработки фирменного наименования. (Нейминг). Рекламные стратегии разработки торговых марок (брендов)	2		
	4	Креативное обеспечение рекламного процесса. Формы и функции рекламного креатива. Этапы разработки креативной концепции, структурные элементы креативной концепции	2		
	5	Семиотика рекламы: реклама как как семиотическая система. Семантическая структура рекламного продукта. Типология знака. Виды и классификация рекламных знаков	2		
	6	Типология моделей рекламного образа. Образно-выразительные средства рекламного творчества. Мифотехнологии в рекламной коммуникации	2		
	7	Креативный бриф. Структура брифа. Модели креативных рекламных брифов.	2		
	8	Этапы творческого процесса создания рекламы: определение проблемы. Творческая стратегия и ее компоненты: обращение и его виды("агрессивный» и «мягкий» подход), Неформальный стиль рекламногообращения; юмори активизация позитивных эмоций у потребителя	2		
	9	Формирование творческой концепции (поисковое эскизирование). Комплексное решение элементов наружной рекламы.Основные элементы маркетинговой информации рекламного текста. Интралингвистические особенности рекламного текста. Стилистические приемы рекламного текста. Особенности текстового оформления рекламной продукции.	2		

	Практические занятия		**50**	*50*	ОК 01-ОК 03, ОК 05, ОК 07-ОК 09,ПК 4.1 - ПК 4.3
	10	**Практическое занятие № 27.** Анализ и оценка рекламы разных видов. Анализ и оценка интернет- рекламы разных видов.			
	11	**Практическое занятие № 28.** Традиционные и креативные формы в современной рекламной индустрии			
	12	**Практическое занятие № 29.** Составление рекламного сообщения по жанрам			
	13	**Практическое занятие № 30.** Составление рекламного сообщения публицистическо-информационного характера			
	14	**Практическое занятие № 31.** Анализ ситуаций, влияющих на принятие потребителем решения о покупке (решение ситуационных задач или разбор ситуаций).			
	15	**Практическое занятие № 32.** Создание слогана по индивидуальным заданиям			
	16	**Практическое занятие № 33.** Создание нескольких вариантов заголовков к готовым текстам			
	17	**Практическое занятие № 34.** Разработка рекламного текста по заданной теме			
	18	**Практическое занятие № 35.** Выполнение эскиза рекламы с использованием особенности психологии цвета			
	19	**Практическое занятие № 36.** Анализ ситуаций, влияющих на принятие потребителем решения о покупке (решение ситуационных задач или разбор ситуаций)			
	20	**Практическое занятие № 37.** Создание текста для интернет - рекламы по индивидуальным заданиям			
	21	**Практическое занятие № 38.** Анализ рекламных обращений известной потребительской торговой марки. Составление «колеса бренда»			
	22	**Практическое занятие № 39.** Создание зрительного образа фирмы			
	23	**Практическое занятие № 40.** Разработка основных фирменных констант			
	24	**Практическое занятие № 41.** Разработка метафорического рекламного сообщения.			
	25	**Практическое занятие № 42.** Разработка макета рекламного плаката (образные средства)			
	26	**Практическое занятие № 43.** Разработка макета рекламной листовки			
	27	**Практическое занятие № 44.** Разработать план рекламного игрового представления			
	28	**Практическое занятие № 45.** Работа над проектом -концепцией корпоративного фирменного стиля.			
	29	**Практическое занятие № 46.** Разработка проекта -концепции фирменного стиля. (эскизирование)			

	30	**Практическое занятие № 47.** Разработка проекта -концепции фирменного стиля. (Графическая подача проекта)			
	31	**Практическое занятие № 48.** Разработка основных компонентов рекламного текста по индивидуальным заданиям			
	32	**Практическое занятие № 49.** Разработка дизайна наружной рекламы – билборд			
	33	**Практическое занятие № 50.** Разработка дизайна POS– материалов торгового пространства			
	34	**Практическое занятие № 51.** Разработка дизайна выставочного пространства – выставочный стенд			
	Самостоятельная работа		**18**		ОК 01-ОК 03, ОК 05-ОК 09, ПК 4.1 - ПК 4.3
	Завершение идей, начатых на практических занятиях				
		ВСЕГО по МДК.04.01 (3 семестр)	**92**		
Тема 1.4 Технологии производства рекламного продукта	*Содержание учебного материала*		*16*	*6*	
	1	Рекламное обращение: форма, содержание структура. Использование инструмента, оборудования, основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта. Копирайтинг, его составляющие. Правила разработки и оформления текстовой и изобразительной части рекламного обращения	2		ОК 01- ОК 05, ОК 07, ОК 09, ПК 4.1-ПК 4.3
	2	Взаимодействие вербальной и невербальной информации в рекламном продукте. Приемы увеличения эффективности рекламного обращения Запечатываемые материалы и носители для производства рекламного продукта. Структура и параметры печатных изданий. Структура полосы издания.	2		
	3	Авторский замысел и режиссёрское воплощение. Приёмы реализации рекламной идеи. Определение и сущность. Схема разработки. Принципы успеха. Приёмы творческого замысла	2		
	4	Телереклама: приемы разработки. Радиореклама: приемы разработки. Реклама в прессе: особенности восприятия Транзитная реклама: условия восприятия, задачи разработчика, приемы разработки	2		
	5	Наружная реклама: условия воздействия, задачи разработчика, приемы разработки. Директ-мейл: особенности восприятия, задачи разработчика, приемы разработки конверта, письма и вложения	2		
	Практические занятия		**6**	*6*	ОК 01-ОК 03, ОК 05, ОК 07-ОК 09,ПК 4.1 - ПК 4.3
	6	**Практическое занятие № 52.** Приемы создания рекламных слоганов. Разработка текстов для полиграфической рекламы и POS-материалов			
	7	**Практическое занятие № 53.** Разработка рекламного продукта для основных медиаканалов			

	8	**Практическое занятие № 54.** :Разработка макета рекламной продукции на заданную тему (разворот страницы журнала, директ -мейл)			
Тема 1.5 Технология производства Интернет - рекламы	*Содержание учебного материала*		*4*		ОК 01- ОК 05, ОК 07, ОК 09, ПК 4.1-ПК 4.3
	1	Основные сервисы интернета. WEB -документы. Технология анонсирования рекламы в Интернете. Виды Интернет -рекламы и способы их классификации, основные достоинства и и недостатки.	2		
	2	Основные принципы и технология размещения рекламы. Особенности методов оценки эффективности вирусных рекламных акций	2		
Тема 1.6. Применения средств графического дизайна для создания рекламного продукта	*Содержание учебного материала*		*14*	*8*	ОК 01, ОК 05, ОК 09,ПК 4.1 - ПК 4.3
	1	Проектная графика. Место проектной графики на различных этапах создания рекламного продукта. Виды компьютерной графики. Особенности технического и программного оснащения в работе дизайнера	2		
	2	Векторная компьютерная графика и программы её обработки. в графическом редакторе «Illustrator» Графический редактор Adobe Photoshop, его форматы изображений и роликов, применение. редактора в создании рекламного продукта. Растровая компьютерная графика и программы её обработки. Интерфейс программы Adobe Photoshop CS5.	2		
	3	Компьютерный дизайн. Дизайн в Интернете. Векторная графика в Интернете. Web - сайты и интернет -реклама	2		
	Практические занятия		**8**	*8*	ОК 01-ОК 03, ОК 05, ОК 07-ОК 09,ПК 4.1 - ПК 4.3
	4	**Практическое занятие № 55.** Создание рисунков в программе Photoshop CS5			
	5-7	**Практическое занятие № 56.** Импортирование фотографий в графический редактор Adobe Photoshop. Изменение экспозиции, цветового баланса фотографии. Создание художественной рамки для фотографии Наложение эффектов и фильтров на фотографию. Создание нового фона на фотографии.			
Тема 1.7. Рекламное портфолио	*Содержание учебного материала*		*20*		ОК 01, ОК 05, ОК 09, ПК 4.1-ПК 4.3
	1	Работа по созданию авторских кистей. Создание авторского фона Создание шрифтов для разработки рекламной продукции.	2		
	2	Нелинейный монтаж. Программа Adobe Premiere. Интерфейс программы Adobe Premiere. Редактирование клипов в программе Adobe Premiere	2		
	3	История возникновения анимации. Преимущества анимации. Режиссура анимационного фильма. Изобразительное решение анимационного фильма. Программное обеспечение позволяющее создать компьютерную анимацию. Программа Macromedia Flash. Основные возможности Macromedia Flash	2		
	Практические занятия		**14**		ОК 01, ОК 05, ОК 09,
	4	**Практическое занятие № 57.** Обработка фотографий под рекламный плакат.			

		Создание рекламного плаката с моделью или объектом			ПК 4.1-ПК 4.3
	5	**Практическое занятие № 58.** Обработка фотографий под рекламную продукцию. Создание рекламного плаката - социальной рекламы		*14*	
	6	**Практическое занятие № 59.** Обработка фотографий под концертную афишу. Создание рекламной концертной афиши			
	7	**Практическое занятие № 60.** Обработка фотографий под обложку журнала (по индивидуальному заданию). Создание обложки журнала			
	8	**Практическое занятие № 61.** Организация данных и интерфейс Adobe Premiere 6.5. Редактирование клипов в программе Adobe Premiere 6.5			
	9	**Практическое занятие № 62.** Организация данных и интерфейс программы Macromedia Flash. Создание простых графических объектов			
	10	**Практическое занятие № 63.** Создание анимации движения. Создание анимации формы и маски. Создание анимации с интерактивностью			
Курсовой проект	*Содержание учебного материала*		*20*		ОК 01, ОК 05, ОК 09, ПК 4.1-ПК 4.3
	Тема: по выбору				
	1	Составление плана работы над проектом. Получение задания на курсовой проект	2		
	2	Составление аналитической части проекта	2		
	3	Разработка приложений	2	*20*	
	4-5	Описание (глава 1)	4		
	6-8	Разработка приложений	6		
	9	Подготовка к защите	2		
	10	Защита курсового проекта	2		
	Самостоятельная работа		**8**		ОК 01-ОК 03, ОК 05-ОК 09, ПК 4.1-ПК 4.3
	Выполнение практической части курсового проекта				
		Экзамен	**6**		
		ВСЕГО по МДК.04.01 (4 семестр)	**84**		
		ИТОГО по МДК.04.01:	**266**	*150*	

УП.04. Учебная практика по ПМ.04.	*Виды работ*	*72*	72	
	Проведение Инструктажа Эскизирование, разработка основных элементов шрифтового плаката. Работа над проектом-концепцией корпоративного фирменного стиля. Визуализация фирменного блока. Создание эскиза наружной вывески или витрины			ОК 01 -ОК 09, ПК 4.1 - ПК 4.3

	Разработка дизайн-проект полиграфической продукции Разработка дизайн- проекта упаковочной коробки			
	Проведение Инструктажа Создание обтяжки на транспорте. Разработка нестандартной рекламной установки. Разработка дизайн-проекта экспозиции. Создание на ПК электронной презентации. Создание раскадровки ролика на предложенную тему. Управление коммуникациями в Интернет			ОК 01 -ОК 09, ПК 4.1 - ПК 4.3
	Дифференцированный зачет	**6**	**6**	
	ВСЕГО по УП.04	**72**	**72**	
ПП.04. Производственная практика по ПМ.04	*Виды работ*	*72*	72	
	Инструктаж по охране труда Знакомство с предприятием. Ознакомление с особенностями маркетинговой деятельности конкретной компании, Изучение технических средств, программных продуктов, применяемых для создания оригинал-макетов. Ознакомление с технологическим процессом разработки и создания рекламных материалов. Формирование идеи, инсайта и творческой концепции, развертывание рекламной кампании, выход рекламы, проверка результатов (обратная связь) Разработка рекламных модулей для СМИ. Создание пакета рекламной продукции для заказчика Работа с мультимедийными технологиями. Компьютерная графика Выполнение работ по заказу руководителя практики.			ОК 01 -ОК 09, ПК 4.1 - ПК 4.3
	Дифференцированный зачет	**6**	**6**	
	ВСЕГО ПО ПП.04	**72**	**72**	
	Экзамен по профессиональному модулю ПМ.04.	**6**		
	ИТОГО по ПМ.04.	**416**	***294***	

2.3. Вариативные часы профессионального модуля

№ п/п	Наименование темы	Объем часов	Примечание
1	**МДК. 04.01 Проектирование, разработка творческой концепции и производство рекламного продукта**	**74**	Для углубления знаний и совершенствования умений и проверку запланированных результатов
	Тема 1.7. Рекламное портфолио	8	
	Самостоятельная работа	38	
	Промежуточная аттестация	8	
	Курсовой проект	20	
2	**Экзамен по профессиональному модулю ПМ.04.**	**6**	Для проверки освоения вида деятельности ВД.04
	ИТОГО:	**80**	

3 Условия реализации рабочей программы профессионального модуля

3.1 Материально-техническое обеспечение

Реализация рабочей программы по профессиональному модулю ПМ.04. Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях осуществляется в лаборатории компьютерного дизайна и компьютерной графики.

Оборудование лаборатории:

- Персональный компьютер в сборе (Процессор: Intel Core I7-10700 Оперативная память: 32gb DDR4 3200 Mhz Накопитель: 1024GB ssd NVME PCI-E 4.0 Видеокарта: RTX3060 12GB) – 30 шт.
- Графические планшеты – 30 шт.
- Короткофокусный проектор Optoma X309ST - 1 шт.
- Стол ученический Классик двухместный регулируемый, №4-6 СУР А.02.46 проект НМ-035.04.02 – 12 шт.
- Стул ученический Стандарт, №4-6 СТУР А 02.46.Ф проект НМ-035.30.02 – 12 шт.
- Учебная маркерная доска белая – 1 шт.

При реализации рабочей программы профессионального модуля ПМ.04. Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях проводятся учебная и производственная практика.

Материально-техническое оснащение практики представлены в рабочей программе практики.

3.2 Информационное обеспечение обучения

Нормативные акты

1. Закон РФ от 7 февраля 1992 г. № 2300-I "О защите прав потребителей"
2. Федеральный закон от 18 июля 1995 г. № 108-ФЗ «О рекламе»

Литература:

1. Боресков, А. В. Компьютерная графика : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. В. Боресков, Е. В. Шикин. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 219 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11630-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/518504 (дата обращения: 10.04.2024).
2. Домнин В. Н. Брендинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. Н. Домнин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 493 с. — (Профессиональное

образование). — ISBN 978-5-534-13727-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/519431 (дата обращения: 10.04.2024).

3. Колошкина И. Е. Компьютерная графика : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. Е. Колошкина, В. А. Селезнев, С. А. Дмитроченко. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 233 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15862-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/510043 (дата обращения: 10.04.2024).

4. Трищенко Д. А. Техника и технологии рекламного видео : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Д. А. Трищенко. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 177 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12575-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/518451 (дата обращения: 10.04.2024).

Электронные образовательные ресурсы:
Сайты, блоги, электронные библиотеки

1. Официальный сайт журнала Индустрия рекламы. Сайт. [Электронный ресурс]. URL: http://www.ir-magazine.ru

2. Официальный сайт журнала Практики рекламы. [Электронный ресурс]. URL: http://www.prosmi.ru/magazine/practic

3. Официальный сайт журнала Рекламные идеи. [Электронный ресурс]. URL: http://www.advi.ru

4. Журнал «Реклама. Теория и практика». [Электронный ресурс]. URL: http://www.vsetrening.ru/magazine/grebennikov-advertising-practice/

5. Справочник от автор24. Маркетинговые исследования в рекламе [Электронный ресурс]. URL: Маркетинговые исследования в рекламе

6. Анализ рекламы: инструкция, как анализировать рекламу с примерами [Электронный ресурс]. URL: Анализ рекламы: инструкция, как анализировать рекламу с примерами

Дополнительная электронная литература/учебные пособия, материалы, статьи

1. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта: учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 502 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05261-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — [Электронный ресурс]. URL: https://urait.ru/bcode/535961

2. Видео Анимация Продукта для бизнеса. [Электронный ресурс]. URL: Видео анимация продукта для бизнеса - OnFocus Studio (onfocuspro.ru)

3. Колышкина, Татьяна Борисовна. Проектирование и оценка рекламного образа: учебное пособие для СПО/ Т. Б. Колышкина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина.2-е изд., испр. и доп. Электрон. дан. Москва: Юрайт, 2024.262 с. (Профессиональное образование) [Электронный ресурс]. URL: https://urait.ru/bcode/545458

Видеоматериалы/ виртуальные музеи/интерактивные презентации

1. Видео.6 способов создать цепляющие рекламные креативы для таргета. [Электронный ресурс]. URL: 6 способов создать цепляющие рекламные креативы для таргета 🔥

Тренажеры/ тесты/ кейсы/ материал для практикума/ бесплатные онлайн курсы

1. Фотошоп редактор. [Электронный ресурс]. URL: Photopea на русском языке - фотошоп онлайн фоторедактор

3.3 Учебно-методическое обеспечение

По профессиональному модулю ПМ.04. Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях создана учебно-методическая документация:

– Рабочая программа;

– Оценочные материалы;

– Методические указания по выполнению заданий на практических занятиях;

– Методические указания по выполнению самостоятельной работы.

3.4. Общие требования к организации образовательного процесса

Освоение обучающимися профессионального модуля ПМ.04. Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях проходит в Колледже и на предприятиях города.

Профессиональный модуль ПМ.04. изучается в течение одного семестра.

Учебная практика проводится рассредоточено (в два семестра) и концентрированно по 36 часов каждый семестр.

Производственная практика проводится концентрировано после изучения всех МДК и освоения видов работ учебной практики на предприятиях/организациях на основании заключенных договоров о практической подготовке.

Самостоятельная работа организована в МДК.04.01 в пределах часов учебного плана в соответствии с методическими указаниями, разработанными преподавателями.

Во время изучения МДК.04.01 обучающиеся выполняют курсовой проект.

3.5. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по профессиональному модулю:

Наличие высшего профессионального образования, соответствующего профилю модуля ПМ.04. Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях *по специальности 42.02.01 Реклама*.

Опыт деятельности в соответствующей профессиональной сфере необходим.

4 Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля (вида деятельности)

Контроль и оценка результатов освоения содержания ПМ.04. Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях обучающимся осуществляется преподавателем на занятиях по итогам выполнения заданий на уроках, практических занятиях, учебной практике и самостоятельной работы.

Оценка качества освоения программы профессионального модуля обучающимся включает текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию.

Код и наименование формируемых компетенций	***Практический опыт, умения, знания***	***Формы контроля и оценки результатов освоения***	
		Текущий контроль	***Промежуточная аттестация***
ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.	**знать:** $З_1$ – основы дизайна при проектировании рекламного продукта; $З_2$ - приемы и методы проектирования рекламного продукта; $З_3$ - офисные компьютерные программы, приложения и интернет сервисы маркетингового назначения;	МДК.04.01 *- устный опрос* *- выполнение заданий на практических занятиях* *- защита курсового проекта* *- выполнение заданий самостоятельной работы*	*- другие формы контроля, дифференцированный зачет, экзамен*
	уметь: $У_1$ - создавать креативные продукты, производить видеорекламу, фотоизображения, полиграфическую продукцию; $У_2$ - применять основные графические программы для разработки рекламного носителя и владеть элементарными навыками верстки;	УП.04 Учебная практика *- комплексный контроль в ходе выполнения видов работ*	*- дифференцированный зачет*
		ПП.04 Производственная практика *- комплексный контроль в ходе выполнения видов работ*	*- дифференцированный зачет*
	иметь практический опыт в: $ПО_1$ – разработке творческих рекламных решений для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании;		*- экзамен по профессиональному модулю ПМ.04.*

Код и наименование формируемых компетенций	***Практический опыт, умения, знания***	***Формы контроля и оценки результатов освоения***	
		Текущий контроль	***Промежуточная аттестация***
ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.	**знать:** $З_1$ – основы дизайна при проектировании рекламного продукта; $З_2$ - приемы и методы проектирования рекламного продукта; $З_3$ - офисные компьютерные программы, приложения и интернет сервисы маркетингового назначения; **уметь:** $У_1$ - создавать креативные продукты, производить видеорекламу, фотоизображения, полиграфическую продукцию; $У_2$ - применять основные графические программы для разработки рекламного носителя и владеть элементарными навыками верстки; $У_3$ - настраивать контекстную и таргетированную рекламу; **иметь практический опыт в:** $ПО_2$ – анализе маркетинговой ситуации для разработки творческих рекламных решений;	МДК.04.01 *- устный опрос* *- выполнение заданий на практических занятиях* *- защита курсового проекта* *- выполнение заданий самостоятельной работы*	*- другие формы контроля, дифференцированный зачет, экзамен*
		УП.04 Учебная практика *- комплексный контроль в ходе выполнения видов работ*	*- дифференцированный зачет*
		ПП.04 Производственная практика *- комплексный контроль в ходе выполнения видов работ*	*- дифференцированный зачет*
			- экзамен по профессиональному модулю ПМ.04.
ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети	**знать:** $З_1$ – основы дизайна при проектировании рекламного продукта; $З_2$ - приемы и методы проектирования рекламного продукта; $З_3$ - офисные компьютерные программы, приложения и интернет сервисы маркетингового назначения;	МДК.04.01 *- устный опрос* *- выполнение заданий на практических занятиях* *- защита курсового проекта* *- выполнение заданий самостоятельной работы*	*- другие формы контроля, дифференцированный зачет, экзамен*
	уметь: $У_3$ - настраивать контекстную и таргетированную	УП.04 Учебная практика *- комплексный контроль в ходе*	*- дифференцированный зачет*

Код и наименование формируемых компетенций	***Практический опыт, умения, знания***	***Формы контроля и оценки результатов освоения***	
		Текущий контроль	***Промежуточная аттестация***
Интернет.	рекламу; $У_4$ - проводить презентацию рекламного продукта; **иметь практический опыт в:** $ПО_3$ – создании рекламного контента (слогана, продающего текста или сценария для рекламного видео) и его размещении для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет;	*выполнения видов работ* ПП.04 Производственная практика *- комплексный контроль в ходе выполнения видов работ*	*- дифференцированный зачет* *- экзамен по профессиональному модулю ПМ.04.*

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся, не только сформированность профессиональных компетенций (ПК), но и **общих компетенций** (ОК):

Результаты (сформированные общие компетенции)	**Основные показатели оценки результата**	***Формы контроля и оценки результатов освоения***	
		Текущий контроль	***Промежуточная аттестация***
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	- самостоятельно организует свою деятельность по выданным заданиям - умеет оценить свои возможности для выполнения поставленных целей, задач, заданий	*комплексный контроль в ходе выполнения видов работ по МДК.04.01, УП.04, ПП.04,* *- защита курсового проекта по МДК.04.01*	*- другие формы контроля, дифференцированный зачет, экзамен (МДК.04.01)* *- дифференцированный зачет (УП.04, ПП.04)* *- Экзамен по профессиональному модулю ПМ.04*
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	- осуществляет поиск информации в сети Интернет и различных электронных носителях - извлекает информацию с электронных носителей - использует средства ИТ для обработки и хранения информации - представляет информацию в различных формах с использованием разнообразного программного обеспечения - создает презентации в различных формах		
ОК 03. Планировать и	- берет на себя ответственность за принятое		

реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	решение/совершенный поступок - ответственно выполняет разовые/постоянные поручения в группе - может спрогнозировать результат - умеет оценить свои действия, поступки и проанализировать их - знает основную нормативную документацию по предпринимательской деятельности и может ее найти в поисковых системах; - определяет возможности/невозможности предпринимательства той или иной возникшей ситуации - успешно учится, выполняет повседневные поручения/обязанности, связанные с финансами (оплата проезда, покупка продуктов, обеда) - владеет навыками обращения с банковскими картами		
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	- устанавливает позитивный стиль общения - выбирает стиль общения в соответствии с ситуацией - признает чужое мнение - при необходимости отстаивает собственное мнение - принимает критику - ведет деловую беседу в соответствии с этическими нормами - соблюдает официальный стиль при оформлении документов - выполняет письменные и устные рекомендации преподавателя - способен к эмпатии - организует коллективное обсуждение рабочей ситуации		
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	- умеет передавать информацию другому человеку - способен правильно формулировать свои мысли в устной и письменной формах - способен письменно оформлять свои мысли		
ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию,	- не участвует в запрещенных группировках; - не проводит антироссийскую пропаганду;		

демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения	- уважительно относится к сверстникам, окружающим, старшим и младшим; - не хамит, не грубит - применяет в своем поведении стандарты антикоррупционного поведения		
ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях	- поддерживает чистоту в кабинете/лаборатории и на своем рабочем месте - адекватно реагирует на внезапное изменение ситуации (звонок, сирена, сигнал тревоги) - владеет информацией по рациональной организации технологического процесса - знает правила безопасного ведения работ		
ОК 08. Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности.	- посещает учебные занятия, практику; - отсутствие пропусков по болезни - посещение спортивных секций в колледже и вне (по различным видам спорта) - ведет здоровый образ жизни		
ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.	- осуществлять эффективный поиск необходимой информации в российских и зарубежных источниках: нормативно-правовой документации, стандартов, научных публикации, технической документации; - уметь применять лексику и грамматику иностранного языка для перевода текста, содержание которого включает профессиональную лексику; - уметь анализировать, систематизировать и применять в		

	профессиональной деятельности информацию, содержащуюся в документации профессиональной области.		

