

Автономная некоммерческая профессиональная
образовательная организация
«Тамбовский колледж социокультурных технологий»

Утверждена приказом № 402-о
от «29» декабря 2025г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ОП 03. История экранных искусств

Тамбов 2026

Рабочая программа учебной дисциплины МДК.01.02. Основы проектной и компьютерной графики разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01. Реклама, утвержденного приказом Министерства просвещения России от 21.07.2023 №552 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама» (Зарегистрировано в Минюсте России 22.08.2023 №74908)

Организация-разработчик: АНПОО «Тамбовский колледж социокультурных технологий»

Автор-составитель: Нестерова А.А., преподаватель специальных дисциплин

Программа рассмотрена: методическим советом

Протокол заседания №6 от «29» декабря 2025 г.

Зам.директора по УМР

«04» сентября 2026 г. _____ Анашкина И.В.

Рецензент:

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	14
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	16
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	19

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.03 «ИСТОРИЯ ЭКРАННЫХ ИСКУССТВ»

1.1. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы

Цель дисциплины «История экранных искусств»: формирование у студентов комплексного понимания развития экранных искусств, включая графическую и телевизионную рекламу, а также их социокультурного влияния на общество.

Дисциплина «История экранных искусств» включена в обязательную часть общепрофессионального цикла образовательной программы.

1.2. Планируемые результаты освоения дисциплины

Результаты освоения дисциплины соотносятся с планируемыми результатами освоения образовательной программы, представленными в матрице компетенций выпускника (п. 4.3 ООП).

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Код ОК, ПК	Уметь	Знать	Владеть навыками
ОК 01	Распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; Анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; Определять этапы решения задачи; Выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; Составить план действия; определить необходимые ресурсы; Владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; Реализовать составленный план; Оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с	Актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; Основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте; Алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; Методы работы в профессиональной и смежных сферах; Структуру плана для решения задач; Порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности	-

	помощью наставника)		
ОК 02	Определять задачи для поиска информации; Определять необходимые источники информации; Планировать процесс поиска; Структурировать получаемую информацию; Выделять наиболее значимое в перечне информации; Оценивать практическую значимость результатов поиска; Оформлять результаты поиска	Номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности; Приемы структурирования информации; Формат оформления результатов поиска информации	-

ОК 03	Использовать в работе актуальные нормативно-правовые документы, используемые в профессиональной деятельности; Применять в деятельности профессиональную терминологию; Самостоятельно выстраивать траекторию профессионального саморазвития и самообразования; Применять техники финансовой грамотности	Актуальные нормативно-правовые документы, используемые в профессиональной деятельности; Профессиональную терминологию; Способы определения и выстраивания траектории профессионального развития и самообразования; Основы финансовой грамотности	-
ОК 04	Применять в деятельности знания о психологии коллектива; Организовывать деятельность коллектива; Грамотно выстраивать взаимодействие с обучающимися, преподавателями и мастерами в ходе обучения, с руководителями учебной и производственной практик	Психологические основы деятельности коллектива; Правила организации деятельности коллектива; Правила взаимодействия с обучающимися, преподавателями и мастерами в ходе обучения, с руководителями учебной и производственной практик	-
ОК 05	Грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе	Особенности социального и культурного контекста; Правила оформления документов и построения устных сообщений	-
ОК 09	Понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы Участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы;	Правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы; Основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика); Лексический минимум,	-

	Строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; Кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые); Писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы	относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности Особенности произношения; Правила чтения текстов профессиональной направленности	
--	--	---	--

ПК 1.4	Преобразовывать требования заказчика в бриф	Принципов выбора каналов коммуникации; Виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; Важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий; Важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей	Определение целевой аудитории и целевых групп; Проведение анализа объема рынка; Проведение анализа конкурентов; определять и оформлять цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий; Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам; Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности; Планировать и реализовывать собственное профессиональное и
--------	---	--	---

			личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях; Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде; Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке российской федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста; Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях; Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках
ПК 2.2	Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах	Логику и структуру плана рекламной кампании; Логику и структуру медиаплана; Структуру брифа и требования к нему	Планирования системы маркетинговых коммуникаций; Разработки стратегии маркетинговых коммуникаций
ПК 3.2	Подбирать ключевые слова и словосочетания с	Возможности интернет-ресурсов для	

