

**Министерство образования и науки Челябинской области
Государственное бюджетное профессиональное образовательное
учреждение «Челябинский радиотехнический техникум»**

Рассмотрено
На педагогическом совете
Протокол № 217
от 29 августа 2019г.



**Программа дополнительного профессионального образования
(повышения квалификации)
«Технологии прикладного дизайна и оформления
web-сайтов».**

г. Челябинск

СОДЕРЖАНИЕ

1. Пояснительная записка.
2. Общие положения.
3. Используемые сокращения.
4. Характеристика подготовки по специальности.
5. Документы, определяющие содержание и организацию учебного процесса.
6. Цели и планируемые результаты реализации Программы ДПО.
7. Кадровое обеспечение реализации Программы ДПО.
8. Учебно-методическое обеспечение реализации Программы ДПО.
9. Материально-техническое обеспечение реализации Программы ДПО.
10. Контроль качества и оценка освоения обучающимися Программы ДПО.

1. Пояснительная записка.

Настоящая образовательная программа дополнительного профессионального образования (повышения квалификации) разработана Государственным бюджетным профессиональным образовательным учреждением «Челябинский радиотехнический техникум» (далее по тексту, в соответствующих - падежах ГБПОУ «Челябинский радиотехнический техникум», «Техникум»), для освоения лицами осваивающих основную образовательную программу среднего профессионального образования по специальности «Реклама».

Право на реализацию образовательной программы дополнительного профессионального образования (повышения квалификации) по специальности «Реклама» (далее по тексту, в соответствующих падежах – «Программа ДПО») Техникум осуществляет в соответствии с лицензией на осуществление образовательной деятельности.

Требования к слушателям – лица, получающие среднее профессиональное образование по специальности «Реклама».

Срок освоения программы:

– Для студентов 1 курса, осваивающих основную образовательную программу среднего профессионального образования по специальности «Реклама» – 160 часов;

Результат освоения Программы ДПО: повышение получаемой квалификации «Специалист по рекламе».

Форма документа, выдаваемого по результатам освоения Программы ДПО и прохождения итоговой аттестации – удостоверение о повышении квалификации.

2. Общие положения.

Нормативно-правовую базу для разработки Образовательной программы дополнительного профессионального образования составляют:

- Федеральный Закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 01.07.2013 года № 499 «Об утверждении порядка и организации деятельности по дополнительным профессиональным программам»;
- Локальные акты ГБПОУ «Челябинский радиотехнический техникум».

3. Используемые сокращения.

В Программе ДПО используются следующие сокращения:
ДПО - дополнительное профессиональное образование;
ПК - профессиональная компетенция;
СПО - среднее профессиональное образование;
УД - учебная дисциплина.

4. Характеристика подготовки по специальности.

Требования к уровню подготовки, необходимому для освоения Программы ДПО, нормативные сроки освоения Программы ДПО при очной и заочной формах получения образования отражены в таблице 1.

Таблица 1

Требования к уровню подготовки	Нормативный срок освоения Программы ДПО
студенты 1 курса, осваивающие основную образовательную программу СПО по специальности «Реклама»	160 часов

5. Документы, определяющие содержание и организацию образовательного процесса.

В соответствии с Федеральным Законом от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации», Программа ДПО включает в себя учебный план, календарный учебный график, рабочие программы УД, фонд оценочных средств.

6. Цели и планируемые результаты Программы ДПО.

Настоящая Программа ДПО направлена на освоение (совершенствование) следующих профессиональных компетенций:

ПК -1 Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.

ПК 2 - Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.

ПК 3 - Создавать визуальные образы с рекламными функциями.

ПК 4 - Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.

ПК 5 - Осуществлять поиск рекламных идей.

ПК 6 - Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.

Студенты 1 курса, осваивающие основную образовательную программу СПО по специальности «Реклама» в результате освоения Программы ДПО получают знания и умения отраженные в таблице 2.