Критерии и методы оценки сформированности знаний, умений и приобретённый практический опыт, а также освоенные общие и профессиональные компетенции отражены в оценочных материалах профессионального модуля ПМ.04. Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях.

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ

СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

«ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

учебной практики

УП.04. Учебная практика по ПМ.04.

для специальности 42.02.01 Реклама

Якутск, 2024

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г.)

УТВЕРЖДАЮ
Директор АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»
_____ С.Н.Семенов
«15» 04 2024 г.

Рабочая программа учебной практики УП.04 Учебная практика по ПМ.04. разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (далее – ФГОС СПО) *по специальности 42.02.01 Реклама,* утвержденного приказом Министерства просвещения РФ от 21.07.2023 г. № 552 (зарегистрирован в Минюсте РФ 22.08.2023 № 74908)

Организация-разработчик: АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»

Составитель:

Чиннова В.С., преподаватель

ОГЛАВЛЕНИЕ

	стр.
1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ	4
2. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	7
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ	8
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ	11

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ
УП.04 Учебная практика по ПМ.04.

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа учебной практики УП.04 Учебная практика по ПМ.04. является частью основной профессиональной образовательной программы СПО – программы подготовки специалистов среднего звена по специальности *42.02.01 Реклама, входящей в состав укрупненной группы специальностей 42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело*.

1.2. Место учебной практики в структуре образовательной программы:

Учебная практика является частью профессионального модуля ПМ.04. Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях и проводится в 2 этапа концентрировано во время изучения МДК.04.01.

1.3. Цели учебной практики – требования к результатам

Учебная практика направлена на формирование у обучающихся умений, приобретение практического опыта по ПМ.04. Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях:

уметь:

$У_1$ - создавать креативные продукты, производить видеорекламу, фотоизображения, полиграфическую продукцию;

$У_2$ - применять основные графические программы для разработки рекламного носителя и владеть элементарными навыками верстки;

$У_3$ - настраивать контекстную и таргетированную рекламу;

$У_4$ - проводить презентацию рекламного продукта;

иметь практический опыт в:

целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании;

$ПО_2$ – анализе маркетинговой ситуации для разработки творческих рекламных решений;

$ПО_3$ – создании рекламного контента (слогана, продающего текста или сценария для рекламного видео) и его размещении для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет;

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимися видом деятельности – **ВД.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях**, в том числе **профессиональными компетенциями (ПК):**

ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.

ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.

ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.

и **общими компетенциями (ОК)**:

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.

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

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

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.

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

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

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

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

1.4. Количество часов на освоение учебной практики

Общее количество часов – 72 часа (2 недели),
в том числе в форме практической подготовки – 72 часа

1.5. Формы промежуточной аттестации

3 семестр – дифференцированный зачет (УП.04)

2. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

УП.04 Учебная практика по ПМ.04.

Содержание учебной практики, виды работ, обеспечивающие формирование умений и приобретение практического опыта		Объем часов	В т.ч. практическая подготовка
Виды работ			
1	Знакомство с программой учебной практики, сроками и условиями выполнения работ. Требования охраны труда	2	2
2	Эскизирование, разработка основных элементов шрифтового плаката.	4	4
3	Работа над проектом-концепцией корпоративного фирменного стиля.	6	6
4	Визуализация фирменного блока.	4	4
5	Создание эскиза наружной вывески или витрины	4	4
6	Разработка дизайн-проект полиграфической продукции	4	4
7	Разработка дизайн- проекта упаковочной коробки	12	12
	ВСЕГО	**36**	**36**
1	Знакомство с программой учебной практики, сроками и условиями выполнения работ. Требования охраны труда	2	2
2	Создание обтяжки на транспорте	4	4
3	Разработка нестандартной рекламной установки	6	6
4	Разработка дизайн-проекта экспозиции	6	6
5	Создание на ПК электронной презентации	4	4
6	Создание раскадровки ролика на предложенную тему.	6	6
7	Управление коммуникациями в Интернет	2	2
8	**Дифференцированный зачет**	**6**	6
	ВСЕГО	**36**	**36**
	ИТОГО по УП.04	**72**	**72**

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

3.1. Материально-техническое обеспечение

Реализация рабочей программы учебной практики УП.04 Учебная практика по ПМ.04. проходит в в лаборатории компьютерного дизайна и компьютерной графики.

Оборудование лаборатории:

- Персональный компьютер в сборе (Процессор: Intel Core I7-10700 Оперативная память: 32gb DDR4 3200 Mhz Накопитель: 1024GB ssd NVME PCI-E 4.0 Видеокарта: RTX3060 12GB) – 30 шт.
- Графические планшеты – 30 шт.
- Короткофокусный проектор Optoma X309ST - 1 шт.
- Стол ученический Классик двухместный регулируемый, №4-6 СУР А.02.46 проект НМ-035.04.02 – 12 шт.
- Стул ученический Стандарт, №4-6 СТУР А 02.46.Ф проект НМ-035.30.02 – 12 шт.
- Учебная маркерная доска белая – 1 шт.

3.2 Информационное обеспечение обучения

Нормативные акты

1. Закон РФ от 7 февраля 1992 г. № 2300-I "О защите прав потребителей"

2. Федеральный закон от 18 июля 1995 г. № 108-ФЗ «О рекламе»

Литература:

1. Боресков, А. В. Компьютерная графика : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. В. Боресков, Е. В. Шикин. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 219 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11630-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/518504 (дата обращения: 10.04.2024).

2. Домнин В. Н. Брендинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. Н. Домнин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 493 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13727-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/519431 (дата обращения: 10.04.2024).

3. Колошкина И. Е. Компьютерная графика : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. Е. Колошкина, В. А. Селезнев, С. А. Дмитроченко. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 233 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15862-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/510043 (дата обращения: 10.04.2024).

4. Трищенко Д. А. Техника и технологии рекламного видео : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Д. А. Трищенко. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 177 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12575-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/518451 (дата обращения: 10.04.2024).

Электронные образовательные ресурсы:

Сайты, блоги, электронные библиотеки

1. Официальный сайт журнала Индустрия рекламы. Сайт. [Электронный ресурс]. URL: http://www.ir-magazine.ru

2. Официальный сайт журнала Практики рекламы. [Электронный ресурс]. URL: http://www.prosmi.ru/magazine/practic

3. Официальный сайт журнала Рекламные идеи. [Электронный ресурс]. URL: http://www.advi.ru

4. Журнал «Реклама. Теория и практика». [Электронный ресурс]. URL: http://www.vsetrening.ru/magazine/grebennikov-advertising-practice/

5. Справочник от автор24. Маркетинговые исследования в рекламе [Электронный ресурс]. URL: Маркетинговые исследования в рекламе

6. Анализ рекламы: инструкция, как анализировать рекламу с примерами [Электронный ресурс]. URL: Анализ рекламы: инструкция, как анализировать рекламу с примерами

Дополнительная электронная литература/учебные пособия, материалы, статьи

1. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта: учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 502 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05261-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — [Электронный ресурс]. URL: https://urait.ru/bcode/535961

2. Видео Анимация Продукта для бизнеса. [Электронный ресурс]. URL: Видео анимация продукта для бизнеса - OnFocus Studio (onfocuspro.ru)

3. Колышкина, Татьяна Борисовна. Проектирование и оценка рекламного образа: учебное пособие для СПО/ Т. Б. Колышкина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина.2-е изд., испр. и доп. Электрон. дан. Москва: Юрайт, 2024. — (Профессиональное образование). — [Электронный ресурс]. URL: https://urait.ru/bcode/545458

Видеоматериалы/ виртуальные музеи/интерактивные презентации

1. Видео.6 способов создать цепляющие рекламные креативы для таргета. [Электронный ресурс]. URL: 6 способов создать цепляющие рекламные креативы для таргета 🔥

Тренажеры/ тесты/ кейсы/ материал для практикума/ бесплатные онлайн курсы

1. Фотошоп редактор. [Электронный ресурс]. URL: Photopea на русском языке - фотошоп онлайн фоторедактор

3.3 Учебно-методическое обеспечение обучения

По учебной практике создана учебно-методическая документация:

– Рабочая программа;
– Оценочные материалы;
– Методические указания по выполнению видов работ;
– Дидактический материал.

3.4. Общие требования к организации учебной практики

По результатам прохождения учебной практики обучающиеся сдают выполненные задания по видам работ.

Форма промежуточной аттестации – ***дифференцированный зачет.***

3.5. Кадровое обеспечение

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство учебной практикой:

- учебная практика УП.04 проводится преподавателем, имеющим высшее образование, соответствующее профилю преподаваемого профессионального модуля. Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы является обязательным.

Преподаватели получают дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ

Контроль и оценка результатов выполнения работ обучающимися осуществляется преподавателем на занятиях учебной практики.

Оценка качества освоения рабочей программы учебной практики обучающимся включает текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию.

Код и наименование формируемых компетенций	***Практический опыт, умения, знания***	***Формы контроля и оценки результатов освоения***	
		Текущий контроль	***Промежуточная аттестация***
ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.	**уметь:** $У_1$ - создавать креативные продукты, производить видеорекламу, фотоизображения, полиграфическую продукцию; $У_2$ - применять основные графические программы для разработки рекламного носителя и владеть элементарными навыками верстки; **иметь практический опыт в:** $ПО_1$ – разработке творческих рекламных решений для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании;	- *комплексный контроль в ходе выполнения видов работ*	- *дифференцированный зачет*
ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.	**уметь:** $У_1$ - создавать креативные продукты, производить видеорекламу, фотоизображения, полиграфическую продукцию; $У_2$ - применять основные графические программы для разработки рекламного носителя и владеть элементарными навыками верстки; $У_3$ - настраивать контекстную и таргетированную рекламу; **иметь практический опыт в:** $ПО_2$ – анализе маркетинговой ситуации для разработки творческих рекламных решений;	- *комплексный контроль в ходе выполнения видов работ*	- *дифференцированный зачет*
ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации	$У_3$ - настраивать контекстную и таргетированную рекламу; $У_4$ - проводить презентацию рекламного продукта; **иметь практический опыт в:** $ПО_3$ – создании рекламного контента (слогана, продающего текста или сценария для рекламного видео) и его размещении для	- *комплексный контроль в ходе выполнения видов работ*	- *дифференцированный зачет*

Код и наименование формируемых компетенций	*Практический опыт, умения, знания*	*Формы контроля и оценки результатов освоения*	
		Текущий контроль	*Промежуточная аттестация*
в сети Интернет.	продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет;		

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся, не только сформированность профессиональных компетенций (ПК), но и общих компетенций (ОК):

Результаты (сформированные общие компетенции)	**Основные показатели оценки результата**	*Формы контроля и оценки результатов освоения*	
		Текущий контроль	*Промежуточная аттестация*
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	- самостоятельно организует свою деятельность по выданным заданиям - умеет оценить свои возможности для выполнения поставленных целей, задач, заданий	*комплексный контроль в ходе выполнения видов работ*	- *дифференцированный зачет*
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	- осуществляет поиск информации в сети Интернет и различных электронных носителях - извлекает информацию с электронных носителей - использует средства ИТ для обработки и хранения информации - представляет информацию в различных формах с использованием разнообразного программного обеспечения - создает презентации в различных формах		
ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	- берет на себя ответственность за принятое решение/совершенный поступок - ответственно выполняет разовые/постоянные поручения в группе - может спрогнозировать результат - умеет оценить свои действия, поступки и проанализировать их - знает основную нормативную документацию по предпринимательской деятельности и может ее найти в поисковых системах;		

	- определяет возможности/невозможности предпринимательства той или иной возникшей ситуации - успешно учится, выполняет повседневные поручения/обязанности, связанные с финансами (оплата проезда, покупка продуктов, обеда) - владеет навыками обращения с банковскими картами		
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	- устанавливает позитивный стиль общения - выбирает стиль общения в соответствии с ситуацией - признает чужое мнение - при необходимости отстаивает собственное мнение - принимает критику - ведет деловую беседу в соответствии с этическими нормами - соблюдает официальный стиль при оформлении документов - выполняет письменные и устные рекомендации преподавателя - способен к эмпатии - организует коллективное обсуждение рабочей ситуации		
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	- умеет передавать информацию другому человеку - способен правильно формулировать свои мысли в устной и письменной формах - способен письменно оформлять свои мысли		
ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения	- не участвует в запрещенных группировках; - не проводит антироссийскую пропаганду; - уважительно относится к сверстникам, окружающим, старшим и младшим; - не хамит, не грубит - применяет в своем поведении стандарты антикоррупционного поведения		
ОК 07. Содействовать	- поддерживает чистоту в кабинете/лаборатории и на своем		

сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях	рабочем месте - адекватно реагирует на внезапное изменение ситуации (звонок, сирена, сигнал тревоги) - владеет информацией по рациональной организации технологического процесса - знает правила безопасного ведения работ		
ОК 08. Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности.	- посещает учебные занятия, практику; - отсутствие пропусков по болезни - посещение спортивных секций в колледже и вне (по различным видам спорта) - ведет здоровый образ жизни		
ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.	- осуществлять эффективный поиск необходимой информации в российских и зарубежных источниках: нормативно-правовой документации, стандартов, научных публикации, технической документации; - уметь применять лексику и грамматику иностранного языка для перевода текста, содержание которого включает профессиональную лексику; - уметь анализировать, систематизировать и применять в профессиональной деятельности информацию, содержащуюся в документации профессиональной области.		

Критерии и методы оценки сформированности умений и практического опыта отражены в оценочных материалах учебной практики УП.04 Учебная практика по ПМ.04.

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ

СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

«ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

производственной практики

ПП.04. Производственная практика по ПМ.04.

для специальности *42.02.01 Реклама*

Якутск, 2024

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г.)

УТВЕРЖДАЮ
Директор АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»
_____ С.Н.Семенов
«15» 04 2024 г.

Рабочая программа производственной практики ПП.04. Производственная практика по ПМ.04. разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (далее – ФГОС СПО) *по специальности 42.02.01 Реклама,* утвержденного приказом Министерства просвещения РФ от 21.07.2023 г. № 552 (зарегистрирован в Минюсте РФ 22.08.2023 № 74908)

Организация-разработчик: АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»

Составитель:

Чиннова В.С., преподаватель

ОГЛАВЛЕНИЕ

	стр.
1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ	4
2. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ	6
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ	7
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ	8

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ
ПП.04. Производственная практика по ПМ.04.

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа ПП.04. Производственная практика по ПМ.04. является частью основной профессиональной образовательной программы СПО – программы подготовки специалистов среднего звена по специальности *42.02.01 Реклама***,** входящей в состав укрупненной группы специальностей *42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело*.

1.2. Место производственной практики в структуре образовательной программы:

ПП.04. Производственная практика по ПМ.04. является разделом образовательной программы и частью профессионального модуля ПМ.04., проходит концентрированно в течение двух недель.

1.3. Цели производственной практики – требования к результатам

Производственная практика направлена на приобретение практического опыта **ВД.04. Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий** и необходима для освоения общих (ОК) и профессиональных компетенций (ПК):

иметь практический опыт в:

$ПО_1$ – разработке творческих рекламных решений для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании;

$ПО_2$ – анализе маркетинговой ситуации для разработки творческих рекламных решений;

$ПО_3$ – создании рекламного контента (слогана, продающего текста или сценария для рекламного видео) и его размещении для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет;

Результатом освоения программы производственной практики ПП.04. является овладение обучающимися **профессиональными компетенциями (ПК):**

ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.

ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.

ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.

и **общими компетенциями (ОК)**:

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.

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

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

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.

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

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

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

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

1.4. Количество часов на освоение производственной практики

Общее количество часов – 72 часа (2 недели)

в том числе в форме практической подготовки – 72 часа

1.5. Формы промежуточной аттестации

4 семестр – дифференцированный зачет

2. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Содержание практики, виды работ, обеспечивающие приобретение практического опыта		Объем часов	В т.ч. практическая подготовка
Виды работ			
1	Знакомство с программой практики, сроками и условиями выполнения работ. Требования охраны труда	2	2
2	Знакомство с организацией. Знакомство с правилами внутреннего распорядка, рабочим местом и руководителем практики от организации. Знакомство с особенностями маркетинговой деятельности компании	4	4
3	Ознакомление с особенностями маркетинговой деятельности конкретной компании, Изучение технических средств, программных продуктов, применяемых для создания оригинал-макетов. Ознакомление с технологическим процессом разработки и создания рекламных материалов. Формирование идеи, инсайта и творческой концепции, развертывание рекламной кампании, выход рекламы, проверка результатов (обратная связь) Разработка рекламных модулей для СМИ. Создание пакета рекламной продукции для заказчика Работа с мультимедийными технологиями. Компьютерная графика Выполнение работ по заказу руководителя практики.	54	54
4	Составление отчета по практике	6	6
5	**Дифференцированный зачет**	**6**	6
	ВСЕГО:	**72**	**72**

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

3.1. Материально-техническое обеспечение

Реализация рабочей программы ПП.04. Производственная практика по ПМ.04. проходит в организациях различных форм собственности на основании заключенных договоров о практической подготовке.

3.2 Учебно-методическое обеспечение обучения

По ПП.04. Производственная практика по ПМ.04. создана учебно-методическая документация:

– Рабочая программа;

– Оценочные материалы.

3.3. Общие требования к организации практики

ПП.04. Производственная практика по ПМ.04. проводится концентрированно.

По результатам прохождения производственной практики обучающиеся сдают отчет и заполненный дневник практики.

Форма промежуточной аттестации – ***дифференцированный зачет.***

3.4. Кадровое обеспечение

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство производственной практикой:

<u>от колледжа:</u>

- преподаватель, имеющий высшее образование, соответствующее профилю преподаваемого профессионального модуля. Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы является обязательным. Преподаватели получают дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

<u>от организации:</u>

- работник, назначенный руководителем организации в соответствии с заключенным договором о практической подготовке.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ

Контроль и оценка результатов выполнения работ обучающимися осуществляется руководителями практики в ходе выполнения этих работ и во время дифференцированного зачета (сдача отчета).

Оценка качества освоения рабочей программы практики обучающимся включает текущий контроль и промежуточную аттестацию.

Код и наименование формируемых компетенций	***Практический опыт***	***Формы контроля и оценки результатов освоения***	
		Текущий контроль	***Промежуточная аттестация***
ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.	**иметь практический опыт в:** $ПО_1$ – разработке творческих рекламных решений для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании;	- *комплексный контроль в ходе выполнения видов работ*	- *дифференцированный зачет*
ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.	**иметь практический опыт в:** $ПО_2$ – анализе маркетинговой ситуации для разработки творческих рекламных решений;	- *комплексный контроль в ходе выполнения видов работ*	- *дифференцированный зачет*
ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.	**иметь практический опыт в:** $ПО_3$ – создании рекламного контента (слогана, продающего текста или сценария для рекламного видео) и его размещении для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет;	- *комплексный контроль в ходе выполнения видов работ*	- *дифференцированный зачет*

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся, не только сформированность профессиональных компетенций (ПК), но и **общих компетенций** (ОК):

Результаты (сформированные общие компетенции)	**Основные показатели оценки результата**	***Формы контроля и оценки результатов освоения***	
		Текущий контроль	***Промежуточная аттестация***
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам	- самостоятельно организует свою деятельность по выданным заданиям - умеет оценить свои возможности для выполнения поставленных целей, задач, заданий	*комплексный контроль в ходе выполнения видов работ*	- *дифференцированный зачет*
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	- осуществляет поиск информации в сети Интернет и различных электронных носителях - извлекает информацию с электронных носителей - использует средства ИТ для обработки и хранения информации - представляет информацию в различных формах с использованием разнообразного программного обеспечения - создает презентации в различных формах		
ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	- берет на себя ответственность за принятое решение/совершенный поступок - ответственно выполняет разовые/постоянные поручения в группе - может спрогнозировать результат - умеет оценить свои действия, поступки и проанализировать их - знает основную нормативную документацию по предпринимательской деятельности и может ее найти в поисковых системах; - определяет возможности/невозможности предпринимательства той или иной возникшей ситуации - успешно учится, выполняет повседневные поручения/обязанности, связанные с финансами (оплата проезда, покупка продуктов, обеда) - владеет навыками обращения с банковскими картами		
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	- устанавливает позитивный стиль общения - выбирает стиль общения в соответствии с ситуацией - признает чужое мнение - при необходимости отстаивает собственное мнение - принимает критику		

	- ведет деловую беседу в соответствии с этическими нормами - соблюдает официальный стиль при оформлении документов - выполняет письменные и устные рекомендации преподавателя - способен к эмпатии - организует коллективное обсуждение рабочей ситуации		
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	- умеет передавать информацию другому человеку - способен правильно формулировать свои мысли в устной и письменной формах - способен письменно оформлять свои мысли		
ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения	- не участвует в запрещенных группировках; - не проводит антироссийскую пропаганду; - уважительно относится к сверстникам, окружающим, старшим и младшим; - не хамит, не грубит - применяет в своем поведении стандарты антикоррупционного поведения		
ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;	- поддерживает чистоту в кабинете/лаборатории и на своем рабочем месте - адекватно реагирует на внезапное изменение ситуации (звонок, сирена, сигнал тревоги) - владеет информацией по рациональной организации технологического процесса - знает правила безопасного ведения работ		
ОК 08. Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе	- посещает учебные занятия, практику; - отсутствие пропусков по болезни - посещение спортивных секций в колледже и вне (по различным видам спорта)		

профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности.	- ведет здоровый образ жизни		
ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	- осуществлять эффективный поиск необходимой информации в российских и зарубежных источниках: нормативно-правовой документации, стандартов, научных публикации, технической документации; - уметь применять лексику и грамматику иностранного языка для перевода текста, содержание которого включает профессиональную лексику; - уметь анализировать, систематизировать и применять в профессиональной деятельности информацию, содержащуюся в документации профессиональной области.		

Критерии и методы оценки сформированности практического опыта отражены в оценочных материалах ПП.04.. Производственная практика по ПМ.04.

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

МДК.04.01. Проектирование, разработка творческой концепции и производство рекламного продукта

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

по выполнению курсового проекта

для специальности 42.02.01 Реклама

Якутск, 2024

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г.)

Методические указания составлены в соответствии с рабочей программой по ПМ.04. Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях

Разработчик: АНО СПО «Цифровой колледж Синергия»

Составитель:

Чиннова В.С., преподаватель

Пояснительная записка

Задачи курсового проекта: Формирование у обучающихся общих и профессиональных компетенций по профессиональному модулю ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях.

В процессе работы у обучающихся формируются общие компетенции (ОК):

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.

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

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

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.

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

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

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

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

и профессиональные компетенции (ПК):

ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.

ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.

ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.

1. Общие сведения

Тема курсового проекта выбирается из 4 направлений.

Направление 1: Разработка креативной стратегии и айдентики для нового продукта/бренда

Здесь фокус на создании "с нуля" всех ключевых элементов.

Тема: «Разработка креативной концепции и комплекта рекламных материалов для запуска нового продукта на рынок (на примере [кофейни / крафтового пива / экологичной косметики / мобильного приложения]».

Что предстоит сделать:

- Провести анализ рынка и целевой аудитории.
- Разработать название продукта (нейминг) и слоган.
- Создать визуальную айдентику: логотип, фирменные цвета, шрифты.
- Разработать ключевое визуальное сообщение (Key Visual) для кампании.
- Подготовить макеты для основных рекламных носителей: наружная реклама (билборд), реклама в социальных сетях (пост и сторис для Instagram/VK), баннерная реклама, буклет.

Тема: «Создание вербальной и визуальной платформы для локального бренда, ориентированного на молодежную аудиторию».

Что предстоит сделать:

- Определить ценности и уникальное торговое предложение (УТП) бренда.
- Разработать фирменный стиль, включая иллюстративный ряд и язык, понятный молодежи.
- Создать слоганы и сценарии для коротких видео (TikTok/Reels).
- Сделать макеты для стикеров в Telegram/VK, мерча (футболки, стикеры), рекламных постов.

Направление 2: Ребрендинг и обновление креативной коммуникации

Фокус на переосмыслении существующего бренда.

Тема: «Ребрендинг [городского кафе / магазина канцелярии / салона красоты]: разработка новой креативной стратегии и рекламных материалов».