	максимальным показом для поискового продвижения; Использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; Проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность; Представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов; Обеспечивать качественное функционирования сайта; Писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для вебсайтов и социальных групп; Находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА; Разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети интернет; Осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний в сети интернет; Преобразовывать требования заказчика в бриф; Учитывать мнение заказчика при планировании РК	рекламирования товаров/услуг; Виды сайтов, их возможности и варианты применения; Требования к качественному функционированию сайтов; Виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; Отраслевую терминологию; Важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании в сети интернет; Структуру брифа и требования к нему	Выявления основных и второстепенных конкурентов; Проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды; Проведения качественных аналитических исследований рынка; выявления основных и второстепенных конкурентов; Планирования системы маркетинговых коммуникаций; Разработки стратегии маркетинговых коммуникаций; Выбора оптимальной стратегии продвижения в сети Интернет; Структуры и базовых принципов рекламного сообщения
--	--	---	--

ПК 3.3	Использовать поисковые системы интернета; Использовать технологии поисково-контекстной рекламы; Использовать системы размещения контекстно-медийной рекламы; Использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете; Создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий; Конвертировать файлы в нужные форматы; Использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат; Размещать рекламные материалы в социальных медиа; Разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации в сети интернет, представляя их в виде мудборда или референсов; Определять эффективные офферы; Создавать оригинальные и стильные логотипы; Составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа; Создавать оригинальные, современные по стилю сайты; Использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов; Повышать информационную наглядность сайтов;	Отраслевую терминологию; Важность учета пожеланий заказчика при разработке дизайна и стратегий в сети интернет; Важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей в сети интернет	
--------	---	--	--

	Создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях; Разрабатывать элементы фирменного стиля и РК с учетом пожеланий и профиля заказчика; Доводить информацию заказчика до ЦА; Использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество; Использовать современные приемы и технологии проведения и управления презентациями; Использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при разработке дизайна в стратегии сети интернет	
--	---	--

ПК 4.3	Использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете; Создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий; Конвертировать файлы в нужные форматы; Использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат; Размещать рекламные материалы в социальных медиа; Подбирать визуальные и текстовые материалы в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для интернет-продвижения; Представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов; Обеспечивать качественное функционирование сайта; Писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для вебсайтов; Создавать графические материалы рекламного характера; Находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА; Разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации, представляя их в виде мудборда или референсов; Составлять тексты	Программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей; Возможности интернет-ресурсов для макетирования рекламных носителей; Виды сайтов, их возможности и варианты применения; Требования к качественному функционированию сайтов; Программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей; Технические средства создания визуального контента; Возможности и ресурсы для макетирования рекламных носителей; Виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; Структуру брифа и требования к нему; важность учета пожеланий заказчика при разработке фирменного дизайна и элементов фирменного стиля; Важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей; Требования к электронной презентации для обеспечения максимальной коммуникации с	Подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом уникального торгового предложения (УТП); Поиска и подбора оригинального нейма и слогана; Определения оригинальной идеи для рекламной кампании; Подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом инсайта для РК; Оформления текстовых и графических документов; Оформление рекламных носителей, в том числе текстовых и графических; Создания визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и
--------	--	---	---

	информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа; Создавать оригинальные, современные по стилю сайты; Разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику; Использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов; Повышать информационную наглядность сайтов; Создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях	аудиторией; Технологии воздействия на аудиторию при проведении презентаций и защит проектов	видеопроектов объекта рекламирования с учетом, поставленных задач в области рекламы
--	---	--	--

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Трудоемкость освоения дисциплины

Наименование составных частей дисциплины	Объем в часах	В т. ч. в форме практ. подготовки
Учебные занятия	36	6
Самостоятельная работа	2	-
Промежуточная аттестация	-	-
Всего	44	6