Таблица 2

Наименование учебных дисциплин	Наименование учебных циклов, разделов, модулей, требования к знаниям, умениям, практическому опыту	Всего максимальной учебной нагрузки обучающегося (час.)
Основы копирайтинга для контента WEB-страниц.	уметь: - написать короткий рекламный текст по заданной теме; знать: - основные термины и определения копирайтинга; - классификация рекламных и рг-текстов; - тема рекламного текста; - цель рекламного текста; - целевая аудитория рекламного текста; - структура и фактура рекламного текста; - виды рекламного текста; - основные писательские приемы.	20
Психология влияния на клиента в рекламной деятельности.	Уметь: - вести общение с различными категориями клиентов; Знать: Цели, функции, виды влияния; - основные механизмы психологического воздействия. Классификация средств и стимулов психологического воздействия.	20
Основы работы с источниками информации в условиях конвергентной редакции СМИ.	Уметь: - написать рекламный текст по заданной теме; Знать: - способы написания «цепляющих» заголовков; - понятие сторителлинга; - роль историй в рекламе; - понятие личного бренда; - этапы создания личного бренда; - роль рекламных текстов в создании личного бренда;	20
История и методология брендинга в Web-дизайне.	Уметь: - применять методы активизации воображения; - генерировать идеи, выдвигать гипотезы, используя специальные приемы; - переносить знания в различные предметные области и/или на различные классы объектов; производить целесообразный отбор эвристик Знать: - Различные форматы информации - Возможности визуальных рядов и визуальной поэзии Виды эвристик и особенности их применения Специальные методы и приемы получения оригинальных решений Приемы генерации идей, методы активизации воображения.	20
Производство	уметь:	20

коммерческого видео для бизнеса.	<p>уметь: Самостоятельно создавать рекламный продукт, используя различные программы</p> <p>Грамотно осуществлять подготовку к производству и вести коммуникацию с потенциальным клиентом. Разрабатывать стратегию продвижения продукта, использовать мировой опыт.</p> <p>Подбирать референсные образцы, аппаратные и программные средства, а также аудиовизуальную продукцию, необходимые для производства видео.</p> <p>знать:</p> <p>Оценивать и тестировать гипотезы при создании рекламного видеопродукта.</p> <p>Ведение проектов в области видеопроизводства.</p>	
Продвижение продукта интернет-пространстве.	<p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> в - строить гармонические сочетания цвета - применять особенности цветовых сочетаний в художественном проектировании рекламного продукта, интерьеров, одежды - использовать психофизиологические возможности воздействия цветов. <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - о символике цвета; - о функциях цвета в рекламе; - о психофизиологических возможностях воздействия цветов. 	20
WEB-дизайн.	<p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> -самостоятельно создавать веб-страницы, используя различные программы - грамотно размещать информацию на сайте. - разрабатывать навигацию, использовать шаблоны. - подбирать изображения нужного формата и размера. <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Оценивать и тестировать сайт. - Ведение проектов в области веб-дизайна. 	38
Итоговая аттестация.	Зачет.	2

7. Кадровое обеспечение реализации Программы ДПО.

Реализация Программы ДПО обеспечивается педагогическими кадрами, имеющими высшее профессиональное образование по направлению подготовки «Образование и педагогика» или в области, соответствующей преподаваемой дисциплины, без предъявления требований к стажу работы, либо высшее профессиональное образование или среднее профессиональное образование и дополнительное профессиональное образование по направлению деятельности в образовательном учреждении без предъявления требований к стажу работы.

8. Учебно-методическое обеспечение реализации Программы ДПО.

Реализация Программы ДПО обеспечивается доступом каждого обучающегося к базам данных и библиотечным фондам, формируемым по полному перечню учебных дисциплин.

Во время самостоятельной подготовки обучающиеся обеспечены доступом

к информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".

Библиотечный фонд укомплектован печатными и электронными изданиями учебной литературы по дисциплинам, изданными за последние 5 лет.

Библиотечный фонд помимо учебной литературы включает официальные, справочно-библиографические издания.

Перечень используемых учебных изданий, интернет-ресурсов, дополнительной литературы:

1. Филатова О. Г. Технологии и методы PR-продвижения информационных ресурсов. Вводный курс: Учебное пособие. – СПб.: НИУ ИТМО, 2012. – 73 с.
5. Гафарова Е.А. УПРАЖНЕНИЯ ДЛЯ ТВОРЧЕСТВА Учебно-методическое пособие / Москва, 2017.
6. Берд Джейсон. Веб-дизайн: Руководство разработчика. Изд. Питер, 2012 .
7. Круг С. Веб-дизайн: Изд. Символ-Плюс, 2016.
8. Андреева Г.М. Межличностное восприятие в группах. – М.: МГУ, 1981.
11. Аронсон Э., Уилсон Т., Эйкерт Р. – Социальная психология. Психологические законы поведения человека в социуме. – СПб.: прайм – ЕВРОЗНАК, 2002. – 560с.
12. Леонтьев О.В. Приемы психического воздействия на людей. – СПб.: Михайлова В.А., 2000. – 64с.
13. Михайлюк Е.Б. Психология влияния. – Ростов н/Д.: Феникс, 2003. – 160с.
15. Тернер Дж. Социальное влияние. – СПб.: Питер, 2003. – 256с.
16. Чалдини Р. Психология влияния. – СПб.: Питер, 2004. – 286с.
17. Шейнов В.П. Искусство убеждать. – М.: «Книга сервис», 2004. – 304с.
448с.
20. Ильяхов М., Сарычева Л. Пиши, сокращай: как создавать сильный текст в информационном стиле. Альпина, 2017.
21. Иноземцева Е. Как стать популярным автором. МИФ, 2017.
22. Каплунов Д.А. Копирайтинг массового поражения. Питер, 2014.
23. Карепина С. Пишем убедительно: сам себе копирайтер. МИФ, 2015.
- 24.
26. Огилви Д. О рекламе. МИФ, 2017.
27. Панда П. Тексты, которым верят. Питер, 2017.
28. Игорь Беленький. «История кино: Киносъемки, кинопромышленность, киноискусство». ISBN: 978-5-9614-1813-2
29. Сергей Эйзенштейн «За кадром. Ключевые работы по теории кино». ISBN: 978-5-8291-3800-4
30. Макки Роберт, «История на миллион долларов. Мастер-класс для сценаристов, писателей и не только». ISBN: 978-5-91671-824-9
31. Макки Роберт, «Персонаж: Искусство создания образа на экране, в

книге и на сцене». ISBN: 978-5-00139-548-5

Интернет-ресурсы:

- [Электронный ресурс]:// <https://4brain.ru/>

- [Электронный ресурс]://<https://wikium.ru>

- [Электронный ресурс]:// <https://www.intuit.ru/studies/courses/3597/839/info> -

Основы рекламы и PR.

- <http://textis.ru/>

- <https://kaplunoff.com/>

- <http://my.free-publicity.ru>

9. Материально-техническое обеспечение реализации Программы ДПО.

Техникум располагает материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов аудиторных и практических занятий, предусмотренных учебным планом образовательной организации.

Реализация ДПО обеспечивает:

– выполнение обучающимися практических занятий, включая как обязательный компонент практические задания с использованием персональных компьютеров;

– освоение обучающимися учебных дисциплин в условиях созданной соответствующей образовательной среды в зависимости от специфики вида деятельности.

– Технические средства обучения:

– специализированный программно-аппаратный комплекс педагога:

– персональный или мобильный компьютер с предустановленным программным обеспечением;

– интерактивное оборудование;

Материально-техническая база соответствует действующим санитарно-эпидемиологическим нормам и нормам пожарной безопасности.

Перечень помещений используемых при реализации Программы ДПО:

Таблица 3

Перечень помещений	Наименование
Кабинеты	Кабинет для проведения аудиторных занятий; Компьютерный класс, оборудованный средствами ввода и вывода информации на разные виды источников;
Залы	библиотека, читальный зал с выходом в сеть Интернет;

При использовании электронных изданий техникум обеспечивает каждого обучающегося рабочим местом в компьютерном классе в соответствии

с объемом изучаемых дисциплин.

Во всех компьютерных лабораториях установлено лицензионное и бесплатное программное обеспечение.

Перечень программного обеспечения, используемого при реализации Программы ДПО:

Архиваторы: 7-Zip

Браузеры: Internet Explorer, Google Chrome, Mozilla Firefox

Графические приложения: CorelDRAW Graphics Suite X7 (Лицензия), Autodesk 3ds Max, Autodesk Maya, Autodesk AutoCAD, Autodesk AutoCAD Electrical, Autodesk Inventor Professional, GIMP (GNU GPL), Inkscape (GNU GPL), КОМПАС-3D (Лицензия), Paint.NET, Scribus (GNU GPL), Adobe Photoshop, Adobe Premiere, Adobe Illustrator, Adobe After Effects.