Что предстоит сделать:

- Проанализировать текущий имидж бренда и выявить его слабые стороны.
- Предложить новую креативную идею и позиционирование.
- Обновить логотип и фирменный стиль.
- Создать серию рекламных плакатов (печатных и цифровых) с новым визуалом и вербальными сообщениями.
- Разработать макет витрины и входной группы.

Направление 3: Создание тематической рекламной кампании

Фокус на решении конкретной маркетинговой задачи через креатив.

Тема: «Разработка серии креативных материалов для социальной рекламной кампании " [например, "Осознанное потребление" / "Безопасность в интернете" / "Донорство крови"]"».

Что предстоит сделать:

- Сформулировать основную идею и месседж кампании.
- Создать провокационный или эмоциональный ключевой визуал.
- Разработать серию плакатов с разными слоганами, раскрывающими тему с разных сторон.
- Адаптировать материалы для размещения в социальных сетях (карточки для инфографики, шаблоны для сторис).
- Предложить сценарий для социального видеоролика (раскадровка).

Тема: «Создание креативных решений для продвижения мероприятия ([фестиваля уличной еды / музыкального концерта / выставки современного искусства])».

Что предстоит сделать:

- Разработать афишу события как основной носитель.
- Создать серию постов для социальных сетей с единым визуальным кодом (анонсы, анонсы спикеров/исполнителей, напоминания).
- Подготовить макеты для флаеров, билетов и бейджей.
- Предложить идеи для наружной рекламы в районе проведения мероприятия.

Направление 4: Специфика каналов коммуникации

Глубокое погружение в особенности одного или двух рекламных носителей.

Тема: «Особенности создания вербальных и визуальных сообщений для наружной рекламы (Out-of-Home)».

Что предстоит сделать:

- Исследовать принципы создания эффективных билбордов (лаконичность, читаемость, визуальный акцент).
- Разработать 3-4 варианта макетов для наружной рекламы для конкретного бренда (реального или вымышленного), демонстрирующих разные креативные подходы (игра шрифтов, минимализм, фотореализм и т.д.).
- Обосновать выбор шрифтов, цветов и композиции для каждого макета.

Тема: «Разработка контентной стратегии и креативных материалов для ведения аккаунта бренда в Instagram».

Что предстоит сделать:

- Разработать контент-план на месяц.
- Создать шаблоны для сторис (опросы, викторины, рубрики).

- Подготовить макеты для 6-9 постов в ленту, объединенных единой визуальной концепцией.
- Написать тексты для постов, отражающие голос бренда.
- Предложить идею и создать макет для баннера в шапке профиля.

Как выбрать и сузить тему:

1.Выберите сферу, которая вам интересна (мода, IT, еда, искусство, спорт). Работать будет гораздо легче.

2.Определите конкретный продукт/бренд/услугу**.** Лучше взять локальный бизнес или вымышленный бренд, чтобы не зависеть от реальных ограничений крупных компаний.

3.Уточните целевую аудиторию**.** Например, не просто "молодежь", а "студенты 18-22 лет, интересующиеся кино и видеоиграми".

Структура проекта

1.**Титульный лист** (оформляется по образцу).

2.**Содержание** (с указанием страниц).

3.**Введение:**

- Актуальность темы.
- Проблема проекта (какую маркетинговую или рекламную задачу предстоит решить).
- Цель проекта (что нужно создать, например: «разработать креативную концепцию и макеты...»).
- Задачи проекта (конкретные шаги для достижения цели: проанализировать, определить, разработать, создать).
- Объект и предмет исследования.
- Методы исследования (анализ, синтез, сравнение, опрос, визуальный анализ и т.д.).
- Практическая значимость работы.

4.**Основная часть (разделы):**

Раздел 1: Аналитический (Теоретико-методологический).

- Анализ рынка, товара/услуги/бренда.
- Анализ целевой аудитории (ЦА): портрет, потребности, боли, медиапредпочтения.
- Анализ конкурентов и их рекламных коммуникаций (SWOT-анализ, анализ сильных и слабых сторон рекламы).
- Выводы по аналитическому разделу, которые лягут в основу креативной стратегии.

Раздел 2: Проектный (Креативно-технологический).

- Разработка креативной стратегии: ключевая идея кампании (концепция, big idea), позиционирование.
- **Разработка вербальных сообщений:** нейминг (если нужен), слоганы, ключевые сообщения, тексты для носителей.

- **Разработка визуальных решений:** описание визуальной концепции (тональность, стиль, настроение), создание фирменного стиля (логотип, палитра, шрифты) или ключевого визуала (Key Visual).
- **Разработка креативных решений для рекламных носителей:** подробное описание и обоснование выбора каждого носителя (например, почему именно билборд и Instagram). Здесь же приводятся описания макетов.

5.**Экономическое обоснование (если требуется):**

- Примерная смета на производство и размещение разработанных рекламных материалов.

6.**Заключение:**

- Краткие выводы по всей работе.
- Оценка степени достижения цели.
- Описание полученных результатов и их практической ценности.

7.**Список использованных источников** (оформленный по ГОСТу).

8.**Приложения** (если есть: примеры анкет, полные таблицы данных, дополнительные эскизы и т.д.).

Графическое (практическое) приложение

Это **наглядное воплощение** вашего проекта, самое главное для демонстрации навыков. Оформляется в виде презентации (PowerPoint, Canva, Figma) или, реже, в виде отпечатанных планшетов.

Что должно входить:

- **Мудборд** (доска настроения), отражающий визуальную концепцию.
- **Фирменный стиль (если разрабатывался):**
  - Логотип (основной и дополнительные варианты).
  - Фирменная палитра цветов (с кодами PANTONE, CMYK, RGB).
  - Подборка шрифтов.
  - Примеры фирменных элементов (паттерны, иконки).
- **Макеты рекламных материалов на основных носителях (минимум 3-4 разных носителя):**
  - **Наружная реклама:** макет билборда, ситилайта.
  - **Печатная реклама:** макет плаката, флаера, буклета.
  - **Цифровая реклама:** макеты баннеров для сайтов, постов для социальных сетей (Instagram, VK), обложки сообщества.
  - **Сувенирная продукция:** макет нанесения на ручку, футболку, кружку и т.д.
- **Раскадровка** для видеоролика (если это предусмотрено темой).

Пример

Тема 1: «Разработка креативной концепции и комплекта рекламных материалов для запуска нового продукта на рынок (на примере крафтовой пивоварни «Hop & Malt»)»

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ

ГЛАВА 1. АНАЛИТИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ПРОЕКТА ПО СОЗДАНИЮ КРЕАТИВНОЙ КОНЦЕПЦИИ ДЛЯ ПИВОВАРНИ «HOP & MALT»

1.1. Анализ рынка крафтового пива в России и г. [город]: текущее состояние, тенденции и перспективы

1.2. Анализ целевой аудитории крафтовой пивоварни: выделение сегментов, портрет потребителя, ценности и медиапредпочтения

1.3. Анализ основных конкурентов: продукция, позиционирование и визуальная коммуникация (SWOT-анализ рекламной деятельности конкурентов)

1.4. Выводы по аналитической главе и определение стратегических ориентиров для креативной концепции

ГЛАВА 2. РАЗРАБОТКА КРЕАТИВНОЙ КОНЦЕПЦИИ И КОМПЛЕКТА РЕКЛАМНЫХ МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ ПИВОВАРНИ «HOP & MALT»

2.1. Разработка креативной стратегии: ключевая идея (Big Idea), позиционирование бренда и вербальная платформа (нейминг, слоганы, ключевые сообщения)

2.2. Разработка визуальной платформы бренда:

2.2.1. Концепция фирменного стиля: логотип, фирменная цветовая палитра, типографика

2.2.2. Разработка ключевого визуала (Key Visual) и иллюстративного ряда

2.3. Создание креативных решений для основных рекламных носителей:

2.3.1. Разработка макета для наружной рекламы (билборд 3х6 м): обоснование композиции, вербального и визуального сообщения

2.3.2. Разработка комплекта материалов для цифровой среды (социальные сети Instagram/VK): макеты постов, сторис, обложки сообщества

2.3.3. Разработка макета печатной продукции (буклет/листовка) для распространения в точках продаж и на мероприятиях

2.3.4. Разработка макета сувенирной продукции (брендированная пивная кружка)

2.4. Технические требования и рекомендации по производству рекламных материалов

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение А. Мудборд (доска настроения) визуальной концепции

Приложение Б. Полное гайдлайн фирменного стиля (логотип на фонах, конструктор бланка)

Приложение В. Макеты рекламных материалов в высоком разрешении

Тема 2: «Разработка серии креативных материалов для социальной рекламной кампании "Осознанное потребление: Вторая жизнь вещей"»

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ И АНАЛИЗ КОММУНИКАЦИОННОЙ СРЕДЫ

1.1. Специфика социальной рекламы: цели, задачи, особенности воздействия на целевую аудиторию

1.2. Анализ целевой аудитории кампании: сегментация (например, "активная молодежь", "ответственные родители"), ценности, барьеры и мотиваторы

1.3. Анализ существующих российских и зарубежных аналогов социальных кампаний в сфере экологии и осознанного потребления

1.4. Выводы по аналитической главе: определение ключевого сообщения и тональности будущей кампании

ГЛАВА 2. ПРОЕКТИРОВАНИЕ КРЕАТИВНОЙ КОНЦЕПЦИИ И РАЗРАБОТКА МАТЕРИАЛОВ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ

2.1. Разработка креативной концепции кампании «Вторая жизнь вещей»: основная идея, вербальная платформа (слоганы, призывы к действию)

2.2. Разработка визуальной стратегии кампании:

2.2.1. Визуальная метафора и выбор стилистики (например, "трансформация старого в новое")

2.2.2. Разработка ключевого визуала и графических элементов, объединяющих серию материалов

2.3. Создание серии креативных материалов для различных рекламных носителей:

2.3.1. Разработка серии из 3-х социальных плакатов (A2 format) с единой концепцией, но разными слоганами

2.3.2. Адаптация плакатов для цифровых носителей: макеты для наружной рекламы (пиллар) и баннерной рекламы

2.3.3. Разработка набора материалов для социальных сетей (Instagram): серия карточек-инфографик, шаблоны для сторис с интерактивными элементами (опросы, тесты)

2.3.4. Разработка раскадровки для 30-секундного социального видеоролика

2.4. Рекомендации по размещению и продвижению кампании

ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ПРОЕКТА

Примерная смета на производство и размещение разработанных рекламных материалов

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение А. Примеры аналогов социальной рекламы

Приложение Б. Макеты социальных плакатов в высоком разрешении

Приложение В. Полный комплект макетов для социальных сетей

Приложение Г. Раскадровка видеоролика

Тема 3: «**Роль ООН-рекламы и социальных сетей в комплексных коммуникационных стратегиях. Специфика восприятия сообщений в городской среде и цифровом пространстве»**

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ И АНАЛИТИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ СПЕЦИФИКИ РЕКЛАМНЫХ КАНАЛОВ

1.1. Специфика наружной рекламы (ООН) как канала коммуникации

1.1.1. Классификация носителей ООН (билборды, ситилайты, пиллары и пр.)

1.1.2. Психологические и медийные особенности восприятия ООН-рекламы: лаконичность, визуальный акцент, скорость восприятия.

1.1.3. Ключевые принципы создания эффективных вербальных и визуальных сообщений для ООН.

1.2. Специфика социальных сетей (на примере Instagram) как канала коммуникации

1.2.1. Особенности форматов контента: лента, сторис, рилсы.

1.2.2. Психология взаимодействия пользователя с контентом в социальных сетях: вовлеченность, интерактивность, сторителлинг.

1.2.3. Принципы создания эффективных вербальных и визуальных сообщений для Instagram.

1.3. Анализ бренда косметики «[Условное название, например, "Botanica"]», его целевой аудитории и позиционирования

1.4. Сравнительный анализ использования каналов ООН и Instagram ключевыми конкурентами бренда

ГЛАВА 2. ПРОЕКТИРОВАНИЕ КРЕАТИВНОЙ КОНЦЕПЦИИ И РАЗРАБОТКА АДАПТИРОВАННЫХ РЕКЛАМНЫХ МАТЕРИАЛОВ

2.1. Разработка единой креативной концепции кампании для бренда «Botanica»

2.1.1. Ключевая идея (Big Idea) и позиционирование.

2.1.2. Разработка вербальной платформы: основной слоган кампании, ключевые сообщения, tone of voice.

2.1.3. Разработка визуальной платформы: ключевой визуал, цветовая палитра, типографика, стиль фотографии.

2.2. Разработка и визуализация рекламных материалов для канала ООН

2.2.1. Обоснование выбора носителей: билборд 3х6 м и пиллар.

2.2.2. **Макет 1: Билборд.** Адаптация ключевой идеи: акцент на мощном визуале и максимально лаконичном слогане. Обоснование композиции, читаемости шрифта.

2.2.3. **Макет 2: Пиллар.** Адаптация концепции под вертикальный формат. Разработка динамичной композиции, привлекающей внимание с разных ракурсов.

2.3. Разработка и визуализация рекламных материалов для канала Instagram

2.3.1. Обоснование выбора форматов: пост в ленте, серия сторис, обложка хайлайта.

2.3.2. **Макет 1: Пост в ленте.** Адаптация ключевой идеи для вовлечения в ленте. Разработка структуры "визуал + текст + призыв к действию". Обоснование использования хештегов.

2.3.3. **Макет 2: Серия из 3-х сторис.** Адаптация концепции для интерактивного формата. Разработка сторителлинга, использование интерактивных стикеров (опрос, тест), адаптация вербальных сообщений под разговорный стиль.

2.3.4. **Макет 3: Статичный рилс/обложка для хайлайта.** Создание анимированного шаблона для видео и статичной обложки, поддерживающей общую визуальную эстетику.

2.4. Сравнительный анализ адаптации ключевой концепции под разные каналы коммуникации: синтез вербальных и визуальных изменений.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение А. Мудборд (доска настроения) визуальной концепции

Приложение Б. Гайдлайн по вербальным сообщениям (слоганы, tone of voice)

Приложение В. Макеты для наружной рекламы (билборд, пиллар) в высоком разрешении

Приложение Г. Макеты для социальных сетей (пост, сторис, обложка) в высоком разрешении

Приложение Д. Сравнительная таблица адаптации креативных решений для каналов OOH и Instagram

ЛИТЕРАТУРА

Нормативные акты

1. Закон РФ от 7 февраля 1992 г. № 2300-I "О защите прав потребителей"
2. Федеральный закон от 18 июля 1995 г. № 108-ФЗ «О рекламе»

Литература:

1. Боресков, А. В. Компьютерная графика : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. В. Боресков, Е. В. Шикин. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 219 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11630-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/518504 (дата обращения: 10.04.2024).
2. Домнин В. Н. Брендинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. Н. Домнин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 493 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13727-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/519431 (дата обращения: 10.04.2024).
3. Колошкина И. Е. Компьютерная графика : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. Е. Колошкина, В. А. Селезнев, С. А. Дмитроченко. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 233 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15862-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/510043 (дата обращения: 10.04.2024).
4. Трищенко Д. А. Техника и технологии рекламного видео : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Д. А. Трищенко. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 177 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12575-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/518451 (дата обращения: 10.04.2024).

Электронные образовательные ресурсы:

Сайты, блоги, электронные библиотеки

1. Официальный сайт журнала Индустрия рекламы. Сайт. [Электронный ресурс]. URL: http://www.ir-magazine.ru
2. Официальный сайт журнала Практики рекламы. [Электронный ресурс]. URL: http://www.prosmi.ru/magazine/practic
3. Официальный сайт журнала Рекламные идеи. [Электронный ресурс]. URL: http://www.advi.ru
4. Журнал «Реклама. Теория и практика». [Электронный ресурс]. URL: http://www.vsetrening.ru/magazine/grebennikov-advertising-practice/
5. Справочник от автор24. Маркетинговые исследования в рекламе [Электронный ресурс]. URL: Маркетинговые исследования в рекламе
6. Анализ рекламы: инструкция, как анализировать рекламу с примерами [Электронный ресурс]. URL: Анализ рекламы: инструкция, как анализировать рекламу с примерами

Дополнительная электронная литература/учебные пособия, материалы, статьи

1. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта: учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 502 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05261-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — [Электронный ресурс]. URL: https://urait.ru/bcode/535961

2. Видео Анимация Продукта для бизнеса. [Электронный ресурс]. URL: Видео анимация продукта для бизнеса - OnFocus Studio (onfocuspro.ru)

3. Колышкина, Татьяна Борисовна. Проектирование и оценка рекламного образа: учебное пособие для СПО/ Т. Б. Колышкина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина.2-е изд., испр. и доп. Электрон. дан. Москва: Юрайт, 2024.262 с. (Профессиональное образование) [Электронный ресурс]. URL: https://urait.ru/bcode/545458

Видеоматериалы/ виртуальные музеи/интерактивные презентации

1. Видео.6 способов создать цепляющие рекламные креативы для таргета. [Электронный ресурс]. URL: 6 способов создать цепляющие рекламные креативы для таргета 🔥

Тренажеры/ тесты/ кейсы/ материал для практикума/ бесплатные онлайн курсы

1. Фотошоп редактор. [Электронный ресурс]. URL: Photopea на русском языке - фотошоп онлайн фоторедактор

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

Проектирование, разработка творческой концепции и производство рекламного продукта

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
по выполнению самостоятельной работы
для специальности 42.02.01 Реклама

Якутск, 2024

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г.)

Методические указания составлены в соответствии с рабочей программой по профессиональному модулю ПМ.04. Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях

Разработчик: АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»

Составитель:
Чиннова В.С., преподаватель

1. Пояснительная записка

Самостоятельная работа студентов является одной из форм работы по междисциплинарному курсу МДК.04.01 Проектирование, разработка творческой концепции и производство рекламного продукта.

МДК.04.01 Проектирование, разработка творческой концепции и производство рекламного продукта является частью обязательного профессионального модуля ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях и изучается в течение одного семестра.

В результате освоения дисциплины обучающийся **должен**

уметь:

$У_1$ - создавать креативные продукты, производить видеорекламу, фотоизображения, полиграфическую продукцию;

$У_2$ - применять основные графические программы для разработки рекламного носителя и владеть элементарными навыками верстки;

$У_3$ - настраивать контекстную и таргетированную рекламу;

$У_4$ - проводить презентацию рекламного продукта;

знать:

$З_1$ – основы дизайна при проектировании рекламного продукта;

$З_2$ - приемы и методы проектирования рекламного продукта;

$З_3$ - офисные компьютерные программы, приложения и интернет сервисы маркетингового назначения;

С целью овладения профессиональными компетенциями (ПК):

ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.

ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.

ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.

и **общими компетенциями (ОК)**:

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.

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

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

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.

ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных

ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения.

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

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

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

Самостоятельная работа направлена на закрепление знаний и умений по междисциплинарному курсу.

Содержание самостоятельной работы по

теме 1.1. Технология создания рекламного продукта

Цель: для закрепления знаний

$З_1$ – основы дизайна при проектировании рекламного продукта;

$З_2$ - приемы и методы проектирования рекламного продукта;

$З_3$ - офисные компьютерные программы, приложения и интернет сервисы маркетингового назначения;

и формирования умений

$У_1$ - создавать креативные продукты, производить видеорекламу, фотоизображения, полиграфическую продукцию;

$У_2$ - применять основные графические программы для разработки рекламного носителя и владеть элементарными навыками верстки;

$У_3$ - настраивать контекстную и таргетированную рекламу;

$У_4$ - проводить презентацию рекламного продукта;

Количество часов – 4 часа

ВИДЫ РАБОТ

Кейс для самостоятельной работы:
«Детектив рекламного текста: Вскрывая коды бренда»

Студент: (ФИО)
Специальность: 42.02.01 Реклама

Введение в кейс

Представь, что ты - рекламный детектив. Твоя задача — не просто собрать и проанализировать тексты, а **раскрыть «лингвистический ДНК»** бренда. Как он говорит со своей аудиторией? Какие эмоции вызывает? Как строит доверие и подталкивает к действию?

Ты будешь исследовать не абстрактные объявления, а реальные бренды с ярко выраженной коммуникационной стратегией. Мы сосредоточимся на сфере, где текст играет первостепенную роль — **«премиальный сегмент и осознанное потребление»**.

Задача: Провести сравнительный анализ текстовых рекламных материалов двух брендов-конкурентов и выявить, как через слово формируется их уникальное ценностное предложение и имидж.

Этап 1: Следствие. Подборка материалов

Выбери **ОДНУ** из следующих пар брендов для своего расследования:

Пара А: Гастрономия

- **Бренд 1:** «Мясной Эпикурей» (премиум-мясная лавка)
- **Бренд 2:** «Фермерская правда» (сеть магазинов фермерских продуктов)

Пара Б: Косметика

- **Бренд 1:** «CosmoSofia» (люкс-косметика с научным подходом)
- **Бренд 2:** «Лесная аптека» (натуральная косметика ручной работы)

Что нужно собрать для каждого бренда (минимум 3 типа материалов на бренд):

1. **Посты в социальных сетях** (Instagram/VK): 2-3 поста (например, один продающий, один экспертный, один вовлекающий).
2. **Текст с официального сайта:** Главная страница, описание ключевой коллекции или услуги.
3. **E-mail рассылка** или текст из **рекламного баннера** (цифрового или печатного).
4. (Опционально) **Сторителлинг-пост** — текст, рассказывающий историю создания продукта или бренда.

Критерий отбора: материалы должны быть свежими (не старше 1-2 лет) и репрезентативными для текущей коммуникации бренда.

Этап 2: Криминалистическая лаборатория. Аналитическая таблица

Теперь занеси свои находки в «протокол» — аналитическую таблицу. Это сердце твоего расследования.

Структура аналитической таблицы:

Критерий анализа	Бренд 1: [Название] (Пример: "Мясной Эпикурей")	Бренд 2: [Название] (Пример: "Фермерская правда")	Выводы и инсайты
1. Целевая аудитория (ЦА)	Кому адресован текст? (возраст, статус, ценности). Например: "Для ценителей, разбирающихся в кулинарных тонкостях, ищущих уникальный продукт для особого случая."	Кому адресован текст? Например: "Для семейных людей, заботящихся о здоровом и качественном питании без "химии"."	Чем принципиально отличаются портреты ЦА?
2. Ключевое сообщение	Какая главная мысль в каждом тексте? (Не атрибуты, а ценность). Пример: "Не просто мясо, а произведение искусства для вашего стола. Вы — гурман."	Какая главная мысль? Пример: "Не просто продукты, а гарантия честности, пользы и заботы о семье."	Какая ценность ключевая для каждого бренда: гедонизм vs. забота?

Критерий анализа	Бренд 1: [Название] (Пример: "Мясной Эпикурей")	Бренд 2: [Название] (Пример: "Фермерская правда")	Выводы и инсайты
3. Лексика и стиль	Какие слова преобладают? (Термины, метафоры, простые слова). Пример: "Выдержанный", "мраморность", "арома-букет", "шеф-повар", "эксклюзив".	Какие слова преобладают? Пример: "Настоящий", "проверено", "с заботой", "свойский", "без ГМО", "деревенский".	Какой создается образ через словарь: "ресторанный критик" vs. "добрый сосед"?
4. Позиционирование	Как бренд себя представляет относительно конкурентов? Пример: "Мы — арбитр изысканного вкуса в мире мяса."	Как бренд себя представляет? Пример: "Мы — прямой проводник от честного фермера к вашему столу."	"Эксперт-визионер" vs. "Доверенный поставщик"?
5. Call to Action (Призыв к действию)	Какой призыв используется? Пример: "Узнайте секрет идеального стейка на нашем мастер-классе", "Подарите себе вкус совершенства."	Какой призыв используется? Пример: "Попробуйте разницу сегодня!", "Убедитесь в качестве лично."	"Приобщиться к искусству" vs. "Убедиться в очевидной выгоде"?
6. Эмоциональный окрас	Какие эмоции вызывает текст? (Восхищение, зависть, чувство принадлежности к элите, curiosity).	Какие эмоции вызывает текст? (Доверие, спокойствие, ностальгия, чувство безопасности).	Роскошь и амбиции vs. Уют и надежность?

Ожидаемый результат: Аналитическая записка

На основе таблицы напиши краткий отчет (1-1,5 страницы), который ответит на главный вопрос:

«Как с помощью текстовых рекламных материалов два бренда из одной категории создают принципиально разные образы и привлекают разную аудиторию?»

Структура отчета:

1. **Введение:** Представь бренды и цель анализа.
2. **Основная часть:** Опиши ключевые находки по каждому критерию из таблицы, подкрепляя их примерами. Не просто пересказывай таблицу, а ищи взаимосвязи.
3. **Заключение и рекомендации:** Сформулируй, какой бренд, на твой взгляд, коммуницирует более эффективно и почему. Дай одну конкретную рекомендацию для каждого бренда по улучшению их текстовой стратегии. Например: "Бренду 'Мясной Эпикурей' я рекомендую добавить в блог больше историй о фермерах, чтобы добавить "человеческого тепла" своему имиджу. А бренду 'Фермерская правда' — использовать больше конкретных цифр и фактов о пользе, чтобы усилить доверие."