2.2. Содержание дисциплины

Наименование разделов и тем	Примерное содержание учебного материала, практических и лабораторных занятий	Объем часов	Планируемые результаты
Введение. Дисциплина «История экранных искусств», ее связь с дисциплинами учебного плана. Основные задачи дисциплины. Ее роль в формировании у студентов насмотренности и профессиональных компетенций. Краткая характеристика основных разделов программы. Порядок и форма проведения занятий, особенности использования источников литературы и сети Интернет. Рекомендации по организации самостоятельной работы студентов при изучении программы дисциплины. Значимость рекламы на рынке. Развитие рекламы в обществе и бизнесе. Важность и необходимость рекламы. Основной понятийный аппарат рекламной деятельности.		4	ЛР 14, ЛР 15, ЛР 16, ЛР 17 ОК 01. ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 06, ОК 09 ПК 1.4, ПК 2.2, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 4.3
Раздел 1. Эволюция рекламы (20 ч.)			
Тема 1.1 Графическая реклама. Полиграфическая реклама (начало 17-18 века, Франция Англия). Промышленная революция 19 века. Реклама начала 20 века	Содержание 1. Графическая реклама. Полиграфическая реклама (начало 17-18 века, Франция Англия). Промышленная революция 19 века. Реклама начала 20 века. Летучие листки, афиши. Печатные издания 17-19 веков, их основатели, и рекламные объявления. Рекламные агентства. Плакат конец 19 начала 20х веков.	4	ЛР 14, ЛР 15, ЛР 16, ЛР 17 ОК 01. ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 06, ОК 09 ПК 1.4, ПК 2.2, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 4.3
Тема 1.2. Реклама 20-40 гг. 20 века за рубежом и в России	Содержание 1. Реклама 20-40 гг. 20 века за рубежом и в России Творчество художников – плакатистов эпохи индустриализации Реклама товаров народного потребления. Агитационная реклама Стилистические решения.	4	ЛР 14, ЛР 15, ЛР 16, ЛР 17 ОК 01. ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 06, ОК 09 ПК 1.4, ПК 2.2, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 4.3
Тема 1.3. Зарождение			

телевизионной рекламы. Печатная реклама 50-80х годов	Содержание		
	1. Зарождение телевизионной рекламы. Печатная реклама 50-80х годов. Первая телевизионная реклама (реклама часов-США в 1941, реклама кукурузы - СССР, 1964г) Деятельность «Союзторгреклама» 1966 при Министре торговли СССР. Создатели, разбор примеров.	8	ЛР 14, ЛР 15, ЛР 16, ЛР 17 ОК 01. ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 06, ОК 09 ПК 1.4, ПК 2.2, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 4.3
Тема 1.4. Реклама 90х-2000х	Содержание		
	1. Реклама 90х-2000х Печатная реклама. Видео реклама: для оптовиков 1991 г, реклама с товарами народного потребления, агрессивная реклама. Интернет- реклама: первая интернет-реклама 94г, эпоха баннерной рекламы	4	ЛР 14, ЛР 15, ЛР 16, ЛР 17 ОК 01. ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 06, ОК 09 ПК 1.4, ПК 2.2, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 4.3

Раздел 2. Современная реклама

Тема 2.1. Современные направления в рекламе.	Содержание учебного материала		
	Медийная реклама, E-mail-маркетинг, Контентмаркетинг, Крауд-маркетинг, SEO, ORM, SMM, Таргет, Ретаргет, Контекст.	2	ЛР 14, ЛР 15, ЛР 16, ЛР 17 ОК 01. ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 06, ОК 09 ПК 1.4, ПК 2.2, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 4.3
Тема 2.2. Ведущие рекламные агентства и их работы	Содержание учебного материала		
	GETBRAND, Russ Outdoor, Ingate, Группа АДВ, Public Totem, Mediascope, Студия Артемия Лебедева и т.д.	4	ЛР 14, ЛР 15, ЛР 16, ЛР 17 ОК 01. ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 06, ОК 09 ПК 1.4, ПК 2.2, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 4.3
Тема 2.3. Креативные методы, используемые в современной рекламе.	Содержание		
	Креативные методы, используемые в современной рекламе. Гипербола, литота, известный персонаж, показ товара в экстремальных условиях, до и после, визуальная метафора, демонстрация результатов неиспользования товара, демонстрация способа изготовления/производства товара, Метаморфоза и т.д.	4	ЛР 14, ЛР 15, ЛР 16, ЛР 17 ОК 01. ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 06, ОК 09 ПК 1.4, ПК 2.2, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 4.3

	Практическое занятие № 1 «Разработка идей и эскизов рекламных баннеров с применением креативных методов, на заданные темы».	2	ЛР 14, ЛР 15, ЛР 16, ЛР 17 ОК 01. ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 06, ОК 09 ПК 1.4, ПК 2.2, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 4.3
	Практическое занятие № 2 «Разработка идей и эскизов рекламных баннеров с применением креативных методов, на заданные темы».	2	ЛР 14, ЛР 15, ЛР 16, ЛР 17 ОК 01. ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 06, ОК 09 ПК 1.4, ПК 2.2, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 4.3
Тема 2.4. Инсайт и ключевой рекламный образ.	Содержание		
	1. Инсайт и ключевой рекламный образ Определения, разбор примеров, приемы разработки.	2	ЛР 14, ЛР 15, ЛР 16, ЛР 17 ОК 01. ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 06, ОК 09 ПК 1.4, ПК 2.2, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 4.3
	Практическое занятие № 3 «Создание инсайтов и ключевых, рекламных образов в идеях и эскизах на заданные темы».	2	ЛР 14, ЛР 15, ЛР 16, ЛР 17 ОК 01. ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 06, ОК 09 ПК 1.4, ПК 2.2, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 4.3
Всего		42 ч.	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Материально-техническое обеспечение

Кабинет «Общепрофессиональных дисциплин и профессиональных модулей», оснащенный в соответствии с пунктом 6 ООП.