Создание и разработка сайтов: Adobe Dreamweaver, Open Server Panel.

Офисные приложения: Microsoft Office (Лицензия), Microsoft Visio (Лицензия), Skype для Windows, LibreOffice, Notepad++, Scilab (GNU GPL), Adobe Reader

Средства разработки: Microsoft SQL Server, Microsoft Visual Studio, National Instruments LabVIEW, Eclipse (GNU GPL), Unity.

Тестовые программы: 3DMark, CPU-Z, GPU-Z

Электроника: AVR Studio, Altium Designer, Atmel Studio

Виртуализация: Microsoft Hyper-V, VMware Workstation Player, VMware ESXi

Файловые менеджеры: Far manager, Total commander

Антивирусы: Антивирус Касперского

Прогриватели: AIMP, VLC media player, DaumPotPlayer, gom player.

10. Контроль качества и оценка освоения обучающимися Программы ДПО:

Контроль качества и оценка освоения Программы ДПО включает итоговую аттестации обучающихся:

Итоговая аттестация освоения Программы ДПО проводится в форме итогового зачета.

Таблица 4

Результаты освоения Программы ДПО (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата
ПК -1 Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.	Получение дополнительных знаний и основных навыков художественного проектирования рекламного продукта.
ПК 2 - Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.	Ориентирование в современной терминологии копирайтинга, умение определить тему, цель рекламного текста, целевую аудиторию, составить план рекламного текста. Готовый текст, соответствующий теме и целевой аудитории
ПК 3 - Создавать визуальные образы с рекламными функциями.	Необходимость наглядного визуального образа в продвижения компании/продукта/услуги.

ПК4 - Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.	Ньюсмейкинг и взаимодействие со СМИ. Оценивать и тестировать сайт. Ведение проектов в области веб-дизайна.
ПК 5 - Осуществлять поиск рекламных идей.	Формы и методы PR-деятельности. Виды работ PR-специалистов, особенности техзаданий для проведения PR-мероприятий. Отличия PR-деятельности и рекламы.
ПК 6 - Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.	Принципы и формы взаимодействия со СМИ. Определение низкозатратных механизмов вовлечения в информационную сферу.

Для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений при освоении Программы ДПО используются фонды оценочных средств, позволяющие оценить умения, знания, практический опыт и освоенные компетенции.

11. Приложения к Программе ДПО

Приложение №1 – Учебный план;

Приложение №2 – Календарный учебный график;

Приложение №3 – Рабочие программы учебных дисциплин;

Приложение №4 – Фонд оценочных средств.

5. Примерный учебный план.

Примерные учебные планы (таблица 5) является основой для разработки учебного плана, непосредственно используемого при освоении Программы ДПО.

Примерный учебный план для студентов 1 курса, осваивающих основную образовательную программу среднего профессионального образования по специальности «Реклама» отражен в таблице 1.

Примерный учебный план регламентирует примерный порядок реализации Программы ДПО и определяет примерные количественные и качественные характеристики реализации Программы ДПО:

- объемные параметры учебной нагрузки в целом, по семестрам и годам обучения;
- перечень, последовательность изучения и объемы учебной нагрузки по учебным дисциплинам;

Таблица 5

Наименование дисциплин	Период реализации Программы ДПО	Количество часов по учебным дисциплинам в соответствии с образовательной программой дополнительного профессионального образования (учебный план)
Основы копирайтинга для контента WEB-страниц.	1 курс	20
Психология влияния на клиента в рекламной деятельности.	1 курс	20
Основы работы с источниками информации в условиях конвергентной редакции СМИ.	2 курс	20
История и методология брэндинга в Web-дизайне.	2 курс	20
Производство коммерческого видео для бизнеса.	3 курс	20
Продвижение продукта в интернет-пространстве.	3 курс	20
WEB-дизайн.	4 курс	38
Зачет.		2
Всего:		160

5. Календарный учебный график

Календарный учебный график составляется по всем курсам обучения и утверждается директором техникума сроком на один учебный год.

Календарный учебный график устанавливает последовательность и продолжительность теоретического обучения практических занятий.

Таблица «Календарный учебный график» отражает объемы часов на освоение учебных дисциплин.

Сумма часов учебной нагрузки в неделю составляет: 4 часа.