Критерии оценки:

- Полнота подборки (10%)
- Глубина и структурированность анализа в таблице (50%)
- Логичность и обоснованность выводов в отчете (30%)
- Оформление и грамотность (10%)

Содержание самостоятельной работы по

теме 1.2. Фирменный стиль

Цель: для закрепления знаний

$З_1$ – основы дизайна при проектировании рекламного продукта;

$З_2$ - приемы и методы проектирования рекламного продукта;

$З_3$ - офисные компьютерные программы, приложения и интернет-сервисы маркетингового назначения;

и формирования умений

$У_1$ - создавать креативные продукты, производить видеорекламу, фотоизображения, полиграфическую продукцию;

$У_2$ - применять основные графические программы для разработки рекламного носителя и владеть элементарными навыками верстки;

$У_3$ - настраивать контекстную и таргетированную рекламу;

$У_4$ - проводить презентацию рекламного продукта;

Количество часов – 8 часов

ВИДЫ РАБОТ

Легенда кейса

Ты — начинающий арт-директор в студии дизайна. К тебе обратился владелец локального бизнеса, который находится в твоем городе (или вымышленном городе «N»). Бизнес успешен, но его визуальное оформление устарело, не запоминается и не отражает сути бренда. Владелец просит тебя разработать концепцию нового фирменного стиля, которая поможет бизнесу выделиться, привлечь новую аудиторию и увеличить продажи.

Выбери ОДИН из вариантов бизнеса для работы:

1. «Кофейня "У Старого Порта"»
   - *Проблема:* Вывеска и меню выглядят как в 90-х. Название говорит о романтике порта, а в интерьере и логотипе этого не отражено. Нет узнаваемости среди молодежи.
   - *Задача:* Создать стиль, который передаст атмосферу уюта, морской романтики и современности.
2. «Книжный магазин "Чердак"»
   - *Проблема:* Магазин находится на втором этаже старого дома. О нем знают только завсегдатаи. Визуально он неотличим от библиотеки. Название интересное, но не обыгранное.
   - *Задача:* Разработать стиль, который создаст образ «места для своих», интеллектуального клуба и книжного тайника.
3. «Студия йоги "Равновесие"»
   - *Проблема:* Использует стандартные клипартные изображения лотосов и бабочек. Выглядит как все остальные студии. Не передает современный, динамичный и доступный подход к практике.

- *Задача:* Создать стиль, который будет отражать гармонию, современность и энергию, при этом быть строгим и элегантным.

Задачи и этапы работы

Этап 1. Аналитический (Презентация, слайды 1-3)

1. Описание бизнеса и ЦА: Кратко опиши выбранный бизнес, его уникальное торговое предложение (УТП) и портрет целевой аудитории (возраст, интересы, образ жизни).
2. Анализ текущего положения (Гипотеза): Опиши, как, по твоему мнению, выглядит текущий стиль этого бизнеса (или подобных ему). В чем его главные проблемы? (Например: "незапоминающийся логотип", "несовременная цветовая палитра", "отсутствие единой системы").
3. Анализ 1-2 конкурентов: Покажи примеры визуального стиля прямых конкурентов. Что у них хорошо, а что плохо? Как твоему бренду выделиться на их фоне?

Этап 2. Концептуальный (Презентация, слайды 4-5)

1. Концепция и ключевая идея: Сформулируй основную идею будущего стиля. Это должна быть не просто картинка, а мысль.
    - *Пример для кофейни "У Старого Порта":* Концепция «Морские узлы». Узел — как символ связи времен, надежности и искусства (как и приготовление хорошего кофе).
    - *Пример для книжного "Чердака":* Концепция «Запыленные страницы, яркие мысли». Визуальная метафора — луч света из окна чердака, который выхватывает из темноты корешок книги.
2. Настроение бренда (Moodboard): Создай мудборд — коллаж из изображений, цветов, текстур и шрифтов, которые передают настроение твоей концепции. Это визуальное обоснование твоих будущих решений.

Этап 3. Разработка базовых элементов (Презентация, слайды 6-10)

Разработай и визуализируй основные элементы фирменного стиля:

1. Логотип: Представь основной и, возможно, упрощенный вариант (знак + шрифтовая часть). Объясни, как он связан с концепцией.
2. Фирменная цветовая палитра: Представь 2-3 основных и 1-2 дополнительных цвета. Дай им названия (не просто "синий", а "Глубокий аквамарин").
3. Фирменная шрифтовая пары: Подбери 1-2 шрифта (для заголовков и основного текста). Объясни свой выбор (строгий, современный, классический и т.д.).
4. Фирменные графические элементы: Что будет "держать" стиль? Это могут быть узоры, текстуры, иконки, рамки, особый способ обработки фото.
    - *Пример для кофейни:* графический элемент — стилизованное изображение морского узла или волны.
    - *Пример для книжного:* графический элемент — текстура старых, пожелтевших страниц или форма корешка книги.

Этап 4. Демонстрация применения (Презентация, слайды 11-15)
Покажи, как твой фирменный стиль будет работать в реальной жизни. Сделай макеты (можно с помощью шаблонов или простых программ):

- Бланк и визитка
- Пакет или стаканчик для кофе / Книжная сумка-шопер
- Пост для Instagram
- Вывеска над входом

Требования к оформлению работы

Работа выполняется в формате презентации (Google Slides, PowerPoint или аналоги).
Объем: 12-15 слайдов.
Каждый слайд должен быть подписан, дизайн — аккуратный и понятный.
Работа должна демонстрировать не только творческие способности, но и логику, стратегию и системный подход.

Критерии оценки:

- Глубина аналитического этапа (20%)
- Оригинальность и проработанность концепции (25%)
- Качество и целостность визуальных элементов (лого, цвет, шрифты) (30%)
- Демонстрация применения стиля на носителях (20%)
- Аккуратность и ясность подачи в презентации (5%)

Содержание самостоятельной работы по

теме 1.3. Творческая концепция в рекламе

Цель: для закрепления знаний

$З_1$ – основы дизайна при проектировании рекламного продукта;

$З_2$ - приемы и методы проектирования рекламного продукта;

$З_3$ - офисные компьютерные программы, приложения и интернет сервисы маркетингового назначения;

и формирования умений

$У_1$ - создавать креативные продукты, производить видеорекламу, фотоизображения, полиграфическую продукцию;

$У_2$ - применять основные графические программы для разработки рекламного носителя и владеть элементарными навыками верстки;

$У_3$ - настраивать контекстную и таргетированную рекламу;

$У_4$ - проводить презентацию рекламного продукта;

Количество часов – 18 часов

ВИДЫ РАБОТ

Задание 1: Аналитическое. «Вскрытие творческой концепции»

Формат: Индивидуальный аналитический отчет или презентация.

Задача:

1.Выбери одну известную рекламную кампанию (например, от брендов: Apple, Nike, Coca-Cola, IKEA, «Додо Пицца», Сбер и т.д.).

2.Проведи её анализ по следующему плану:

- Бренд и продукт: Что рекламируется?
- Целевая аудитория и задача: Кому и что хотели сказать?
- Ключевая идея (Концепция): Какую одну главную мысль передает кампания? (Например, не «прочные кроссовки», а «преодолей себя»).
- Творческая стратегия: Как идея воплощается?
- Big Idea: Какова центральная метафора или история?
- Реализация: Какие каналы использованы (видео, наружка, digital)?
- Визуальный ряд и слоган: Как они работают на концепцию?

Выводы: Насколько эффективна эта концепция? Почему она запоминается (или нет)?

Результат: Презентация на 5-7 слайдов или письменный отчет (1.5-2 страницы) с визуальными примерами.

Задание 2: Практическое. «Концепт для локального бренда»

Формат: Индивидуальный или мини-групповой (2-3 человека) творческий проект.

Задача:

Представь, что к тебе обратился владелец небольшого бизнеса в твоем городе (например, антикафе, крафтовая пекарня, студия ароматов, зоогостиница). Его реклама неэффективна и не имеет единой идеи.

1.Погружение: Проведи мини-анализ бизнеса, его ЦА и конкурентов.

2.Разработка концепции:

- Назови свою концепцию (например, «Пекарня "Хлебный путь"» -> концепция «Вкус, который вернул тебя в детство»).
- Сформулируй ключевое сообщение для ЦА.
- Придумай визуальный ключ (описание или коллаж-набросок): какая будет атмосфера, цвета, образы?
- Напиши 3 варианта слогана, отражающих концепцию.
- Предложи 2-3 креативные рекламные акции в рамках этой концепции (например, для пекарни: «Вечер забытых рецептов от бабушки»).

Результат: Креативный бриф или короткая презентация, визуализирующая основную идею.

Задание 3: Креативное. «Метафорический взгляд»

Формат: Индивидуальная творческая работа.

Задача:

Выбери один обычный продукт из списка ниже. Твоя задача — придумать для него три разные творческие концепции, каждая из которых будет основана на своей метафоре.

- Продукты на выбор: Зонт, настольная лампа, зубная щетка, дверной звонок, гречка.

Пример для «Зонта»:

- Концепция 1 (Метафора «Личный щит»): Слоган — «Непогода бессильна». Визуал: зонт как щит рыцаря, от которого «отскакивают» капли-стрелы.
- Концепция 2 (Метафора «Цветок в городе»): Слоган — «Расцветай даже в дождь». Визуал: раскрывающийся зонт анимирован как распускающийся бутон на сером фоне мегаполиса.
- Концепция 3 (Метафора «Личное небо»): Слоган — «Ваша погода — в ваших руках». Визуал: на внутренней стороне купола зонта изображено чистое голубое небо с облаками.

Результат: Файл с описанием трех концепций для выбранного продукта по схеме: «Продукт -> Метафора -> Концепция (название) -> Ключевое сообщение -> Визуальный образ (описание) -> Слоган».

Задание 4: Сравнительное. «Один продукт — два подхода»

Формат: Индивидуальное аналитическое исследование.

Задача:

1.Выбери категорию товара (например, кофе, автомобили, газированные напитки, смартфоны, банковские карты).

2.Найди двух ярких представителей этой категории, которые явно ориентированы на РАЗНУЮ аудиторию (например, кофе: Jacobs vs. Paulig; автомобили: Lada vs. BMW).

3.Сравни их рекламные кампании по критериям:

- Целевая аудитория (портреты).
- Творческая концепция каждого бренда (какие ценности и эмоции они продают?).
- Визуальный ряд, герои, слоганы.

- Вывод: Как разные концепции работают на разные сегменты рынка?

Результат: Сравнительная таблица и краткий аналитический вывод (1 страница).

Задание 5: Стратегическое. «Перезапуск бренда»

Формат: Проектная работа (можно в мини-группах).

Задача:

Выбери бренд, чья реклама, на твой взгляд, устарела, стала неэффективной или скучной.

1. Диагностика: В чем проблема текущей концепции? Почему она не работает?
2. Разработка новой концепции:
   - Обоснование: Почему новая концепция будет более эффективной?
   - Название и суть новой концепции.
   - Ключевое сообщение.
   - Креативная идея для запуска кампании: Опиши один ключевой рекламный ролик, акцию или digital-кампанию, которая ярко иллюстрирует новую концепцию.

Результат: Презентация «Креативный брифинг на перезапуск бренда» с обоснованием и визуализацией ключевой идеи.

Общие критерии для всех проектов

Эти критерии оценивают общие навыки презентации и коммуникации.

Критерий	**Что оценивается?**	**Баллы**
Структура и логика выступления	Четкость, последовательность изложения (введение-основная часть-заключение). Легко ли следить за ходом мысли?	0-5
Качество презентационных материалов	Аккуратность, визуальная привлекательность слайдов. Соответствие дизайна теме проекта. Наличие и уместность визуальных примеров.	0-5
Культура речи и уверенность	Грамотность, темп речи, контакт с аудиторией. Уверенные ответы на вопросы.	0-5
Соблюдение регламента	Умение уложиться в отведенное время (например, 7-10 минут).	0-3
	ИТОГО:	**18**

ЛИТЕРАТУРА

Нормативные акты

1. Закон РФ от 7 февраля 1992 г. № 2300-I "О защите прав потребителей"
2. Федеральный закон от 18 июля 1995 г. № 108-ФЗ «О рекламе»

Литература:

1. Боресков, А. В. Компьютерная графика : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. В. Боресков, Е. В. Шикин. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 219 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11630-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/518504 (дата обращения: 10.04.2024).

2. Домнин В. Н. Брендинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. Н. Домнин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 493 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13727-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/519431 (дата обращения: 10.04.2024).

3. Колошкина И. Е. Компьютерная графика : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. Е. Колошкина, В. А. Селезнев, С. А. Дмитроченко. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 233 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15862-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/510043 (дата обращения: 10.04.2024).

4. Трищенко Д. А. Техника и технологии рекламного видео : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Д. А. Трищенко. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 177 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12575-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/518451 (дата обращения: 10.04.2024).

Электронные образовательные ресурсы:

Сайты, блоги, электронные библиотеки

1. Официальный сайт журнала Индустрия рекламы. Сайт. [Электронный ресурс]. URL: http://www.ir-magazine.ru

2. Официальный сайт журнала Практики рекламы. [Электронный ресурс]. URL: http://www.prosmi.ru/magazine/practic

3. Официальный сайт журнала Рекламные идеи. [Электронный ресурс]. URL: http://www.advi.ru

4. Журнал «Реклама. Теория и практика». [Электронный ресурс]. URL: http://www.vsetrening.ru/magazine/grebennikov-advertising-practice/

5. Справочник от автор24. Маркетинговые исследования в рекламе [Электронный ресурс]. URL: Маркетинговые исследования в рекламе

6. Анализ рекламы: инструкция, как анализировать рекламу с примерами [Электронный ресурс]. URL: Анализ рекламы: инструкция, как анализировать рекламу с примерами

Дополнительная электронная литература/учебные пособия, материалы, статьи

1. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта: учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 502 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05261-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — [Электронный ресурс]. URL: https://urait.ru/bcode/535961

2. Видео Анимация Продукта для бизнеса. [Электронный ресурс]. URL: Видео анимация продукта для бизнеса - OnFocus Studio (onfocuspro.ru)

3. Колышкина, Татьяна Борисовна. Проектирование и оценка рекламного образа: учебное пособие для СПО/ Т. Б. Колышкина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина.2-е изд., испр. и доп. Электрон. дан. Москва: Юрайт, 2024.262 с. (Профессиональное образование) [Электронный ресурс]. URL: https://urait.ru/bcode/545458

Видеоматериалы/ виртуальные музеи/интерактивные презентации

1. Видео.6 способов создать цепляющие рекламные креативы для таргета. [Электронный ресурс]. URL: 6 способов создать цепляющие рекламные креативы для таргета 🔥

Тренажеры/ тесты/ кейсы/ материал для практикума/ бесплатные онлайн курсы

1. Фотошоп редактор. [Электронный ресурс]. URL: Photopea на русском языке - фотошоп онлайн фоторедактор

Проектирование, разработка творческой концепции и производство рекламного продукта

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
по выполнению самостоятельной работы
для специальности 42.02.01 Реклама

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ «ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г.)

УТВЕРЖДАЮ
Директор АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»
_____ С.Н.Семенов
«15» 04 2024 г.

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

для промежуточной аттестации

по междисциплинарному курсу

МДК.04.01 Проектирование, разработка творческой концепции и производство рекламного продукта

для специальности 42.02.01 Реклама

Разработчик:
Чиннова В.С., преподаватель АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»

Якутск, 2024

Пояснительная записка

Оценочные материалы для промежуточной аттестации по междисциплинарному курсу МДК.04.01 Проектирование, разработка творческой концепции и производство рекламного продукта предназначены для оценки достижений запланированных результатов по дисциплине, общих и профессиональных компетенций обучающихся *по специальности 42.02.01 Реклама.*

1. Оценка достижения результатов

В результате освоения междисциплинарного курса МДК.04.01 Проектирование, разработка творческой концепции и производство рекламного продукта обучающийся должен

знать:

$З_1$ – основы дизайна при проектировании рекламного продукта;

$З_2$ - приемы и методы проектирования рекламного продукта;

$З_3$ - офисные компьютерные программы, приложения и интернет-сервисы маркетингового назначения;

уметь:

$У_1$ - создавать креативные продукты, производить видеорекламу, фотоизображения, полиграфическую продукцию;

$У_2$ - применять основные графические программы для разработки рекламного носителя и владеть элементарными навыками верстки;

$У_3$ - настраивать контекстную и таргетированную рекламу;

$У_4$ - проводить презентацию рекламного продукта;

с целью овладения профессиональными компетенциями (ПК):

ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.

ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.

ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.

и **общими компетенциями (ОК)**:

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

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

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

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;

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

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

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

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

Форма промежуточной аттестации – **экзамен**
Вид – защита выполненных проектов

Общие критерии для всех проектов

Эти критерии оценивают общие навыки презентации и коммуникации.

Критерий	Что оценивается?	Баллы
Структура и логика выступления	Четкость, последовательность изложения (введение-основная часть-заключение). Легко ли следить за ходом мысли?	0-5
Качество презентационных материалов	Аккуратность, визуальная привлекательность слайдов. Соответствие дизайна теме проекта. Наличие и уместность визуальных примеров.	0-5
Культура речи и уверенность	Грамотность, темп речи, контакт с аудиторией. Уверенные ответы на вопросы.	0-5
Соблюдение регламента	Умение уложиться в отведенное время (например, 7-10 минут).	0-3
	ИТОГО:	**18**

Специфические критерии по типам проектов

1. Критерии для защиты задания «Аналитическое. Вскрытие творческой концепции»

Критерий	Что оценивается?	Баллы
Глубина и точность анализа	Насколько точно студент выделил целевую аудиторию, задачу кампании и главную идею (Big Idea). Не путает ли идею с продуктом?	0-10
Декомпозиция концепции	Умение показать, как конкретные элементы (визуал, слоган, каналы) работают на реализацию основной концепции.	0-10
Обоснованность выводов	Логичность и аргументированность выводов об эффективности концепции. Выводы вытекают из анализа.	0-7
Ответы на вопросы	Способность аргументировать свою точку зрения, углубиться в детали анализа.	0-5
	ИТОГО:	**32**

2. Критерии для защиты задания «Практическое. Концепт для локального бренда»

Критерий	Что оценивается?	Баллы
Обоснованность концепции	Логическая связка: анализ бизнеса/ЦА -> ключевая идея. Понятно, ПОЧЕМУ была выбрана именно такая концепция.	0-10
Оригинальность и проработанность идеи	Уровень креативности. Идея не банальна, но и не абсурдна для бизнеса. Концепция целостная и детализированная.	0-10
Качество визуализации и слоганов	Визуальный ключ и слоганы точно отражают концепцию, работают на целевую аудиторию.	0-7
Практическая применимость	Предложенные рекламные акции реалистичны и логично вытекают из концепции.	0-6
	ИТОГО:	**33**

3. Критерии для защиты задания «Креативное. Метафорический взгляд»

Критерий	Что оценивается?	Баллы
Разнообразие и нетривиальность метафор	Три концепции действительно разные и не являются очевидными. Метафоры интересны и уместны.	0-10
Раскрытие метафоры в концепции	Насколько полно и убедительно метафора развита в законченную концепцию (от названия до слогана).	0-10
Соответствие продукту	Все концепции, несмотря на креативность, остаются релевантными продукту и его функциям.	0-7
Презентация идей	Яркость, образность и убедительность представления каждой из трех концепций.	0-5
	ИТОГО:	**32**

4. Критерии для защиты задания «Сравнительное. Один продукт — два подхода»

Критерий	Что оценивается?	Баллы
Корректность выбора кейсов	Бренды действительно являются релевантными конкурентами, но с разной ЦА и позиционированием.	0-5
Четкость сравнительного анализа	Противоставление концепций показано ясно и наглядно (например, через таблицу). Различия подчеркнуты.	0-10
Глубина стратегических выводов	Студент делает вывод не о том, «какая реклама красивее», а о том, как разные концепции решают разные бизнес-задачи для разных аудиторий.	0-10
Качество примеров	Подбор рекламных материалов точно иллюстрирует тезисы студента.	0-7
	ИТОГО:	**32**

5. Критерии для защиты задания «Стратегическое. Перезапуск бренда»

Критерий	Что оценивается?	Баллы
Доказательность «диагноза»	Студент приводит веские аргументы и примеры, почему текущая концепция устарела/неэффективна.	0-7
Стратегическое обоснование новой концепции	Понятно, как новая концепция исправляет ошибки старой и решает конкретные бизнес-задачи (привлечение новой аудитории, изменение имиджа и т.д.).	0-10
Сила и целостность новой концепции	Новая идея является креативной, запоминающейся и единой для всех элементов.	0-10
Убедительность ключевой креативной идеи	Опираясь на новую концепцию, студент предлагает strong, детализированную и эффектную идею для запуска кампании.	0-5
	ИТОГО:	**32**

Перевод баллов в оценку

отлично	**хорошо**	**удовлетворительно**	**неудовлетворительно**
52-41 балл	**31-40 баллов**	**21-30 баллов**	**0-20 баллов**
Проект полностью выполнен, защита блестящая, все критерии раскрыты глубоко и аргументированно	Проект выполнен хорошо, но есть небольшие недочеты в анализе или обосновании. Защита уверенная	Проект выполнен на минимально допустимом уровне. Критерии соблюдены, но раскрыты поверхностно. Студент испытывает трудности при ответах на вопросы	Проект не выполнен, либо концепция не понята, анализ отсутствует

1.2. Оценка освоения компетенций

Оценка освоения ***профессиональных компетенций (ПК)*** осуществляется через проверку знаний и умений, а именно

Результат (профессиональные компетенции)	*Основные показатели*
ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании. ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании. ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.	**знать:** $З_1$ – основы дизайна при проектировании рекламного продукта; $З_2$ - приемы и методы проектирования рекламного продукта; $З_3$ - офисные компьютерные программы, приложения и интернет-сервисы маркетингового назначения; **уметь:** $У_1$ - создавать креативные продукты, производить видеорекламу, фотоизображения, полиграфическую продукцию; $У_2$ - применять основные графические программы для разработки рекламного носителя и владеть элементарными навыками верстки; $У_3$ - настраивать контекстную и таргетированную рекламу; $У_4$ - проводить презентацию рекламного продукта;

Оценка ***общих компетенций (ОК)*** выставляется в результате наблюдения в течение семестра по следующим критериям:

Результат (общие компетенции)	**Основные показатели**
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам	- самостоятельно организует свою деятельность по выданным заданиям - умеет оценить свои возможности для выполнения поставленных целей, задач, заданий
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	- осуществляет поиск информации в сети Интернет и различных электронных носителях - извлекает информацию с электронных носителей - использует средства ИТ для обработки и хранения информации - представляет информацию в различных формах с использованием разнообразного программного обеспечения - создает презентации в различных формах
ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере,	- берет на себя ответственность за принятое решение/совершенный поступок - ответственно выполняет разовые/постоянные поручения в группе - может спрогнозировать результат - умеет оценить свои действия, поступки и проанализировать их - знает основную нормативную документацию по

использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	предпринимательской деятельности и может ее найти в поисковых системах; - определяет возможности/невозможности предпринимательства той или иной возникшей ситуации - успешно учится, выполняет повседневные поручения/обязанности, связанные с финансами (оплата проезда, покупка продуктов, обеда) - владеет навыками обращения с банковскими картами - действия обучающегося не выходят за рамки правовой сферы
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	- устанавливает позитивный стиль общения - выбирает стиль общения в соответствии с ситуацией - признает чужое мнение - при необходимости отстаивает собственное мнение - принимает критику - ведет деловую беседу в соответствии с этическими нормами - соблюдает официальный стиль при оформлении документов - выполняет письменные и устные рекомендации преподавателя - способен к эмпатии - организует коллективное обсуждение рабочей ситуаци
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	- умеет передавать информацию другому человеку - способен правильно формулировать свои мысли в устной и письменной формах - способен письменно оформлять свои мысли
ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения	- не участвует в запрещенных группировках; - не проводит антироссийскую пропаганду; - уважительно относится к сверстникам, окружающим, старшим и младшим; - не хамит, не грубит - применяет в своем поведении стандарты антикоррупционного поведения
ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;	- поддерживает чистоту в кабинете/лаборатории и на своем рабочем месте - адекватно реагирует на внезапное изменение ситуации (звонок, сирена, сигнал тревоги) - владеет информацией по рациональной организации технологического процесса - знает правила безопасного ведения работ
ОК 08. Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления	- посещает учебные занятия, практику; - отсутствие пропусков по болезни - посещение спортивных секций в колледже и вне (по

здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности.	различным видам спорта) - ведет здоровый образ жизни
ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках [1].	- осуществлять эффективный поиск необходимой информации в российских и зарубежных источниках: нормативно-правовой документации, стандартов, научных публикации, технической документации; - уметь применять лексику и грамматику иностранного языка для перевода текста, содержание которого включает профессиональную лексику; - уметь анализировать, систематизировать и применять в профессиональной деятельности информацию, содержащуюся в документации профессиональной области.