3.2. Учебно-методическое обеспечение

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы для использования в образовательном процессе. При формировании библиотечного фонда образовательной организации выбирается не менее одного издания из перечисленных ниже печатных изданий и (или) электронных изданий в качестве основного, при этом список может быть дополнен новыми изданиями.

3.2.1. Основные печатные и электронные издания

1. Безрукова, Е. А. Шрифты: шрифтовая графика: учебник для вузов / Е. А. Безрукова, Г. Ю. Мхитарян; под научной редакцией Г. С. Елисеенкова. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 116 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17587-5. —

Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт.

2. Колышкина, Т. Б. Проектирование и оценка рекламного образа: учебник для среднего профессионального образования / Т. Б. Колышкина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина.

— 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 262 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18737-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт.

3. Корилов, О. В. Газетная иллюстрация: учебник для вузов / О. В. Корилов, Е. А. Силина. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 84 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14432-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт.

4. Кузвесова, Н. Л. Графический дизайн: от викторианского стиля до ар-деко: учебное пособие для вузов / Н. Л. Кузвесова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 139 с.

5. Кузвесова, Н. Л. Графический дизайн: от викторианского стиля до ар-деко: учебник для вузов / Н. Л. Кузвесова. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 137 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18298-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт.

6. Кузвесова, Н. Л. История дизайна: от викторианского стиля до ар-деко: учебник для среднего профессионального образования / Н. Л. Кузвесова. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 137 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18343-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт.

7. Курумчина, А. Э. Социокультурные коммуникации. Проекты социальных трансформаций и всемирные выставки: учебник для академического бакалавриата / А. Э. Курумчина. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 101 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19621-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт.

8. Литвина, Т. В. Дизайн новых медиа: учебник для вузов / Т. В. Литвина. — 3-е изд., испр. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 182 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18905-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт.

9. Нуркова, В. В. Психология фотографии. Культурно-исторический анализ:

монография / В. В. Нуркова. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 473 с. — (Актуальные монографии). — ISBN 978-5-534-12307-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт.

10. Почекаев, Р. Ю. История связей с общественностью: учебник для вузов / Р. Ю.

Почекаев. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 239 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04832-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт.

11. Тугендхольд, Я. А. Художественная культура Запада / Я. А. Тугендхольд. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 169 с. — (Антология мысли). — ISBN 978-5-534-134896. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт.

12. Фадеева, Е. Н. Связи с общественностью: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Н. Фадеева, А. В. Сафронов, М. А. Красильникова. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 263 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13311-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт.

13. Фадеева, Е. Н. Связи с общественностью: учебник и практикум для вузов / Е. Н. Фадеева, А. В. Сафронов, М. А. Красильникова. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 263 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00227-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт.

14. Цифровые технологии в дизайне. История, теория, практика: учебник и практикум для среднего профессионального образования / под редакцией А. Н. Лаврентьева. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 215 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16035-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Показатели освоённости компетенций	Методы оценки
Знает: - основы истории рекламы, - различные источники поиска информации, - современные технологии и тенденции в области рекламы, терминологию, - иметь визуальный опыт насмотренности.	- Использование возможности интернет-ресурсов - Применение исторических стилей в разработке визуальных решений - Применение приемов в разработке визуальных и текстовых материалах для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; - Использование технологии воздействия на аудиторию с применением визуальных и текстовых материалов в соответствии поставленным задачам.	Экспертное наблюдение за ходом выполнения практической работы. Зачет в виде просмотра презентации.
	- Аргументация выбранного решение	
Умеет: - создавать инсайты, ключевые визуальные решения, используя креативные приемы, на основных рекламных носителях.	- Подбор и применение оригинальных визуальных и текстовых элементов на основе поставленных задач. - Поиска и подбора оригинального нейма и слогана.	Экспертное наблюдение за ходом выполнения практической работы. Зачет в виде просмотра презентации.