Критерии

2 балла - компетенция проявляется постоянно в полной мере (сформирована полностью);

1 балл - компетенция проявляется иногда или неполностью

0 баллов - компетенция не проявляется (не сформирована).

[1] Выделенное курсивом не формируется в рамках данной дисциплины

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г.)

УТВЕРЖДАЮ
Директор АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»
_____ С.Н.Семенов
«15» 04 2024 г.

Оценочные материалы
для промежуточной аттестации
по учебной практике

УП.04. Учебная практика по ПМ.04

для специальности 42.02.01 Реклама

Составил:
Чиннова В.С., преподаватель

Якутск, 2024

Пояснительная записка

Оценочные материалы для промежуточной аттестации по учебной практике УП.04. Учебная практика по ПМ.04 разработаны для оценки запланированных результатов:

- умений,
- практического опыта обучающихся,
- общих (ОК),
- профессиональных компетенций (ПК) *по специальности 42.02.01 Реклама.*

1.1. Оценка освоения результатов учебной практики

Учебная практика является частью профессионального модуля ПМ.04. Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях и проводится в течение 3х семестров.

В результате прохождения учебной практики УП.04. Учебная практика по ПМ.04 обучающийся должен

уметь:

$У_1$ - создавать креативные продукты, производить видеорекламу, фотоизображения, полиграфическую продукцию;

$У_2$ - применять основные графические программы для разработки рекламного носителя и владеть элементарными навыками верстки;

$У_3$ - настраивать контекстную и таргетированную рекламу;

$У_4$ - проводить презентацию рекламного продукта;

иметь практический опыт в:

$ПО_1$ – разработке творческих рекламных решений для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании;

$ПО_2$ – анализе маркетинговой ситуации для разработки творческих рекламных решений;

$ПО_3$ – создании рекламного контента (слогана, продающего текста или сценария для рекламного видео) и его размещении для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет;

В результате выполнения работ по учебной практике должны быть сформированы **профессиональные компетенции (ПК):**

ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.

ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.

ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.

и **общие компетенции (ОК)**:

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

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

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

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;

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

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

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

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

Форма промежуточной аттестации - **дифференцированный зачет**

Дифференцированный зачет по учебной практике выставляется на основании характеристики профессиональной деятельности студента на практике с указанием видов работ, выполненных обучающимся во время практики, их объема, качества выполнения в соответствии с технологией и аттестационного листа.

1.2. Процедура защиты учебной практики

Защита учебной практики проводится в форме собеседования при наличии:
- выполненных практических заданий во время учебной практики;
- аттестационного листа по учебной практике.

по следующим критериям:

Оценка	Критерии оценивания
«Отлично»	обучающийся выполнил все виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью, на оценку «отлично», овладел практическими умениями или навыками (опытом) и компетенциями в полном объеме. Высокий уровень соблюдения учебной дисциплины. Аттестационный лист на обучающегося содержит итоговую оценку «отлично».
«Хорошо»	обучающийся выполнил все виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью, с незначительными ошибками, овладел практическими умениями или навыками (опытом) и компетенциями в объеме не менее чем на 70 %. Средний уровень соблюдения учебной дисциплины. Аттестационный лист на обучающегося содержит итоговую оценку «хорошо».
«Удовлетворительно»	обучающийся выполнил не все виды работ или все виды работ со значительными нарушениями, овладел практическими умениями или навыками (опытом) и компетенциями в объеме не менее чем на 51%. Низкий уровень соблюдения учебной дисциплины Аттестационный лист на обучающегося содержит итоговую оценку «удовлетворительно».
«Неудовлетворительно»	обучающийся выполнил менее чем 51% виды работ либо выполнял их с грубейшими нарушениями и не овладел профессиональными умениями или навыками (опытом) и компетенциями в объеме, закрепленном рабочей программой практической подготовки. Аттестационный лист составлен на оценку «неудовлетворительно».

Оценка освоения компетенций

Оценка ***общих компетенций (ОК)*** выставляется в результате наблюдения в течение семестра по следующим критериям:

Результат **(общие компетенции)**	**Основные показатели**
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам	- самостоятельно организует свою деятельность по выданным заданиям - умеет оценить свои возможности для выполнения поставленных целей, задач, заданий по дисциплине
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	- осуществляет поиск информации в сети Интернет и различных электронных носителях - извлекает информацию с электронных носителей - использует средства ИТ для обработки и хранения информации - представляет информацию в различных формах с использованием разнообразного программного обеспечения - создает презентации в различных формах
ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую *деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях*[1]	- берет на себя ответственность за принятое решение/совершенный поступок - ответственно выполняет разовые/постоянные поручения в группе - может спрогнозировать результат - умеет оценить свои действия, поступки и проанализировать их - действия обучающихся не выходят за рамки правовой сферы
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	- устанавливает позитивный стиль общения - выбирает стиль общения в соответствии с ситуацией - признает чужое мнение - при необходимости отстаивает собственное мнение - принимает критику - ведет деловую беседу в соответствии с этическими нормами - соблюдает официальный стиль при оформлении документов - выполняет письменные и устные рекомендации преподавателя - способен к эмпатии - организует коллективное обсуждение рабочей ситуации
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей	- умеет передавать информацию другому человеку - способен правильно формулировать свои мысли в устной и письменной формах - способен письменно оформлять свои мысли

[1] *Выделенное курсивом не формируется в рамках данной практики*

социального и культурного контекста	
ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения	- не участвует в запрещенных группировках; - не проводит антироссийскую пропаганду; - уважительно относится к сверстникам, окружающим, старшим и младшим; - не хамит, не грубит - применяет в своем поведении стандарты антикоррупционного поведения
ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях	- поддерживает чистоту в кабинете/лаборатории и на своем рабочем месте - адекватно реагирует на внезапное изменение ситуации (звонок, сирена, сигнал тревоги) - владеет информацией по рациональной организации технологического процесса - знает правила безопасного ведения работ
ОК 08. Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности.	- посещает учебные занятия, практику; - отсутствие пропусков по болезни - посещение спортивных секций в колледже и вне (по различным видам спорта) - ведет здоровый образ жизни
ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном *и иностранном языках*	- осуществлять эффективный поиск необходимой информации в российских и зарубежных источниках: нормативно-правовой документации, стандартов, научных публикации, технической документации; - уметь применять лексику и грамматику иностранного языка для перевода текста, содержание которого включает профессиональную лексику; - уметь анализировать, систематизировать и применять в профессиональной деятельности информацию, содержащуюся в документации профессиональной области.

Критерии

2 балла - компетенция проявляется постоянно в полной мере (сформирована полностью);

1 балл - компетенция проявляется иногда или неполностью (частично сформирована);

0 баллов - компетенция не проявляется (не сформирована).

Приложение 1

Аттестационный лист
по учебной практике

Фамилия, имя, отчество _____

Курс обучения _____ группа _____

Специальность **42.02.01** **Реклама**

Профессиональный модуль **ПМ.04. Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях**

Учебная практика 72 часов **УП.04. Учебная практика по ПМ.04**

Руководитель практики/преподаватель _____

Результат (профессиональные компетенции)	*Основные показатели*	*Результат*
ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании	- не просто придумывает идеи, а придумывает «правильные» идеи; - может объяснить, почему его идея работает; - предлагает оригинальные идеи, которые еще нет на рынке.	
ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании	- умеет превращать одну большую идею в разные конкретные рекламные материалы; - понимает, для чего нужен каждый рекламный носитель; - предлагает не разрозненные действия, а продуманный план	
ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет	- может самостоятельно сделать готовый к публикации контент; - понимает, какой контент для чего нужен; - знает не только как создать, но и как разместить.	
	ИТОГО	

Критерии оценивания

2 балла - компетенция проявляется в полной мере (сформирована полностью);
1 балл - компетенция проявляется иногда или не полностью (частично сформирована);
0 баллов - компетенция не проявляется (не сформирована).

Максимальное количество баллов – 6.

Перевод баллов на отметку:

Балл	6	5	4	3 и менее
Отметка	отлично	хорошо	удовлетворительно	неудовлетворительно

Результаты учебной практики _____

Дата «___»_____20___г

Преподаватель _____ _____
(подпись) (ФИО)

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г.)

УТВЕРЖДАЮ
Директор АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»
_____ С.Н.Семенов
«15» 04 2024 г.

Оценочные материалы
для промежуточной аттестации
по производственной практике

ПП.04. Производственная практика по ПМ.04.

для специальности 42.02.01 Реклама

Разработчик: Чиннова В.С., преподаватель

Якутск, 2024

1. Пояснительная записка

Оценочные материалы для промежуточной аттестации по ПП.04. Производственная практика ПМ.04. предназначены для контроля освоения:

- общих (ОК),
- профессиональных компетенций (ПК) и
- приобретения практического опыта обучающихся.

общих и профессиональных компетенций обучающихся по специальности *42.02.01 Реклама*.

1.1. Оценка освоения ПП.04.

В результате прохождения ПП.04. Производственная практика ПМ.04. обучающийся должен показать сформированность общих (ОК) и профессиональных компетенций (ПК) и приобрести практический опыт по ВД *(результаты отражаются в аттестационном листе)*.

Общие компетенции (ОК):

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

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

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

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;

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

ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы

бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;

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

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

профессиональные компетенции (ПК):

ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.

ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.

ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.

Приобретение практического опыта **по ВД.04. Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях:**

$ПО_1$ – разработке творческих рекламных решений для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании;

$ПО_2$ – анализе маркетинговой ситуации для разработки творческих рекламных решений;

$ПО_3$ – создании рекламного контента (слогана, продающего текста или сценария для рекламного видео) и его размещении для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет;

Форма промежуточной аттестации является **дифференцированный зачет.**

1.2. Процедура защиты производственной практики

Защита производственной практики проводится в форме собеседования при наличии:

- заполненного дневника по производственной практике (наличие заполненной характеристики, аттестационного листа, подписей ответственного от предприятия, печати предприятия)
- отчета по производственной практике в соответствии с выданным заданием)

по следующим критериям:

Таблица 1 - Критерии оценивания

№ п/п	Наименование	Форма отчета	Балл
1	Сформированность ПК	Наличие отметки в аттестационном листе *высокий уровень – 3* *выше среднего – 2* *средний уровень – 1*	
2	Сформированность ОК	Наличие характеристики в дневнике производственной практики *высокий уровень – 3* *выше среднего – 2* *средний уровень – 1*	
3	Виды работ	Дневник производственной практики *отлично – 3* *хорошо – 2* *удовлетворительно – 1*	
4	Задание по производственной практике	Отчет по производственной практике *отлично – 3* *хорошо – 2* *удовлетворительно – 1*	
		ИТОГО:	

Оценка по ПП.04. выставляется на основании пунктов таблицы 1.

отлично	**хорошо**	**удовлетворительно**
11-12 баллов	8-10 баллов	4-7 баллов

Приложение 1

Аттестационный лист
по производственной практике

Фамилия, имя, отчество

Курс обучения группа
Специальность **42.02.01** **Реклама**
Профессиональный модуль **ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях**
Производственная практика 72 часа **ПП.04. Производственная практика по ПМ.04**

Руководитель практики/преподаватель

Результат (профессиональные компетенции)	*Основные показатели*	*Результат*
ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании	- не просто придумывает идеи, а придумывает «правильные» идеи; - может объяснить, почему его идея работает; - предлагает оригинальные идеи, которые еще нет на рынке.	
ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании	- умеет превращать одну большую идею в разные конкретные рекламные материалы; - понимает, для чего нужен каждый рекламный носитель; - предлагает не разрозненные действия, а продуманный план	
ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет	- может самостоятельно сделать готовый к публикации контент; - понимает, какой контент для чего нужен; - знает не только как создать, но и как разместить.	
	ИТОГО	

Критерии оценивания

2 балла - компетенция проявляется в полной мере (сформирована полностью);
1 балл - компетенция проявляется иногда или не полностью (частично сформирована);
0 баллов - компетенция не проявляется (не сформирована).

Максимальное количество баллов – 6.

Перевод баллов на отметку:

Балл	6	5	4	3 и менее
Отметка	отлично	хорошо	удовлетворительно	неудовлетворительно

Результаты производственной практики _____

Дата «___»_____20___г

Преподаватель _____ _____
(подпись) (ФИО)

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г.)

УТВЕРЖДАЮ
Директор АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»
_____ С.Н.Семенов
«15» 04 2024 г.

Оценочные материалы
для промежуточной аттестации
по профессиональному модулю
ПМ.04. Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях

для специальности 42.02.01 Реклама

Разработчик: Чиннова В.С., преподаватель

Якутск, 2024

1. Пояснительная записка

Оценочные материалы для промежуточной аттестации по ПМ.04. Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях предназначены для контроля освоения общих и профессиональных компетенций обучающихся по специальности *42.02.01 Реклама.*

Оценочные материалы разработаны на основе Оценочных материалов демонстрационного экзамена для специальности *42.02.01 Реклама.*

1.1. Оценка освоения ПМ

В результате освоения ПМ.04. Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях обучающийся должен

уметь:

$У_1$ - создавать креативные продукты, производить видеорекламу, фотоизображения, полиграфическую продукцию;

$У_2$ - применять основные графические программы для разработки рекламного носителя и владеть элементарными навыками верстки;

$У_3$ - настраивать контекстную и таргетированную рекламу;

$У_4$ - проводить презентацию рекламного продукта;

иметь практический опыт в:

$ПО_1$ – разработке творческих рекламных решений для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании;

$ПО_2$ – анализе маркетинговой ситуации для разработки творческих рекламных решений;

$ПО_3$ – создании рекламного контента (слогана, продающего текста или сценария для рекламного видео) и его размещении для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет;

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимися видом деятельности – **ВД.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях**, в том числе **профессиональными компетенциями (ПК):**

ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.

ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.

ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.

и **общими компетенциями (ОК)**:

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.

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

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

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.

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

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

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

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

Промежуточная аттестация проходит в форме **экзамена**.

Вид – экзамен по профессиональному модулю.

Экзамен проводится по общему для всех заданию.

Критерии оценивания задания

Критерий	Количество баллов	Обоснование
Нейминг (название товара/услуги/бренда)	**Макс. 20 баллов**	
Актуальность и соответствие запросу клиента	0-5 баллов	Название точно отражает суть товара/услуги, соответствует целям и ценностям заказчика
Уникальность и запоминаемость	0-5 баллов	Название не является прямым копированием конкурентов, оно оригинально и легко запоминается целевой аудиторией
Коммерческий потенциал и ёмкость	0-5 баллов	Название обладает коммерческой привлекательностью, вызывает положительные ассоциации и легко может стать брендом
Вербальная проработка	0-5 баллов	Представлено краткое обоснование, почему выбрано именно это название, как оно связано с целевой аудиторией и рыночной нишей.
Поисково-контекстная реклама	**Макс. 30 баллов**	
Структура и релевантность	0-10 баллов	Созданы логически выделенные рекламные группы (объявления сгруппированы по темам). Ключевые слова и заголовки объявлений точно соответствуют друг другу и предложению
Проработка объявлений	0-10 баллов	Заголовки цепляющие и содержат ключевые слова. Тексты убедительные, с четким призывом к действию (CTA). Использованы все доступные дополнения (уточнения, отзывы, ссылки на подразделы сайта).
Целевая аудитория и эффективность	0-10 баллов	Продемонстрировано понимание настройки аудиторий (например, таргетинг по интересам, геолокации). Подобранные ключевые слова являются коммерчески ориентированными (показывают намерение пользователя купить
Одностраничный лендинг (landing page)	**Макс. 40 баллов**	
Визуальное оформление и удобство (UI/UX)	0-10 баллов	Дизайн современный, приятный глазу и соответствует тематике. Верстка адаптивная, сайт удобно просматривать с телефона и компьютера. Логичная и интуитивно понятная структура
Контент и убедительность	0-10 баллов	Цепляющий заголовок (H1), который сразу объясняет выгоду. Структура «выгоды — преимущества — доказательства» реализована четко. Тексты написаны для клиента, простым и понятным языком, без «воды»
Призывы к действию (CTA) и форма обратной связи	0-10 баллов	Яркие, кликабельные и убедительные кнопки CTA («Купить», «Заказать», «Узнать цену»). Форма обратной связи простая, не перегружена полями, и находится в легкодоступном месте

Техническая реализация и доступность	0-10 баллов	Лендинг открывается по предоставленной ссылке. Страница загружается быстро. Все элементы (кнопки, формы, изображения) работают корректно
Комплексность и стратегическое единство	**Макс. 10 баллов**	
Единая концепция		Чувствуется, что нейминг, объявления и лендинг — это части одной кампании. В них прослеживается единый стиль, ключевое сообщение и тон коммуникации
Ориентация на результат		Весь проект (от названия до лендинга) нацелен на решение конкретной бизнес-задачи заказчика (продажи, заявки, звонки) и учитывает особенности целевой аудитории и конкурентов
ИТОГО:	**100**	

Перевод баллов в оценки

отлично	**хорошо**	**удовлетворительно**	**неудовлетворительно**
85-100 баллов	70-84 баллов	50-69 баллов	менее 50 баллов

Задание

для промежуточной аттестации

по ПМ.04. Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях

для специальности 42.02.01 Реклама

Задание. Реализуйте для заказчика основные вербальные и визуальные решения для рекламирования в сети Интернет, согласно запросу клиента.

Для этого осуществите подбор актуального названия для товара/услуги клиента/бренда, исходя из потребности заказчика; подготовьте к запуску поисково-контекстную рекламу; создайте продающий одностраничный лендинг с учетом пожеланий заказчика, особенностей целевой аудитории и конкурентной среды предприятия.

Лендинг должен быть наглядным, оптимизирован для работы с целевой аудиторией и обратной связью. Лендинг должен открываться по ссылке.

Описание компании

Предприятие по производству офисной мебели планирует выводить на рынок новую линейку продукции – премиальную офисную мебель из прозрачного пластика для офисных помещений, конференц-залов, зон ожидания. Производство базируется в Московской области, гор. Лыткарино и на сегодняшний день предлагает своим клиентам огромный ассортимент изделий из акрила и полимерного пластика. Новая линейка прозрачной мебели отличается изяществом форм, функционалом, увеличенной толщиной изделий и их надежностью к истиранию, механическим повреждениям. Наша мебель – это прозрачное изящество и красота вашего офиса. Мы заботимся о эргономике нашей мебели и вашем комфорте.

Сейчас нам необходимо войти в нужную нишу рынка с новой линейкой продукции, привлечь к себе внимание и начать получать прибыль в этом сегменте. Мы стремимся развивать продажи в Интернет среде для расширения географии клиентской базы по всем крупным городам России через контекстную рекламу. Наша компания планирует увеличить поток заказов из Интернета в три раза, тогда как сейчас из Интернета приходит порядка 3-5 заказов в неделю. Сейчас у компании есть сайт с каталогом продукции, но там достаточно сложно найти нужную линейку товаров, поэтому мы хотим рассказать о новой линейке в отдельном небольшом продающем сайте. Для реализации этих показателей наша компания готова выделить до 200 000 рублей бюджета на рекламную кампанию. В качестве лояльности для клиентов,

приобретающих мебель из новой коллекции, мы предлагаем бесплатный расчет и планировку, а также возможную скидку до 10% стоимости заказа. Наша компания оформляет свои рекламные материалы в корпоративных цветах – белый, светло-серый и акцентный красный. Рекламные материалы нашей компании легкие и уместные. Мы ведем диалог со своими клиентами официально и уважительно. Так же нам необходимы варианты названия для новой коллекции нашей продукции.

Контактные данные: 8-800-200-01-05 менеджер по продажам Алина Егорова.

Адрес производства: Московская область, г. Лыткарино, ул. Луговая, стр.1

1.2. Сформированность компетенций обучающихся

В результате освоения ПМ.04. обучающийся должен показать также и сформированность общих компетенций (ОК):

Результат (освоенные общие компетенции)	Основные показатели
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам	- самостоятельно организует свою деятельность по выданным заданиям - умеет оценить свои возможности для выполнения поставленных целей, задач, заданий
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	- осуществляет поиск информации в сети Интернет и различных электронных носителях - извлекает информацию с электронных носителей - использует средства ИТ для обработки и хранения информации - представляет информацию в различных формах с использованием разнообразного программного обеспечения - создает презентации в различных формах
ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	- берет на себя ответственность за принятое решение/совершенный поступок - ответственно выполняет разовые/постоянные поручения в группе - может спрогнозировать результат - умеет оценить свои действия, поступки и проанализировать их - знает основную нормативную документацию по предпринимательской деятельности и может ее найти в поисковых системах; - определяет возможности/невозможности предпринимательства той или иной возникшей ситуации - успешно учится, выполняет повседневные поручения/обязанности, связанные с финансами (оплата проезда, покупка продуктов, обеда) - владеет навыками обращения с банковскими картами
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	- устанавливает позитивный стиль общения - выбирает стиль общения в соответствии с ситуацией - признает чужое мнение - при необходимости отстаивает собственное мнение - принимает критику - ведет деловую беседу в соответствии с этическими нормами - соблюдает официальный стиль при оформлении документов - выполняет письменные и устные рекомендации преподавателя - способен к эмпатии - организует коллективное обсуждение рабочей ситуации

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	- умеет передавать информацию другому человеку - способен правильно формулировать свои мысли в устной и письменной формах - способен письменно оформлять свои мысли
ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения	- не участвует в запрещенных группировках; - не проводит антироссийскую пропаганду; - уважительно относится к сверстникам, окружающим, старшим и младшим; - не хамит, не грубит - применяет в своем поведении стандарты антикоррупционного поведения
ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;	- поддерживает чистоту в кабинете/лаборатории и на своем рабочем месте - адекватно реагирует на внезапное изменение ситуации (звонок, сирена, сигнал тревоги) - владеет информацией по рациональной организации технологического процесса - знает правила безопасного ведения работ
ОК 08. Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности.	- посещает учебные занятия, практику; - отсутствие пропусков по болезни - посещение спортивных секций в колледже и вне (по различным видам спорта) - ведет здоровый образ жизни
ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	- осуществлять эффективный поиск необходимой информации в российских и зарубежных источниках: нормативно-правовой документации, стандартов, научных публикации, технической документации; - уметь применять лексику и грамматику иностранного языка для перевода текста, содержание которого включает профессиональную лексику; - уметь анализировать, систематизировать и применять в профессиональной деятельности информацию, содержащуюся в документации профессиональной области.

Критерии сформированности

2 балла - компетенция проявляется постоянно в полной мере (сформирована полностью);

1 балл - компетенция проявляется иногда или неполностью (частично сформирована);

0 баллов - компетенция не проявляется (не сформирована).

Сформированность **профессиональных компетенций (ПК)** проверяется по выполненному заданию:

Вид деятельности	**Перечень оцениваемых ПК**	**Критерии сформированности**
Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях	ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании	- не просто придумывает идеи, а придумывает «правильные» идеи; - может объяснить, почему его идея работает; - предлагает оригинальные идеи, которые еще нет на рынке.
	ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании	- умеет превращать одну большую идею в разные конкретные рекламные материалы; - понимает, для чего нужен каждый рекламный носитель; - предлагает не разрозненные действия, а продуманный план
	ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет	- может самостоятельно сделать готовый к публикации контент; - понимает, какой контент для чего нужен; - знает не только как создать, но и как разместить.

Инструкция по технике безопасности

1.1. При выполнении работ на персональном компьютере необходимо:

- соблюдать производственную и технологическую дисциплину;
- выполнять только ту работу, которая определена в задании;
- поддерживать порядок на рабочем месте в течение всего рабочего времени;
- обо всех неисправностях ПК и электропитания немедленно сообщать экспертам;
- соблюдать требования пожарной безопасности и электробезопасности;
- не допускать натягивания, скручивания, перегиба и пережима шнуров электропитания ПК, не допускать нахождения на них каких-либо предметов и соприкосновения их с нагретыми поверхностями;
- не при касаться к задней панели системного блока (процессора) при включенном питании;
- не переключать разъемы интерфейсных кабелей периферийных устройств при включенном питании;
- не допускать попадания влаги на поверхность системного блока (процессора), монитора, рабочую поверхность клавиатуры, дисководов, принтеров и других устройств;
- не производить самостоятельно какие-либо виды ремонта ПК;
- не допускать частых отключений и включений ПК в течение работы;
- при работе на ПК соблюдать расстояние от глаз до экрана в пределах 60-70 см, но не ближе 50 см с учетом размеров алфавитно-цифровых знаков и символов;
- не загромождать рабочее место.

1.2 При возникновении аварийной ситуации на рабочем месте необходимо:

- немедленно прекратить работу;
- сообщить о проблеме преподавателю;
- при необходимости покинуть опасную зону.

1.3 По окончании работ привести рабочее место в порядок.

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ВОСПИТАНИЯ

для специальности 42.02.01 Реклама

Якутск, 2024

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г.)

УТВЕРЖДАЮ
Директор АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»
_____ С.Н.Семенов
«15» 04 2024 г.

Рабочая программа воспитания разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (далее – ФГОС СПО) по *специальности 42.02.01 Реклама,* утвержденного приказом Минпросвещения России от 21.07.2023 г. № 552 (зарегистрирован в Минюсте РФ 22.08.2023 № 74908)

Организация-разработчик: АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»

Составитель:
Сидорова А.Ю., зам.директора по УВР

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ВОСПИТАНИЯ 4

2. ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ВОСПИТАТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ 8

3. ВИДЫ, ФОРМЫ И СОДЕРЖАНИЕ ВОСПИТАТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ 12

4. ОЦЕНКА ОСВОЕНИЯ ОБУЧАЮЩИМИСЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ВОСПИТАНИЯ 15

5. ТРЕБОВАНИЯ К РЕСУРСНОМУ ОБЕСПЕЧЕНИЮ ВОСПИТАТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ 17

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ВОСПИТАНИЯ

Название	Содержание
Наименование программы	Рабочая программа воспитания по *специальности 42.02.01 Реклама*
Основания для разработки программы	Настоящая программа разработана на основе следующих нормативных правовых документов: - Конституция Российской Федерации; - Указ Президента Российской Федерации от 21.07.2020 № 474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года»; - Федеральный Закон от 31.07.2020 № 304-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» по вопросам воспитания обучающихся» (далее-ФЗ-304); - распоряжение Правительства Российской Федерации от 12.11.2020 № 2945-р об утверждении Плана мероприятий по реализации в 2021–2025 годах Стратегии развития воспитания в Российской Федерации на период до 2025 года; - Федеральный государственный образовательный стандарт среднего профессионального образования по специальности *42.02.01 Реклама,* утвержденного приказом Минпросвещения России от 08.11.2023 г. № 552 (зарегистрирован в Минюсте РФ 22.08.2023 № 74908)
Цель программы	Цель рабочей программы воспитания – развитие обучающихся, проявляющиеся в их позитивных отношений к общественным ценностям, приобретении опыта поведения и применения сформированных общих компетенций специалиста среднего звена на практике
Сроки реализации программы	1 год 10 месяцев
Исполнители программы	*Директор, зам.директора, педагогические работники колледжа, члены Студенческого совета, представители родительского комитета, представители организаций - работодателей*

Рабочая программа воспитания является частью образовательной программы среднего профессионального образования по специальности *42.02.01 Реклама очной формы обучения*.

Согласно Федеральному закону «Об образовании» от 29.12.2012 г. № 273-ФЗ (в ред. Федерального закона от 31.07.2020 г. № 304-ФЗ) «воспитание – деятельность, направленная на развитие личности, создание условий для самоопределения и социализации обучающихся на основе социокультурных, духовно-нравственных ценностей и принятых в российском обществе правил и норм поведения в интересах человека, семьи, общества и государства, формирование у обучающихся чувства патриотизма, гражданственности, уважения к памяти защитников Отечества и подвигам Героев Отечества, закону и правопорядку, человеку труда и старшему поколению, взаимного уважения, бережного отношения к культурному наследию и традициям многонационального народа Российской Федерации, природе и окружающей среде».

Рабочая программа предусматривает приобщение обучающихся к российским традиционным духовным ценностям, правилам и нормам поведения в российском обществе.

1.1 Цели и задачи

Цель рабочей программы воспитания - развитие личности обучающихся, в том числе духовно-нравственное развитие, укрепление психического здоровья и физическое воспитание.

Задачи:

- достижение результатов освоения обучающимися образовательной программы среднего профессионального образования по специальности *42.02.01 Реклама*, а именно

1.2 Общие компетенции

В таблице 1 представлены дескрипторы общих компетенций

Таблица 1 - Общие компетенции реализации программы воспитания

Общие компетенции реализации программы воспитания (дескрипторы)	**КОД дескрипторов**
Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	ОК 01
Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	ОК 02
Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	ОК 03
Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	ОК 04
Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном	ОК 05

языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	
Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения	ОК 06
Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях	ОК 07
Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности.	ОК 08
Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.	ОК 09

1.3 Планируемые общие компетенции в ходе реализации ОП СПО

Таблица 2 - Результаты обучения по специальности *42.02.01 Реклама*

Индекс	**Наименование дисциплин, междисциплинарных курсов, профессиональных модулей, практик**	**Код общих компетенций (ОК)**
СГ	**Социально-гуманитарный цикл**	
СГ.01	История России	ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 06
СГ.02	Иностранный язык в профессиональной деятельности	ОК 01 - ОК 04, ОК 06, ОК 09
СГ.03	Безопасность жизнедеятельности	ОК 01, ОК 02, ОК 04-ОК 08
СГ.04	Физическая культура	ОК 04, ОК 05, ОК 08
СГ.05	Основы финансовой грамотности	ОК 01 - ОК 06, ОК 09
СГ.06	Основы бережливого производства	ОК 01 - ОК 07
СГ.07	Экологические основы природопользования	ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 07
ОП	**Общепрофессиональный цикл**	
ОП.01	Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе	ОК 01 - ОК 05, ОК 09
ОП.02	Информационные технологии в профессиональной деятельности	ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09
ОП.03	История экранных искусств	ОК 01- ОК 05, ОК 09
ОП.04	Рекламная деятельность	ОК 01 - ОК 06
ОП.05	Психология рекламы	ОК 01- ОК 05
ОП.06	Русский язык и культура речи	ОК 01, ОК 03, ОК 04, ОК 05
ОП.07	Охрана труда	ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 08
ОП.08	Основы предпринимательской деятельности	ОК 01- ОК 07, ОК 09
ОП.09	Основы права и управления в рекламной деятельности	ОК 01 - ОК 06, ОК 09
ПМ.01	**Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта**	**ОК 01- ОК 09**
МДК.01.01	Поведение потребителей	ОК 01- ОК 09
МДК.01.02	Маркетинг в рекламе	ОК 01- ОК 09
УП.01.	Учебная практика по ПМ.01	ОК 01- ОК 09

ПП.01.	Производственная практика по ПМ.01	ОК 01- ОК 09
ПМ.02	**Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций, мероприятий**	**ОК 01- ОК 09**
МДК.02.01	Организация и проведение рекламных и коммуникационных кампаний	ОК 01- ОК 09
МДК.02.02	Медиапланирование и медиабаинг	ОК 01- ОК 09
УП.02.	Учебная практика по ПМ.02	ОК 01- ОК 09
ПП.02.	Производственная практика по ПМ.02	ОК 01- ОК 09
ПМ.03	**Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий**	**ОК 01- ОК 09**
МДК.03.01	Инструменты цифровой коммуникации в Интернет среде	ОК 01- ОК 09
МДК.03.02	Технология выполнения работ по профессии 20032 Агент рекламный	ОК 01- ОК 09
УП.03.	Учебная практика по рабочей профессии	ОК 01- ОК 09
ПП.03	Производственная практика по ПМ.03	ОК 01- ОК 09
ПМ.04	**Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях**	**ОК 01- ОК 09**
МДК.04.01	Проектирование, разработка творческой концепции и производство рекламного продукта	ОК 01- ОК 09
УП.04	Учебная практика по ПМ.04	ОК 01- ОК 09
ПП.04	Производственная практика по ПМ.04	ОК 01- ОК 09

2. ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ВОСПИТАТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Ценностными основами воспитательной работы служат уважение к личности обучающегося, сохранение его психического и нравственного благополучия, ценностных ориентаций, личностное развитие и профессиональное становление.

Таблица 3 – Основные направления и модули воспитательной работы

Направления воспитательной работы	**Дескрипторы**
Профессиональное воспитание	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 08, ОК 09
Социализация и общекультурное воспитание	ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 07
Социальная активность	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 07
Гражданско-патриотическое и правовое воспитание	ОК 03, ОК 05, ОК 06
Физическое воспитание и здоровый образ жизни	ОК 08

2.1. Профессиональное воспитание

Цель: формирование у обучающихся личностных качеств, необходимых для эффективной профессиональной деятельности.

Задачи:

– развитие у обучающихся потребности к учебе, воспитание отношения к труду и профессионализму как высшим нравственным и жизненным ценностям;

– формирование умений и навыков использования полученных знаний в решении практических задач.

2.2. Социализация и общекультурное воспитание

Цель: создание условий для самоопределения и социализации обучающихся на основе социокультурных, духовно-нравственных ценностей и принятых в российском обществе правил и норм поведения в интересах человека, семьи, общества и государства, формирование у обучающихся уважения к старшему поколению.

Задачи:

– воспитание здоровой, счастливой, свободной личности, формирование способности ставить цели и строить жизненные планы;

– реализация обучающимися практик саморазвития и самовоспитания в соответствии с общечеловеческими ценностями и идеалами гражданского общества;

– формирование позитивных жизненных ориентиров и планов;

– формирование у обучающихся готовности и способности к образованию, в том числе самообразованию, на протяжении всей жизни; сознательное отношение к непрерывному образованию как условию успешной профессиональной и общественной деятельности;

– развитие способностей к сопереживанию и формированию позитивного отношения к людям, в том числе к лицам с ограниченными возможностями здоровья и инвалидам;

– формирование выраженной в поведении нравственной позиции, в том числе способности к сознательному выбору добра, нравственного сознания и поведения на основе усвоения общечеловеческих ценностей и нравственных чувств (чести, долга, справедливости, милосердия и дружелюбия);

– развитие компетенций сотрудничества со сверстниками, детьми младшего возраста, взрослыми в образовательной, общественно полезной, учебно-исследовательской, проектной и других видах деятельности;

– развитие культуры межнационального общения;

– развитие в молодежной среде ответственности, принципов коллективизма и социальной солидарности;

– формирование уважительного отношения к родителям и старшему поколению в целом, готовности понять их позицию, принять их заботу, готовности договариваться с родителями и членами семьи в решении вопросов ведения домашнего хозяйства, распределения семейных обязанностей;

– воспитание ответственного отношения к созданию и сохранению семьи на основе осознанного принятия ценностей семейной жизни;

– содействие в осознанной выработке собственной позиции по отношению к общественно-политическим событиям прошлого и настоящего на основе осознания и осмысления истории, духовных ценностей и достижений нашей страны;

– формирование толерантного сознания и поведения в поликультурном мире, готовности и способности вести диалог с другими людьми, достигать в нем взаимопонимания, находить общие цели и сотрудничать для их достижения.

2.3. Социальная активность

Цель: создание условий для удовлетворения потребностей обучающихся в интеллектуальном, культурном и нравственном развитии в сфере трудовых и социально-экономических отношений посредством профессионального самоопределения

Задачи:

– развитие общественной активности обучающихся, воспитание в них сознательного отношения к труду и народному достоянию;

– формирование у обучающихся потребности трудиться, добросовестно, ответственно и творчески относиться к разным видам трудовой деятельности;

– формирование исполнительских навыков и профессиональных компетенций;

– формирование осознания профессиональной идентичности (осознание своей принадлежности к определённой профессии и профессиональному сообществу);

– формирование чувства социально-профессиональной ответственности, усвоение профессионально-этических норм;

– осознанный выбор будущего профессионального развития и возможностей реализации собственных жизненных планов;

– формирование отношения к профессиональной деятельности как возможности участия в решении личных, общественных, государственных, общенациональных проблем.

– формирование у обучающихся готовности и способности к самостоятельной, творческой и ответственной деятельности;

– развитие у обучающихся экологической культуры, бережного отношения к родной земле, природным богатствам России и мира, понимание влияния социально-экономических процессов на состояние природной и социальной среды;

– воспитание чувства ответственности за состояние природных ресурсов, формирование умений и навыков разумного природопользования, нетерпимого отношения к действиям, приносящим вред экологии; приобретение опыта бережливого производства.

2.4. Гражданско-патриотическое и правовое воспитание

Цель: развитие личности обучающегося на основе формирования чувства патриотизма, гражданственности, уважения к памяти защитников Отечества и подвигам Героев Отечества, закону и правопорядку.

Задачи:

– формирование знаний обучающихся о символике России;

– воспитание у обучающихся готовности к выполнению гражданского долга и конституционных обязанностей по защите Родины;

– формирование у обучающихся патриотического сознания, чувства верности своему Отечеству;

– развитие у обучающихся уважения к памяти защитников Отечества и подвигам Героев Отечества, историческим символам и памятникам Отечества;

– формирование российской гражданской идентичности, гражданской позиции активного и ответственного члена российского общества, осознающего свои конституционные права и обязанности, уважающего закон и правопорядок, обладающего чувством собственного достоинства, осознанно принимающего традиционные национальные и общечеловеческие гуманистические и демократические ценности;

– развитие правовой и политической культуры обучающихся, расширение конструктивного участия в принятии решений, затрагивающих их права и интересы, в том числе в различных формах общественной самоорганизации, самоуправления, общественно значимой деятельности; развитие в молодежной среде ответственности, принципов коллективизма и социальной солидарности;

– формирование приверженности идеям интернационализма, дружбы, равенства, взаимопомощи народов; воспитание уважительного отношения к национальному достоинству людей, их чувствам, религиозным убеждениям;

– формирование установок личности, позволяющих противостоять идеологии экстремизма, национализма, ксенофобии, коррупции

2.5. Физическое воспитание и здоровый образ жизни

Цель: формирование у обучающихся здорового образа жизни в соответствии с индивидуальными особенностями и склонностями.

Задачи:

- развитие у обучающихся ответственного отношения к своему здоровью и потребности в здоровом образе жизни;

- формирование мотивации к физическому самосовершенствованию, занятиям спортивно-оздоровительной деятельностью;

- развитие культуры безопасной жизнедеятельности, профилактика наркотической и алкогольной зависимости, табакокурения и других вредных привычек;

- формирование бережного, ответственного и компетентного отношения к физическому и психологическому здоровью - как собственному, так и других людей, умение оказывать первую помощь, развитие культуры здорового питания;

- использование потенциала спортивной деятельности для профилактики ассоциального поведения.

3. ВИДЫ, ФОРМЫ И СОДЕРЖАНИЕ ВОСПИТАТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

3.1 Виды деятельности, формы и методы воспитательной работы, технологии взаимодействия

Виды деятельности – это виды индивидуальной или совместной с обучающимися деятельности педагогических работников, используемые ими в процессе воспитания: познавательная, общественная, ценностно-ориентационная, художественно-эстетическая и досуговая деятельность, спортивно-оздоровительная деятельность.

Реализация поставленных задач рабочей программы воспитания осуществляется через виды воспитательной деятельности:

а) познавательная деятельность направлена на развитие познавательных интересов, накопление знаний, формирование умственных способностей и пр., осуществляется в ходе учебных занятий через взаимодействие обучающегося с преподавателем, с другими обучающими, а также при самостоятельной работе.

Основные формы организации познавательной деятельности: учебные занятия (лекции, урок, практические занятия), практики.

б) общественная деятельность направлена на формирование социального опыта обучающегося, предполагает участие обучающихся в органах студенческого самоуправления, различных молодежных объединениях в образовательной организации и вне её.

Основные формы организации деятельности: работа органов студенческого самоуправления, волонтерское движение и др.

в) ценностно-ориентационная, художественно-эстетическая и досуговая деятельность направлена на формирование отношений к миру, убеждений, взглядов, усвоения нравственных и других норм жизни людей, а также на развитие художественного вкуса, интересов, культуры личности, содержательный организованный отдых.

Основные формы организации деятельности: занятия в клубах по интересам, проведение праздничных мероприятий, беседы, дискуссии, диспуты по социально-нравственной проблематике др.

г) спортивно-оздоровительная деятельность направлена на сохранение и укрепление здоровья обучающегося.

Основные формы организации деятельности: учебные занятия, спортивные игры, соревнования, походы и др.

3.2 Формы организации воспитательной работы

Основные формы организации воспитательной работы выделяются по количеству участников данного процесса:

а) массовые формы работы: на уровне города, на уровне образовательной организации, на уровне курса или специальности;

б) групповые формы работы: на уровне учебной группы или подгруппы;

в) индивидуальные формы работы: с одним обучающимся.

Все формы организации воспитательной работы в своем сочетании гарантируют, с одной стороны, оптимальный учет особенностей обучающегося и организацию деятельности в отношении каждого по свойственным ему способностям, а с другой – приобретение опыта адаптации обучающегося к социальным условиям совместной работы с людьми разных идеологий, национальностей, профессий, образа жизни, характера, нрава и т.д.

Воспитание в большей степени строится на взаимодействии обучающегося с его окружением, поэтому сочетание разных форм индивидуальной, групповой и массовой работы в воспитательных мероприятиях считается наиболее важной, значимой, чем в обучении.

3.3 Методы воспитательной работы

В воспитательной работе используются методы прямого и косвенного педагогического влияния на обучающихся.

Методы прямого педагогического влияния применяются в конкретных или искусственно создаваемых ситуациях, когда педагогический работник сразу может скорректировать поведение обучающегося, или его отношение к происходящему. Например, повторение по образцу, приучение, требование, конструктивная критика, соревнование, поощрение и др.

Наиболее стимулирующим мотивацию обучающихся методом педагогического влияния является поощрение – это одобрение, похвала, благодарность, предоставление почетных или особых прав, награждение.

Использование *метода соревнования* способствует формированию качеств конкурентоспособной личности, накопление опыта социально и профессионально-полезного поведения.

Методы косвенного педагогического влияния предполагают создание такой ситуации в организации деятельности, при которой у обучающегося формируется соответствующая установка на самосовершествование, на выработку определенной позиции в системе его отношений с обществом, преподавателями, другими обучающимися. Например, методы убеждения, стимулирования, внушения, выражения доверия, осуждения.

При проведении воспитательных мероприятий используется сочетание методов прямого и косвенного педагогического влияния.

3.4 Технологии взаимодействия субъектов воспитательного процесса

Субъектами воспитательного процесса выступают:

– педагогические и руководящие работники образовательной организации;

– обучающиеся, в том числе их объединения и органы самоуправления (Студенческий совет);

– родители (законные представители) несовершеннолетних обучающихся.

Применяемые технологии взаимодействия основываются на системном подходе к воспитанию, предусматривают создание доброжелательных отношений между всеми субъектами воспитательного процесса и являются основой для положительных личных и деловых отношений.

В ходе реализации рабочей программы осуществляется взаимодействие между всеми субъектами воспитательного процесса:

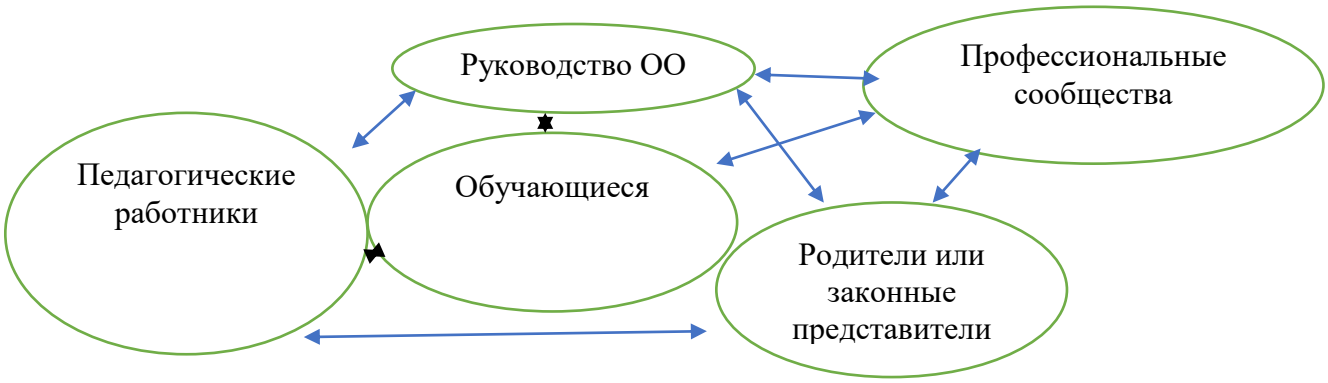


Рисунок 1 – Взаимодействие между всеми субъектами воспитательного процесса

Для реализации задач воспитания используются разные технологии взаимодействия, например: сохранение и преумножение традиций, коллективные дела и «соревновательность», взаимодействие между младшими и старшими и др.

В ходе применения технологий взаимодействия и сотрудничества между субъектами осуществляется взаимопознание, взаимопонимание, взаимоотношение, взаимные действия, взаимовлияние.

Ведущим в воспитательной работе является эмоциональный компонент взаимодействия, при котором значительные эмоционально-энергетические затраты на взаимодействие субъектов должны всегда оставаться позитивными.

4. ОЦЕНКА ОСВОЕНИЯ ОБУЧАЮЩИМИСЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ВОСПИТАНИЯ

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

- оценка уровня освоения дисциплин;
- оценка компетенций обучающихся.

Данная оценка проводится в рамках текущего контроля и промежуточной аттестации преподавателями.

Таблица 4 – Критерии оценки компетентности обучающихся

Результаты (сформированные общие компетенции)	**Основные показатели оценки результата**
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	- самостоятельно организует свою деятельность по выданным заданиям - умеет оценить свои возможности для выполнения поставленных целей, задач, заданий
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	- осуществляет поиск информации в сети Интернет и различных электронных носителях - извлекает информацию с электронных носителей - использует средства ИТ для обработки и хранения информации - представляет информацию в различных формах с использованием разнообразного программного обеспечения - создает презентации в различных формах
ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	- берет на себя ответственность за принятое решение/совершенный поступок - ответственно выполняет разовые/постоянные поручения в группе - может спрогнозировать результат - умеет оценить свои действия, поступки и проанализировать их - знает основную нормативную документацию по предпринимательской деятельности и может ее найти в поисковых системах; - определяет возможности/невозможности предпринимательства той или иной возникшей ситуации - успешно учится, выполняет повседневные поручения/обязанности, связанные с финансами (оплата проезда, покупка продуктов, обеда) - владеет навыками обращения с банковскими картами
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	- устанавливает позитивный стиль общения - выбирает стиль общения в соответствии с ситуацией - признает чужое мнение - при необходимости отстаивает собственное мнение - принимает критику

	- ведет деловую беседу в соответствии с этическими нормами - соблюдает официальный стиль при оформлении документов - выполняет письменные и устные рекомендации преподавателя - способен к эмпатии - организует коллективное обсуждение рабочей ситуации
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	- умеет передавать информацию другому человеку - способен правильно формулировать свои мысли в устной и письменной формах - способен письменно оформлять свои мысли
ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения	- не участвует в запрещенных группировках; - не проводит антироссийскую пропаганду; - уважительно относится к сверстникам, окружающим, старшим и младшим; - не хамит, не грубит - применяет в своем поведении стандарты антикоррупционного поведения
ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях	- поддерживает чистоту в кабинете/лаборатории и на своем рабочем месте - адекватно реагирует на внезапное изменение ситуации (звонок, сирена, сигнал тревоги) - владеет информацией по рациональной организации технологического процесса - знает правила безопасного ведения работ
ОК 08. Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности.	- посещает учебные занятия, практику; - отсутствие пропусков по болезни - посещение спортивных секций в колледже и вне (по различным видам спорта) - ведет здоровый образ жизни
ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.	- осуществлять эффективный поиск необходимой информации в российских и зарубежных источниках: нормативно-правовой документации, стандартов, научных публикации, технической документации; - уметь применять лексику и грамматику иностранного языка для перевода текста, содержание которого включает профессиональную лексику; - уметь анализировать, систематизировать и применять в профессиональной деятельности информацию, содержащуюся в документации профессиональной области.

5. ТРЕБОВАНИЯ К РЕСУРСНОМУ ОБЕСПЕЧЕНИЮ ВОСПИТАТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Ресурсное обеспечение воспитательной работы направлено на создание условий для осуществления воспитательной деятельности обучающихся в процессе реализации ОП СПО по специальности *42.02.01 Реклама*.

5.1. Нормативно-правовое обеспечение воспитательной работы

Рабочая программа воспитания разрабатывается в соответствии с нормативно-правовыми документами федеральных органов исполнительной власти в сфере образования, требованиями ФГОС СПО, с учетом сложившегося опыта воспитательной деятельности и имеющимися ресурсами в профессиональной образовательной организации.

5.2. Кадровое обеспечение воспитательной работы

Рабочая программа воспитания укомплектована квалифицированными специалистами. Управление воспитательной работой обеспечивается кадровым составом, включающим директора, который несёт ответственность за организацию воспитательной работы в профессиональной образовательной организации, зам. директора, непосредственно курирующего данное направление, кураторов, преподавателей. Функционал работников регламентируется требованиями профессиональных стандартов и должностными инструкциями.

5.3. Материально-техническое обеспечение воспитательной работы

Содержание материально-технического обеспечения воспитательной работы соответствует требованиям к материально-техническому обеспечению ОП СПО по специальности *42.02.01 Реклама* и включает технические средства обучения и воспитания, соответствующие поставленной воспитывающей цели, задачам, видам, формам, методам, средствам и содержанию воспитательной деятельности.

Материально-техническое обеспечение учитывает специфику реализации ФГОС СПО и следует установленным государственным санитарно-эпидемиологическим правилам и гигиеническим нормативам.

5.4. Информационное обеспечение воспитательной работы

Информационное обеспечение воспитательной работы имеет в своей инфраструктуре объекты, обеспеченные средствами связи, компьютерной и мультимедийной техникой, Интернет-ресурсами и специализированным оборудованием.

Информационное обеспечение воспитательной работы направлено на:

– информирование о возможностях для участия обучающихся в социально значимой деятельности;

– информационную и методическую поддержку воспитательной работы;

– планирование воспитательной работы и её ресурсного обеспечения;

– мониторинг воспитательной работы;

– дистанционное взаимодействие всех участников (обучающихся, педагогических работников, органов управления в сфере образования, общественности);

– дистанционное взаимодействие с другими организациями социальной сферы.

Информационное обеспечение воспитательной работы включает: комплекс информационных ресурсов, в том числе цифровых, совокупность технологических и аппаратных средств (компьютеры, принтеры, сканеры и др.).

Интернет-ресурсы

https://rsv.ru/ - Россия – страна возможностей;

https://bolshayaperemena.online/ - Большая перемена;

https://лидерыроссии.рф/ - Лидеры России;

https://onf.ru - Мы Вместе (волонтерство);

http://www.edu.ru - Образовательный федеральный портал "Российское образование"

http://en.edu.ru - Естественнонаучный образовательный портал

http://www.ict.edu.ru - специализированный портал "Информационно-коммуникационные технологии в образовании"

http://www.valeo.edu.ru - Специализированный портал "Здоровье и образование"

www.gramota.ru - Справочно-информационный портал "Грамота. ru”

http://www. - Образовательный портал "УЧЕБА”

http://www.alledu.ru - "Всё образование в интернет". Образовательный информационный портал. (Каталог ссылок, новости, детская общественная приёмная, информация о лидерах образования, анонсы, объявления о работе)

http://www.distance-learning.ru - Информационный портал "Дистанционное образование"

http://college.ru - первый в России образовательный Internet-портал, включающий обучение школьников (математика, физика, астрономия, химия, биология и другие предметы) и курсы для профессионального образования

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЦИФРОВОЙ КОЛЛЕДЖ «СИНЕРГИЯ»

РАССМОТРЕНО и ПРИНЯТО
на заседании Педагогического совета колледжа
(Протокол № 4 от «12» апреля 2024 г.)

УТВЕРЖДАЮ
Директор АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия»
_____ С.Н.Семенов
«15» 04 2024 г.

КАЛЕНДАРНЫЙ ПЛАН ВОСПИТАТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

по специальности 42.02.01 Реклама
на период с 2024 по 2026 гг.

на базе среднего общего образования

Якутск, 2024

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Календарный план воспитательной работы составлен на весь период обучения с 2024 по 2026 гг по месяцам на основании Календаря знаменательных дат и с учетом специфики образовательной программы среднего профессионального образования по *специальности 42.02.01 Реклама*.

Каждое мероприятие относится к одному или несколько модулей на основании рабочей программы воспитания и направлено на формирование общих компетенций обучающихся.

ОСНОВНЫЕ ЗНАМЕНАТЕЛЬНЫЕ СОБЫТИЯ

<u>В соответствии с указами Президента Российской Федерации объявлены:</u>

2024 – Год семьи

2024 – 300-летие Российской академии наук

2025 – 270-летие Московского государственного университета имени М.Ю. Лермонтова

2017-2027 – Десятилетие детства в Российской Федерации

2022–2031 – Десятилетие науки и технологий в Российской Федерации

Календарный план воспитательной работы является основой для разработки календарного плана воспитательной работы на каждый учебный год в период реализации ОП СПО по *специальности 42.02.01 Реклама*. В соответствии Календарем образовательных событий, приуроченных к государственным и национальным праздникам Российской Федерации, памятным датам и событиям российской истории и культуры, который утверждается Приказом Минпросвещения России на каждый учебный год, АНО СПО «Цифровой колледж «Синергия» корректирует план воспитательной работы.

КАЛЕНДАРЬ ПАМЯТНЫХ И ЗНАМЕНАТЕЛЬНЫХ ДАТ
НА 2024-2025 УЧЕБНЫЙ ГОД

СЕНТЯБРЬ

1	**День знаний** **125 лет** со дня рождения **Андрея Платоновича Платонова** (Климентова), писателя, драматурга (1899 – 1951)
2	**115 лет** со дня рождения **Виктора Владимировича Лебедева,** архитектора (1909-2000)
4	**200 лет** со дня рождения **Антона Брукнера,** австрийского композитора, органиста, педагога (1824 – 1896) **100 лет** со дня рождения **Джоан Эйкен,** английской писательницы (1924 – 2004)
5	**250 лет** со дня рождения немецкого художника **Каспара Давида Фридриха** (1774-1840)
8	**Международный день грамотности** **Международный день памяти жертв фашизма** **День танкиста**
9	**Всемирный день красоты**
10	**240 лет** со дня рождения **Александра Ивановича Кутайсова,** русского военачальника (1784 – 1812)
11	**220 лет** со дня рождения **Александра Ивановича Полежаева,** поэта (1804 – 1838)
13	**130 лет** со дня рождения **Джона Бойнтона Пристли,** английского писателя, драматурга (1894 – 1984)
14	**255 лет** со дня рождения **Александра Гумбольдта,** немецкого географа, путешественника (1769 – 1859)
15	**235 лет** со дня рождения **Джеймса Фенимора Купера,** американского писателя (1789 – 1851)
16	**Международный день охраны озонового слоя** (с 1994 г. по решению Генеральной Ассамблеи ООН)
17	**160 лет** со дня рождения **Михаила Михайловича Коцюбинского,** русского писателя (1864 – 1913)
18	**200 лет** со дня рождения **Жана Бернара Леона Фуко,** французского физика (1819-1868)
19	**110 лет** со дня рождения **Виктора Федоровича Бокова,** русского поэта (1914 – 2009)
20	**215 лет** со дня рождения **Нестора Васильевича Кукольника,** русского писателя, драматурга (1809 – 1868) **1505 лет** со дня рождения **Николая Александровича Семашко,** организатора здравоохранения в России (1874 – 1949)
21	**185 лет** со дня рождения **Леонида Николаевича Трефолева,** поэта, автора знаменитой «Дубинушки» (1839 – 1905)
22	**330 лет** со дня рождения **Филиппа Честерфильда,** английского писателя (1694 – 1773)
24	**285 лет** со дня рождения **Григория Алксандровича Потемкина,** государственного деятеля (1739 – 1791)

	105 лет со дня рождения **Константина Дмитриевича Воробьева,** писателя (1919-1975)
25	**170 лет** со дня начала **Севастопольской обороны** (1854 – 1855) **75 лет** со дня рождения **Владимира Александровича Степанова,** писателя и поэта, автора многочисленных произведений для дошкольников (1949 г.р.)
26	**Всемирный день моря** **175 лет** со дня рождения **Ивана Петровича Павлова,** физиолога (1849 – 1936) **130 лет** со дня рождения **Анастасии Ивановны Цветаевой,** поэтессы, прозаика (1894 – 1993)
27	**День работников дошкольного образования в России** (с 2004 г. по инициативе ряда общероссийских педагогических изданий, общественных организаций и педагогов) **150 лет** со дня рождения **Николая Константиновича Рериха,** художника, философа, общественного деятеля (1874 – 1947) **115 лет** со дня открытия памятника **Ивану Федорову в Москве** (1909)
28	**День работников атомной промышленности** (Указ Президента РФ № 633 от 03.06.2005 г. Приурочен к выпуску распоряжения «Об организации работ по урану» 28.09.1942 г.) **80 лет** со дня проведения **Белгородской наступательной операции** (1944)
29	**160 лет** со дня рождения **Николая Алексеевича Островского,** писателя (1904 – 1936)
30	**Международный день переводчика**

ОКТЯБРЬ

1	**Международный месячник школьных библиотек** **Международный день пожилых людей** **Международный день музыки** **270 лет** со дня рождения **Павла I,** российского императора (1754 – 1801)
2	**120 лет** со дня рождения **Грэма Грина,** английского писателя (1904 – 1991) **110 лет** со дня рождения **Юрия Борисовича Левитана,** диктора (1914 – 1983)
3	**50 лет** со дня образования **Всесоюзного добровольного общества любителей книги** (ныне Международный союз общественных объединений книголюбов) (1974) **200 лет** со дня рождения **Ивана Саввича Никитина,** поэта (1824 – 1861) **105 лет** со дня рождения **Сергея Сергеевича Наровчатова,** русского советского поэта, критика, журналиста (1919 – 1981)
4	**Всемирный день защиты животных** **Всемирный день улыбки** **День военно-космических сил** **255 лет** со дня рождения **Алексея Андреевича Аракчеева,** русского государственного деятеля (1769 – 1834) **165 лет** со дня рождения **Сергея Васильевича Малютина,** художника (1859 – 1937)
5	**Всемирный день учителя** **120 лет** со дня рождения **Федора Григорьевича Углова,** хирурга (1904 – 2008)
6	**80 лет** со дня рождения **Михаила Петровича Щетинина,** педагога (1944 г. р.)
7	**Всемирный день архитектуры**

	90 лет со дня рождения **Новеллы Николаевны Матвеевой,** поэтессы (1934 – 2016)
8	**175 лет** со дня рождения **Александра Михайловича Сибирякова,** исследователя Сибири (1849 – 1893)
9	**Всемирный день почты**
10	**120 лет** со дня рождения **Святослава Николаевича Рериха,** художника (1904 – 1993)
11	**130 лет** со дня рождения **Бориса Андреевича Пильняка,** русского писателя (1894-1938)
12	**60 лет** со дня выхода на орбиту **космического корабля серии «Восход»** (1964)
13	**День работника сельского хозяйства и перерабатывающей промышленности** **125 лет** со дня рождения **Алексея Александровича Суркова,** поэта (1899 – 1983) **115 лет** со дня рождения **Дмитрия Дмитриевича Нагишкина,** писателя (1909 – 1961)
14	**Покров Пресвятой Богородицы** **День работников заповедников и национальных парков**
15	**215 лет** со дня рождения **Алексея Васильевича Кольцова**, поэта (1809 – 1842) **210 лет** со дня рождения **Михаила Юрьевича Лермонтова,** поэта, писателя, драматурга (1814 – 1841)
16	**170 лет** со дня рождения **Оскара Уайльда,** английского писателя (1854 – 1900)
17	**90 лет** со дня рождения **Алана Гарнера,** английского детского писателя (1934 г. р.)
18	**130 лет** со дня рождения **Юрия Николаевича Тынянова,** писателя, литературоведа (1894 – 1943) **90 лет** со дня рождения **Кира Булычева,** писателя, историка (1934 – 2003)
19	**День Царскосельского лицея.** Открылся в 1811 году
20	**День военного связиста** **185 лет** со дня рождения **Флорентия Федоровича Павленкова,** русского книгоиздателя (1839 – 1900)
21	**День яблока** **95 лет** со дня рождения **Урсулы Ле Гуин,** американской писательницы (1929 – 2018)
24	**День Организации Объединенных Наций** **Всемирный день информации в целях развития**
25	**День таможенника Российской Федерации** **145 лет** со дня рождения **Степана Григорьевича Писахова,** сказочника (1879 – 1960)
27	**Всемирный день туризма** **День автомобилиста и дорожника**
28	**Международный день школьных библиотек** **Международный день анимации** **100 лет** со дня рождения **Овидия Александровича Горчакова,** прозаика (1924 – 2000)
30	**День памяти жертв политических репрессий** **185 лет** со дня рождения **Альфреда Сислея,** французского художника (1839 – 1899)

31	**Всемирный день городов** **Международный день Черного моря**

НОЯБРЬ

1	**185 лет** со дня рождения **Дмитрия Константиновича Чернова,** ученого-металлурга (1839 – 1921)
2	**325 лет** со дня рождения **Жана Батиста Симеона Шардена,** французского художника (1699 – 1779) **70 лет** со дня рождения **Льва Григорьевича Яковлева,** поэта (1954 г. р.)
3	**100 лет** со дня рождения **Леонида Генриховича Зорина,** писателя, драматурга (1924 г. р.)
4	**День народного единства** **240 лет** со дня рождения **Осипа Ивановича Бове,** архитектора (1784 – 1834) **130 лет** со дня рождения **Павла Семеновича Рыбалко,** военачальника (1894 – 1948)
5	**95 лет со дня открытия Московского планетария** (1929)
6	**230 лет** со дня рождения **Константина Андреевича Тона,** архитектора (1794 – 1881)
7	**День согласия и примирения** **День Октябрьской революции (1917 г.)** **90 лет** со дня рождения **Владислава Андреевича Титова,** писателя (1934 – 1987)
8	**Международный день КВН** **95 лет** со дня рождения **Евгения Николаевича Ильина,** педагога (1929 г. р.)
10	**Всемирный день молодежи** **День сотрудника органов внутренних дел РФ** **265 лет** со дня рождения **Иоганна Кристофа Фридриха Шиллера,** немецкого писателя (1759 – 1805) **130 лет** со дня рождения **Георгия Владимировича Иванова,** русского поэта, прозаика, критика русского зарубежья (1894 – 1958) **105 лет** со дня рождения **Михаила Тимофеевича Калашникова,** оружейного конструктора (1919 – 2013)
12	**95 лет** со дня рождения **Михаила Энде,** немецкого писателя (1929 – 1995) **70 лет** со дня рождения **Юрия Михайловича Полякова,** писателя, публициста (1954 г. р.)
13	**Международный день слепых**
16	**95 лет** со дня рождения **Генриха Аверьяновича Боровика,** писателя, публициста, драматурга (1929 г. р.)
17	**Международный день студента**
18	**85 лет** со дня рождения **Владимира Дмитриевича Шадрикова,** психолога, педагога (1939 г. р.)
19	**220 лет** со дня рождения **Ефима Васильевича Путятина,** мореплавателя, дипломата (1804 – 1883) **100 лет** со дня рождения **Михаила Павловича Коршунова,** писателя (1924 – 2003)

20	**Всемирный день ребенка** **155 лет** со дня рождения **Зинаиды Николаевны Гиппиус,** поэтессы, писательницы (1869 – 1945) **95 лет** со дня рождения **Юрия Владимировича Давыдова,** писателя (1924 – 2002)
21	**День работника налоговых органов РФ** **Всемирный день приветствий** **330лет** со дня рождения **Вольтера (Франсуа Мари Аруэ),** французского философа, писателя (1694 – 1778)
22	**205 лет** со дня рождения **Джорджа (Мэри Анн) Элиота,** английской писательницы (1819 – 1880)
26	**Всемирный день информации** **130 лет** со дня рождения **Норберта Винера,** американского физика и математика (1894 – 1964)
27	**125 лет** со дня рождения **Эммы Иосифовны Выгодской,** писательницы (1899 – 1949)
28	**195 лет** со дня рождения **Антона Григорьевича Рубинштейна,** композитора, пианиста, педагога (1829 – 1894)
29	**120 лет** со дня рождения **Даниила Борисовича Эльконина,** психолога (1904 – 1984)

ДЕКАБРЬ

1	**Всемирный день борьбы со СПИДом**
3	**Международный день инвалидов**
4	**200 лет** со дня рождения **Николая Васильевича Шелгунова,** писателя, критика (1824 – 1891) **140 лет** со дня рождения **Катарины Сусанны Причард,** австралийской писательницы (1884 – 1969)
5	**115 лет** со дня рождения **Николая Павловича Задорнова,** писателя (1909 – 1992)
6	**100 лет** со дня рождения **Николая Константиновича Старшинова,** поэта (1924-1998)
7	**Международный день гражданской авиации**
9	**День Героев Отечества в России**
10	**Международный день прав человека** **220 лет** со дня рождения **Эжена Сю,** французского писателя (1804 – 1857)
12	**День Конституции Российской Федерации** **140 лет** со дня рождения **Зинаиды Евгеньевны Серебряковой,** художницы (1884-1967) **95 лет** со дня рождения **Джона Осборна,** английского драматурга (1929 – 1994)
14	**День Наума Грамотника** **155 лет со дня премьеры балета Л.Ф. Минкуса «Дон Кихот»** (1869)
16	**220 лет** со дня рождения **Виктора Яковлевича Буняковского,** ученого – математика (1804 – 1889)

17	**День ракетных войск стратегического назначения**
18	**205 лет** со дня рождения **Якова Петровича Полонского,** поэта и прозаика, литературного критика, журналиста (1819 – 1898)
20	**День работников органов безопасности РФ** **120 лет** со дня рождения **Евгении Семеновны Гинзбург,** писательницы, публициста (1904 – 1977) **120 лет со** дня рождения **Владимира Артуровича Левшина,** писателя, автора книг о математике для детей (1904 – 1984)
21	**145 лет** со дня рождения **Иосифа Виссарионовича Сталина (Джугашвили),** советского партийного и государственного деятеля (1879 – 1953)
22	**День энергетика** **135 лет** со дня рождения **Натана Исаевича Альтмана,** художника (1889 – 1970)
23	**225 лет** со дня рождения **Карла Павловича Брюллова,** художника (1799 – 1852) **220 лет** со дня рождения **Шарля Огюстена Сент – Бева,** французского поэта и критика (1804 – 1869)
27	**День спасателя Российской Федерации**
29	**315 лет** со дня рождения **Елизаветы I,** российской императрицы (1709 – 1762)
30	**130 лет** со дня рождения **Валентина Фердинандовича Асмуса,** философа (1894 – 1975) **120 лет** со дня рождения **Дмитрия Борисовича Кабалевского,** композитора (1904 – 1987)
31	**155 лет** со дня рождения **Анри Эмиля Бенуа Матисса,** французского художника (1869 – 1954)

ЯНВАРЬ

1	**Новогодний праздник** **День былинного богатыря Ильи Муромца** **105 лет** со дня рождения **Альберта Вениаминовича Цессарского,** писателя (1920-2010)
2	**140 лет** со дня рождения **Бориса Евгеньевича Веденеева,** создателя Днепрогэса (1885 – 1946) **105 лет** со дня рождения **Айзека Азимова,** американского писателя -фантаста, ученого (1920 – 1992)
3	**95 лет** со дня рождения **Виталия Григорьевича Костомарова,** языковеда (1930 г. р.)
4	**240 лет** со дня рождения **Якоба Гримма,** немецкого филолога, писателя, знаменитого сказочника (1785 – 1867) **150 лет** со дня рождения **Василия Григорьевича Яна,** писателя (1875 – 1954)
5	**105 лет** со дня рождения **Николая Ивановича Сладкова,** писателя (1920 – 1996)
6	**220 лет** со дня рождения **Александры Иосифовны Ишимовой, писательницы (1805 – 1881)** **160 лет** со дня рождения **Николая Яковлевича Марра,** филолога (1865 – 1934)
7	**Рождество Христово**

	100 лет со дня рождения **Джеральда Малькольма Даррела,** английского зоолога и писателя (1925 – 1995)
8	**День детского кино**
9	**135 лет** со дня рождения **Карела Чапека,** чешского писателя (1890 – 1938) **120 лет** со дня начала **Первой русской революции** (1905 – 1907)
11	**День заповедников и национальных парков** **150 лет** со дня рождения **Рейнгольда Морицевича Глиэра,** композитора, дирижера, педагога (1875 – 1956)
12	**День работников прокуратуры** **130 лет** со дня рождения **Виктора Владиммировича Виноградова,** литературоведа, педагога (1895 – 1969) **110 лет** со дня рождения **Вадима Сегеевича Шефнера,** поэта, прозаика (1915 – 2002)
13	**День российской печати**
14	**75 лет** со дня рождения **Сергея Стефановича Сухинова,** писателя (1950 г. р.)
15	**230 лет** со дня рождения **Александра Сергеевича Грибоедова,** поэта (1795 – 1829) **100 лет** со дня рождения **Евгения Ивановича Носова,** писателя (1925 – 2002)
16	**280 лет** со дня рождения **Ивана Ивановича Хемницера,** поэта (1745 – 1784)
17	**425 лет** со дня рождения **Педро Кальдерона, испанского драматурга (1600 – 1681)**
19	**Православный праздник Крещение Господне** **160 лет** со дня рождения **Валентина Александровича Серова,** художника (1865-1911) **125 лет** со дня рождения **Михаила Васильевича Исаковского,** поэта (1900 – 1973)
20	**115 лет** со дня рождения **Джой Адамсон,** английской писательницы (1910 – 1980) **90 лет** со дня рождения **Евгения Павловича Велихова,** физика (1935 г. р.)
21	**День инженерных войск** **170 лет** со дня рождения **Джона Мозеса Браунинга,** американского изобретателя, конструктора автоматического оружия (1855 – 1926)
22	**585 лет** со дня рождения **Ивана III Васильевича,** великого князя всея Руси, объединителя русских земель (1440 – 1505)
23	**250 лет** со дня рождения **Фридриха Шеллинга,** немецкого философа (1775 – 1854)
24	**125 лет** со дня рождения **Рене Гийо,** французского писателя, лауреата Международной премии им. Х. – К. Андерсена (1900 – 1968)
25	**Татьянин день (День российского студенчества)** **270 лет** со дня основания **Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова** (1755)
26	**155 лет** со дня рождения **Петра Бернгардовича Струве,** политического деятеля, экономиста (1870 – 1944) **120 лет** со дня рождения **Аркадия Алексеевича Первенцева,** писателя (1905 – 1981)
27	**День воинской славы России.** **День снятия блокады города Ленинграда (1944)**

29	**165 лет** со дня рождения **Антона Павловича Чехова,** писателя (1860 – 1904) **155 лет** со дня рождения **Аркадия Александровича Рылова,** живописца (1870 – 1939)
30	**160 лет** со дня рождения **Алексея Александровича Бахрушина,** купца, мецената, создателя частного литературно-театрального музея (1865 – 1929) **90 лет** со дня рождения **Кэндзабуро Оэ,** японского писателя (1935)
31	**125 лет** со дня рождения **Василия Ивановича Чуйкова,** военачальника (1900 – 1982)

ФЕВРАЛЬ

2	**140 лет** со дня рождения **Михаила Васильевича Фрунзе,** государственного и военного деятеля (1885 – 1925)
4	**80 лет** назад состоялась **Крымская конференция руководителей стран антигитлеровской коалиции** (1945) **125 лет** со дня рождения **Жака Превера,** французского поэта (1900 – 1977)
6	**185 лет** со дня рождения **Алексея Николаевича Острогорского,** педагога, детского писателя (1840 – 1917)
7	**140 лет** со дня рождения **Синклера Льюиса,** американского писателя (1885 – 1951)
8	**День памяти юного героя-антифашиста** **День российской науки** **125 лет** со дня рождения **Льва Васильевича Успенского,** писателя, автора книг по занимательному языкознанию (1900 – 1978)
9	**115 лет** со дня рождения **Клары Моисеевны Моисеевой,** писательницы (1910 – 2001)
10	**День памяти А. С. Пушкина** **135 лет** со дня рождения **Бориса Леонидовича Пастернака,** писателя, поэта (1890-1960)
12	**125 лет** со дня рождения **Василия Ивановича Чуйкова,** военачальника (1900 – 1982)
14	**185 лет** со дня рождения **Клода Оскара Моне,** французского художника (1840 – 1926) **170 лет** со дня рождения **Всеволода Михайловича Гаршина,** писателя (1855 – 1888)
15	**125 лет** со дня рождения **Яна Леопольдовича Ларри,** писателя (1900 – 1977) **105 лет** со дня рождения **Анне Катарины Вестли,** норвежской писательницы (1920 – 2008)
17	**165 лет** со дня рождения **Григория Ефимовича Грум-Гржимайло,** географа, путешественника (1860 – 1936)
18	**245 лет** со дня рождения **Алексея Гавриловича Венецианова,** художника (1780-1847)
21	**Международный день родного языка**
22	**175 лет** со дня рождения **Федора Александровича Васильева,** художника (1850-1873)
23	**День защитника Отечества** **185 лет** со дня рождения **Всеволода Владимировича Крестовского,** писателя, создателя русского детектива (1840 – 1895)
24	**280 лет** со дня рождения **Фёдора Фёдоровича Ушакова,** русского флотоводца (1745 –

	1817) **130 лет** со дня рождения **Всеволода Вячеславовича Иванова,** писателя (1895 – 1963)
27	**150 лет** со дня рождения **Владимира Петровича Филатова,** хирурга, офтальмолога (1875 – 1956) **140 лет** со дня рождения **Евгения Николаевича Медынского,** деятеля внешкольного образования (1885 – 1957)
28	**105 лет** со дня рождения **Федора Александровича Абрамова,** писателя (1920 – 1983)

МАРТ

1	**Всемирный день гражданской обороны** **Всемирный день кошек** **215 лет** со дня рождения **Фридерика Шопена,** польского композитора, пианиста (1810 – 1849)
2	**225 лет** со дня рождения **Евгения Абрамовича Баратынского,** поэта (1800 – 1844)
3	**Всемирный день писателя** **145 лет** со дня рождения **Льва Владимировича Щербы,** языковеда (1880 – 1944) **90 лет** со дня рождения **Гранта Игнатьевича Матевосяна,** писателя (1935 – 2002)
6	**550 лет** со дня рождения **Буонарроти Микеланджело,** итальянского скульптора, живописца, поэта (1475 – 1564) **210 лет** со дня рождения Петра Павловича Ершова, **писателя, педагога (1815 – 1869)**
7	**150 лет** со дня рождения **Мориса Жозефа Равеля,** французского композитора (1875 – 1937)
8	**Международный женский день** **105 лет** со дня рождения **Ивана Фотиевича Стаднюка,** писателя (1920 – 1994)
10	**180 лет** со дня рождения **Александра III,** российского императора (1845 – 1894) **100 лет** со дня рождения **Анатолия Ивановича Мошковского,** писателя (1925-2008)
12	**100 лет** со дня рождения **Гарри Гаррисона,** американского писателя-фантаста (1925 – 2012) **85 лет** со дня рождения **Григория Израилевича Горина,** драматурга, сценариста (1940 – 2000)
13	**85 лет** со дня рождения **Владимира Владимировича Личутина,** писателя (1940 г. р.)
14	**95 лет** со дня рождения **Василия Михайловича Пескова,** писателя, журналиста (1930 – 2013)
15	**Всемирный день прав потребителя** **95 лет** со дня рождения **Жореса Ивановича Алферова,** физика (1930 г. р.)
18	**60 лет со дня первого выхода человека в открытое космическое пространство** (А.А. Леонов в 1965 г.)
19	**125 лет** со дня рождения **Фредерика Жолио-Кюри,** французского физика (1900 – 1958)
20	**120 лет** со дня рождения **Святослава Теофиловича Рихтера,** пианиста (1915 – 1997)

	День Земли
21	**Всемирный день поэзии** **340 лет** со дня рождения **Иоганна Себастьяна Баха,** выдающегося немецкого композитора, органиста (1685 – 1750)
22	**Всемирный день водных ресурсов**
23	**Всемирный метеорологический день**
25	**День работников культуры России**
26	**95 лет** со дня рождения **Геннадия Михайловича Цыферова,** русского писателя (1930 – 1972)
27	**Международный день театра** **180 лет** со дня рождения **Вильгельма Конрада Рентгена,** немецкого физика (1845-1923

АПРЕЛЬ

1	**День смеха** **Международный день птиц** **210 лет** со дня рождения **Отто фон Бисмарка,** германского государственного деятеля (1815 – 1898)
2	**Международный день детской книги** **220 лет** со дня рождения **Ханса Кристиана Андерсена,** датского писателя-сказочника (1805 – 1875)
3	**105 лет** со дня рождения **Юрия Марковича Нагибина,** писателя (1920 – 1994)
4	**115 лет** со дня рождения **Юрия Павловича Германа,** писателя (1910 – 1967) **70 лет** со дня рождения **Евгения Ивановича Кузьмина,** библиотечного деятеля, журналиста (1955 г. р.)
5	**105 лет** со дня рождения **Артура Хейли,** американского писателя (1920 – 1991)
6	**День геолога**
7	**Всемирный день здоровья**
8	**230 лет** со дня рождения **Владимира Федосеевича Раевского,** поэта (1795 – 1872) **155 лет** со дня рождения **Вениамина Петровича Семенова Тян-Шанского,** географа (1870 – 1942)
10	**130 лет** со дня рождения **Всеволода Александровича Рождественского,** поэта (1895 – 1977)
12	**Всемирный день авиации и космонавтики**
14	**115 лет** со дня рождения **Виталия Николаевича Горяева,** художника (1910 – 1982)
15	**Всемирный день культуры** **95 лет** со дня рождения **Анатолия Михайловича Елисеева,** художника-иллюстратора (1930 г. р.)
16	**80 лет** со дня начала **Берлинской операции (1945)**

18	**Международный день охраны памятников и исторических мест**
21	**290 лет** со дня рождения **Ивана Петровича Кулибина,** изобретателя (1735 – 1818) **100 лет** со дня рождения **Евгения Львовича Немировского,** книговеда, библиографа (1925 г. р.)
22	**Всемирный день Земли** **155 лет** со дня рождения **Владимира Ильича Ленина (Ульянова),** политического деятеля (1870 – 1924)
23	**Всемирный день книги и авторского права** **190 лет** со дня рождения **Николая Герасимовича Помяловского,** писателя (1835-1863
24	**Международный день солидарности молодежи**
26	**365 лет** со дня рождения **Даниеля Дефо**, английского писателя (ок. 1660 – 1731)
27	**Всемирный день породненных городов** **205 лет** со дня рождения **Герберта Спенсера,** английского философа (1820 – 1903)
29	**Международный день танца** **130 лет** со дня рождения **Владимира Яковлевича Проппа,** филолога, фольклориста (1895 – 1970)
30	**155 лет** со дня рождения **Ференца (Франца) Легара,** венгерского композитора (1870 – 1948)

МАЙ

1	**Праздник весны и труда** **355 лет** со дня рождения **Якова Вилимовича Брюса,** просветителя, ученого-энциклопедиста, сподвижника Петра I (1670 – 1735)
3	**Всемирный день свободы печати** **День солнца** **155 лет** со дня рождения **Александра Николаевича Бенуа,** художника (1870 – 1960)
6	**85 лет** со дня рождения **Владимира Александровича Дугина,** художника-иллюстратора (1940 – 2012)
7	**День радио** **185 лет** со дня рождения **Петра Ильича Чайковского,** выдающегося русского композитора (1840 – 1883)
9	**День Победы** **165 лет** со дня рождения **Джеймса Мэтью Барри,** английского писателя (1860 – 1937)
11	**170 лет** со дня рождения **Анатолия Константиновича Лядова,** композитора (1855-1914)
12	**210 лет** со дня рождения **Виктора Ивановича Григоровича,** филолога-слависта (1815 – 1876)
13	**185 лет** со дня рождения **Альфонса Доде,** французского писателя (1840 – 1897) **130 лет** со дня рождения **Ларисы Михайловны Рейснер,** писательницы (1895 – 1926)
15	**Международный день семьи**

	760 лет со дня рождения **Алигьери Данте,** итальянского поэта (1265 – 1321) **180 лет** со дня рождения **Ильи Ильича Мечникова,** ученого-биолога (1845 – 1916)
16	**115 лет** со дня рождения **Ольги Федоровны Бергоггольц,** поэтессы (1910 – 1975) **110 лет** со дня рождения Сергея Петровича Антонова, писателя (1915 – 1995)
17	**205 лет** со дня рождения **Сергея Михайловича Соловьева,** историка (1820 – 1879)
18	**Международный день музеев**
20	**195 лет** со дня рождения **Гектора Мало,** французского писателя (1830 – 1907) **100 лет** со дня рождения **Алексея Андреевича Туполева,** авиаконструктора (1925-2001)
22	**120 лет** со дня рождения **Леонида Николаевича Мартынова,** поэта (1905 – 1980)
24	**День славянской письменности и культуры** **120 лет** со дня рождения **Михаила Александровича Шолохова,** писателя (1905-1984) **85 лет** со дня рождения **Иосифа Александровича Бродского,** поэта, драматурга, переводчика (1940 – 1996)
25	**120 лет** со дня рождения **Александра Евдокимовича Корнейчука,** драматурга (1905 – 1972)
27	**Общероссийский день библиотек** **120 лет** со дня **Цусимского сражения** (1905)
28	**День пограничника** **285 лет** со дня рождения **Федота Ивановича Шубина,** скульптора (1740 – 1805)
29	**195 лет** со дня рождения **Владимира Измайловича Межова,** библиографа (1830-1894) **115 лет** со дня рождения **Александра Ивановича Лактионова,** художника (1910-1972)
31	**Всемирный день без табака**

Дата	Содержание и формы деятельности	Участники	Место проведения	Ответственные	Код ОК	Наименование направления воспитательной работы
АВГУСТ						
28 или 29	Родительское собрание обучающихся 1 курса	Родители или законные представители	Актовый зал	Зам.директора по УВР		
СЕНТЯБРЬ						
	День знаний	Курс, группа	Актовый зал	Зам.директора по УВР	ОК 01 - ОК 05, ОК 07 - ОК 09	Профессиональное воспитание
					ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 07	Социализация и общекультурное воспитание
	Всероссийский открытый урок «БЖД» (урок подготовки детей к действиям в условиях различного рода ЧС	Курс, группа	Урок БЖД	Преподаватель БЖД	ОК 03, ОК 05, ОК 06,	Гражданско-патриотическое и правовое воспитание
	День окончания Второй мировой войны	Курс, группа	Урок истории	Преподаватель истории	ОК 03, ОК 05, ОК 06,	Гражданско-патриотическое и правовое воспитание
	День солидарности в борьбе с терроризмом	Курс, группа	Урок истории	Преподаватель истории	ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 07	Социализация и общекультурное воспитание
	210 лет со дня Бородинского сражения	Курс, группа	Урок истории	Преподаватель истории	ОК 03, ОК 05, ОК 06	Гражданско-патриотическое и правовое воспитание
	Международный день распространения грамотности	Курс, группа	Диктант	Зам.директора по УВР	ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 07	Социализация и общекультурное воспитание
	Посвящение в студенты	Курс, группа	Внеклассное мероприятие	Куратор/ педагог-организатор	ОК 01 - ОК 05, ОК 07 - ОК 09	Профессиональное воспитание

					ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 07	Социализация и общекультурное воспитание
					ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 07	Социализация и общекультурное воспитание
	День победы русских полков во главе с Великим князем Дмитрием Донским (Куликовская битва, 1380 год). День зарождения российской государственности (862 год)	Курс, группа	Урок истории	Преподаватель истории	ОК 03, ОК 05, ОК 06,	Гражданско-патриотическое и правовое воспитание
	Международный день мира	Курс, группа	Классный час	Куратор/ педагог-организатор	ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 07	Социализация и общекультурное воспитание
					ОК 03, ОК 05, ОК 06,	Гражданско-патриотическое и правовое воспитание
	Международный день жестовых языков	Курс, группа	Внеклассное мероприятие	Куратор/ педагог-организатор	ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 07	Социализация и общекультурное воспитание
	Неделя безопасности дорожного движения	Курс, группа	Внеклассное мероприятие	Куратор/ педагог-организатор/ Преподаватель БЖД	ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 07	Социализация и общекультурное воспитание
	Всемирный день туризма	Курс, группа	Урок БЖД	Преподаватель БЖД	ОК 08	Физическое воспитание и здоровый образ жизни
ОКТЯБРЬ						
	День пожилых людей	Группа	Акция	Куратор/ педагог-организатор	ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06,	Социализация и общекультурное

					ОК 07	воспитание
	День профессионального образования	Курс, группа	Внеклассное мероприятие	Зам.директора по УВР/ педагог-организатор	ОК 01 - ОК 05, ОК 07 - ОК 09	Профессиональное воспитание
					ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 07	Социализация и общекультурное воспитание
	Всероссийский открытый урок БЖД (приуроченный ко Дню гражданской обороны РФ)	Курс, группа	Урок БЖД	Преподаватель БЖД	ОК 03, ОК 05, ОК 06,	Гражданско-патриотическое и правовое воспитание
	День Учителя	Курс, группа	Внеклассное мероприятие	Куратор/ педагог-организатор	ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 07	Социализация и общекультурное воспитание
2-я суббота месяца	Родительское собрание обучающихся 1 курса	Родители или законные представители	Актовый зал	Зам.директора по УВР		
	Всемирный день математики	Курс, группа	Контрольная работа	Преподаватель математики	ОК 01 - ОК 07, ОК 09	Социальная активность
	День отца в России	Курс, группа	Классный час	Куратор/ педагог-организатор		
	День работников рекламы	Курс, группа	Классный час	Куратор/ педагог-организатор	ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 07	Социализация и общекультурное воспитание
					ОК 01 - ОК 05, ОК 07 - ОК 09	Профессиональное воспитание
	День памяти жертв политических репрессий	Курс, группа	Урок истории/ Внеклассное мероприятие	Преподаватель истории/ педагог-организатор / куратор	ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 07	Социализация и общекультурное воспитание
	Международный день экономии (International Saving Day), или Всемирный день	Курс, группа	Классный час	Куратор/ педагог-организатор	ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 07	Социализация и общекультурное воспитание
					ОК 01 - ОК 05,	Профессиональное

	сбережений				ОК 07 - ОК 09	воспитание
НОЯБРЬ						
	День народного единства	Курс, группа	Урок истории	Преподаватель истории	ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 07	Социализация и общекультурное воспитание
	Всемирный день доброты	Группа	Акция	Куратор/ педагог-организатор	ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 07	Социализация и общекультурное воспитание
	Международный день толерантности	Курс, группа	Акция	Куратор/ педагог-организатор	ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 07	Социализация и общекультурное воспитание
	Всемирный день ребёнка. (Отмечается по решению ООН с 1954 года. Это день принятия в 1989 году Конвенции о правах ребёнка)	Курс, группа	Классный час	Куратор	ОК 01 - ОК 07, ОК 09	Социальная активность
	Всемирный день приветствий. (Придумали этот праздник два брата – Майкл и Брайан Маккормак в 1973 году)	Курс, группа	Чат	Куратор/ педагог-организатор	ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 07	Социализация и общекультурное воспитание
	День матери в России	Курс, группа	Классный час	Куратор	ОК 01 - ОК 07, ОК 09	Социальная активность
	День Государственного герба Российской Федерации	Курс, группа	Урок истории	Преподаватель истории	ОК 03, ОК 05, ОК 06,	Гражданско-патриотическое и правовое воспитание
	Всемирный день домашних животных	Группа	Урок биологии	Куратор/ педагог-организатор	ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 07	Социализация и общекультурное воспитание
ДЕКАБРЬ						
	День борьбы со СПИДом	Курс, группа	Чат	Куратор/ педагог-	ОК 08	Физическое воспитание и

				организатор		здоровый образ жизни
	День Неизвестного солдата	Курс, группа	Урок истории	Преподаватель истории	ОК 03, ОК 05, ОК 06,	Гражданско-патриотическое и правовое воспитание
	День Героев Отечества	Курс, группа	Урок истории	Преподаватель истории	ОК 03, ОК 05, ОК 06,	Гражданско-патриотическое и правовое воспитание
	Единый урок «Права человека»	Курс, группа	Урок ПОПД	Преподаватель	ОК 03, ОК 05, ОК 06,	Гражданско-патриотическое и правовое воспитание
	День Конституции Российской Федерации	Курс, группа	Урок ПОПД	Преподаватель	ОК 03, ОК 05, ОК 06,	Гражданско-патриотическое и правовое воспитание
	День принятия Федеральных конституционных законов о Государственных символах Российской Федерации	Курс, группа	Урок ПОПД	Преподаватель	ОК 03, ОК 05, ОК 06,	Гражданско-патриотическое и правовое воспитание
	«Новый год к нам мчится!»	Курс, группа	Актовый зал	Педагог-организатор	ОК 01 - ОК 07, ОК 09	Социальная активность
ЯНВАРЬ						
	Международный день «СПАСИБО»	Курс, группа	Чат	Куратор/ педагог-организатор	ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 07	Социализация и общекультурное воспитание
	Международный день объятий	Курс, группа		Куратор/ педагог-организатор	ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 07	Социализация и общекультурное воспитание
	«Татьянин день» (День р о с с	Курс, группа	Внеклассное мероприятие	Куратор/ педагог-организатор	ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 07	Социализация и общекультурное воспитание
					ОК 01 - ОК 05, ОК 07 - ОК 09	Профессиональное воспитание
	День снятия блокады	Курс, группа	Урок	Преподаватель	ОК 03, ОК 05,	Гражданско-

	Ленинграда		истории/ Внеклассное мероприятие	истории/ куратор/ педагог-организатор	ОК 06,	патриотическое и правовое воспитание
	День освобождения Красной армией крупнейшего "лагеря смерти" Аушвиц-Биркенау (Освенцима) - День памяти жертв Холокоста	Курс, группа	Урок истории/ Внеклассное мероприятие	Преподаватель истории/ куратор/ педагог-организатор	ОК 03, ОК 05, ОК 06,	Гражданско-патриотическое и правовое воспитание
ФЕВРАЛЬ						
	День воинской славы России (Сталинградская битва,	Курс, группа	Урок истории/ Внеклассное мероприятие	Преподаватель истории/ куратор/ педагог-организатор	ОК 03, ОК 05, ОК 06,	Гражданско-патриотическое и правовое воспитание
	День русской науки	Курс, группа	Внеклассное мероприятие	Куратор/ педагог-организатор	ОК 03, ОК 05, ОК 06,	Гражданско-патриотическое и правовое воспитание
Второй вторник	**Всемирный день безопасного Интернета**	Курс, группа	Внеклассное мероприятие	Куратор/ педагог-организатор	ОК 01 - ОК 05, ОК 07 - ОК 09	Профессиональное воспитание
					ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 07	Социализация и общекультурное воспитание
	Международный день родного языка	Курс, группа	Урок русского языка	Преподаватель русского языка	ОК 03, ОК 05, ОК 06,	Гражданско-патриотическое и правовое воспитание
	День защитников Отечества	Курс, группа	Внеклассное мероприятие	Преподаватель БЖД	ОК 03, ОК 05, ОК 06,	Гражданско-патриотическое и правовое воспитание
	День бережливого производства	Курс, группа	Внеклассное мероприятие	Куратор/ педагог-организатор	ОК 01 - ОК 05, ОК 07 - ОК 09	Профессиональное воспитание
	Масленица: игры и гулянья	Курс, группа	Внеклассное мероприятие	Куратор/ педагог-организатор	ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 07	Социализация и общекультурное воспитание

МАРТ						
	Всероссийский открытый урок «БЖД» (приуроченный к празднованию Всемирного дня гражданской обороны)	Курс, группа	Урок	Преподаватель БЖД	ОК 03, ОК 05, ОК 06,	Гражданско-патриотическое и правовое воспитание
	Всемирный день дикой природы. Предоставляет возможность обратить внимание на многообразие и красоту проявлений дикой фауны и флоры, а также помогает повысить информированность о получаемой человеком пользе от занятий природоохранной деятельностью	Курс, группа	Внеклассное мероприятие	Куратор/ педагог-организатор	ОК 01 - ОК 07, ОК 09	Социальная активность
	Международный женский день	Курс, группа	Внеклассное мероприятие	Куратор/ педагог-организатор	ОК 01 - ОК 07, ОК 09	Социальная активность
	Неделя математики	Курс, группа	Внеклассные мероприятия	Преподаватель математики		
	День воссоединения Крыма с Россией	Курс, группа	Акция	Преподаватель истории/ педагог-организатор	ОК 03, ОК 05, ОК 06,	Гражданско-патриотическое и правовое воспитание
					ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 07	Социализация и общекультурное воспитание
	День Земли (Приурочен к Дню весеннего равноденствия)	Курс, группа	Внеклассное мероприятие	Куратор/ педагог-организатор	ОК 01 - ОК 07, ОК 09	Социальная активность
	Всемирный день поэзии. (Отмечается по решению	Курс, группа	Внеклассное мероприятие	Куратор/ педагог-организатор	ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06,	Социализация и общекультурное

	ЮНЕСКО с 1999 года)				ОК 07	воспитание
	Всемирный день театра	Курс, группа	Внеклассное мероприятие	Куратор/ педагог-организатор	ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 07	Социализация и общекультурное воспитание
	Участие в конкурсах	Курс, группа	Конкурс	Куратор/ педагог-организатор	ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 07	Социализация и общекультурное воспитание
					ОК 01 - ОК 05, ОК 07 - ОК 09	Профессиональное воспитание
АПРЕЛЬ						
	Всемирный день здоровья. (Отмечается с 1948 года по решению Всемирной Ассамблеи Здравоохранения ООН)	Курс, группа	Урок	Преподаватель тренажа	ОК 08	Физическое воспитание и здоровый образ жизни
	День космонавтики	Курс, группа	Классный час / Внеклассное мероприятие	Куратор/ педагог-организатор	ОК 03, ОК 05, ОК 06,	Гражданско-патриотическое и правовое воспитание
	Международный день Матери-Земли. (Отмечается с 1990 года по решению ЮНЕСКО для объединения людей в деле защиты окружающей среды)	Курс, группа	Классный час / Внеклассное мероприятие	Куратор/ педагог-организатор	ОК 01 - ОК 07, ОК 09	Социальная активность
	Всероссийский открытый урок «БЖД» (день пожарной охраны)	Курс, группа	Урок	Преподаватель БЖД	ОК 03, ОК 05, ОК 06,	Гражданско-патриотическое и правовое воспитание
	Участие в конкурсах	Курс, группа	Конкурс	Преподаватель/ Куратор/ педагог-организатор	ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 07	Социализация и общекультурное воспитание
					ОК 01 - ОК 05, ОК 07 - ОК 09	Профессиональное воспитание

МАЙ						
	Праздник весны и труда	Группа	Чат	Куратор/ педагог-организатор	ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 07	Социализация и общекультурное воспитание
	День Победы	Курс, группа	Классный час / Внеклассное мероприятие	Куратор/ педагог-организатор	ОК 03, ОК 05, ОК 06,	Гражданско-патриотическое и правовое воспитание
	Международный день семьи	Курс, группа	Акция	Куратор/ педагог-организатор	ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 07	Социализация и общекультурное воспитание
	Международный день музеев. (Отмечается с 1977 года по решению Международного совета музеев)	Группа	Внеклассное мероприятие	Куратор/ педагог-организатор	ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 07	Социализация и общекультурное воспитание
	День славянской письменности и культуры	Курс, группа	Диктант	Педагог-организатор	ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 07	Социализация и общекультурное воспитание
	День российского предпринимательства	Курс, группа	Классный час / Внеклассное мероприятие	Куратор/ педагог-организатор	ОК 01 - ОК 05, ОК 07 - ОК 09	Профессиональное воспитание
	Участие в конкурсах	Курс, группа	Конкурс	Преподаватель/ Куратор/ педагог-организатор	ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 07	Социализация и общекультурное воспитание
					ОК 01 - ОК 05, ОК 07 - ОК 09	Профессиональное воспитание
4-я суббота месяца	Родительское собрание обучающихся 1 курса	Родители или законные представители	Актовый зал	Зам.директора по УВР		
ИЮНЬ						

	Пушкинский день России	Группа	Классный час / Внеклассное мероприятие	Куратор/ педагог-организатор	ОК 03, ОК 05, ОК 06,	Гражданско-патриотическое и правовое воспитание
					ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 07	Социализация и общекультурное воспитание
	Международный день друзей	Группа	Чат	Куратор/ педагог-организатор	ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 07	Социализация и общекультурное воспитание
	День России	Курс, группа	Классный час / Внеклассное мероприятие	Куратор/ педагог-организатор	ОК 03, ОК 05, ОК 06,	Гражданско-патриотическое и правовое воспитание
	День памяти и скорби	Курс, группа	Классный час / Внеклассное мероприятие	Куратор/ педагог-организатор	ОК 03, ОК 05, ОК 06,	Гражданско-патриотическое и правовое воспитание
					ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 07	Социализация и общекультурное воспитание
	День молодежи	Группа	Классный час / Внеклассное мероприятие	Куратор/ педагог-организатор	ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 07	Социализация и общекультурное воспитание
	Выпускной. Вручение дипломов	Курс, групп	Актовый зал	Зам.директора по УВР, педагог-организатор, кураторы	ОК 01 - ОК 07, ОК 09	Социальная активность
ИЮЛЬ						
8	День семьи, любви и верности	Группа	Чат	Куратор/ педагог-организатор	ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 07	Социализация и общекультурное воспитание

	День Крещение Руси				ОК 03, ОК 05, ОК 06,	Гражданско-патриотическое и правовое воспитание
	Международный день дружбы				ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 07	Социализация и общекультурное воспитание
АВГУСТ						
	Международный день коренных народов	Группа	Чат	Куратор/ педагог-организатор	ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 07	Социализация и общекультурное воспитание
	День Государственного Флага Российской Федерации				ОК 03, ОК 05, ОК 06,	Гражданско-патриотическое и правовое воспитание
	День воинской славы России (Курская битва, 1943)					
	День российского кино					