

ДЕПАРТАМЕНТ ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ
«ТЮМЕНСКИЙ ТЕХНИКУМ ИНДУСТРИИ ПИТАНИЯ, КОММЕРЦИИ И СЕРВИСА»
МЕЖРЕГИОНАЛЬНЫЙ ЦЕНТР КОМПЕТЕНЦИЙ В ОБЛАСТИ ИСКУССТВА,
ДИЗАЙНА И СФЕРЫ УСЛУГ

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**ОП.02 Информационные технологии
в профессиональной деятельности**

по специальности 42.02.01 Реклама

Тюмень 2024

Рабочая программа учебной дисциплины разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденным приказом Минпросвещения России от 21.07.2023 № 552 и Рекомендациями по организации получения среднего общего образования в пределах освоения образовательных программ среднего профессионального образования на базе основного общего образования с учетом требований федеральных государственных образовательных стандартов и получаемой профессии или специальности среднего профессионального образования от 01 марта 2023 г. N 05-592

Разработчик: Стипаненко Т.И., преподаватель

Одобрено
на заседании ПЦК ЭУиК
Протокол № 10 от 23 мая 2024
Председатель ПЦК


_____ Л.А. Перцева
подпись

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	5
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	8
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	9

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Область применения программы

Рабочая программа учебной дисциплины ОП.02 Информационные технологии в профессиональной деятельности является частью основной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама.

1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

Код ОК	Умения	Знания
ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 6, ОК 7, ОК 9, ПК 1, ПК 2, ПК 3, ПК 4	У-1 Владеть программами и платформами для создания рекламных материалов. У-2 Уметь использовать аналитические инструменты для отслеживания и анализа показателей эффективности рекламной кампании. У-3 Уметь работать с социальными сетями и рекламными платформами. У-4 Уметь проводить анализ данных и планировать стратегии маркетинга по средству информационных технологий. У-5 Уметь работать с электронной почтой и мобильными приложениями. У-6 Уметь работать с графическими редакторами	З-1 Знать аналитические инструменты для оценки эффективности рекламы. З-2 Знать технологии таргетированной рекламы и SEO. З-3 Знать основы веб-дизайна и программирования

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Объем образовательной программы	157
Суммарная учебная нагрузка во взаимодействии с преподавателем	94
в том числе:	
теоретическое обучение	6
лабораторные занятия	-
практические занятия	88
курсовая работа (проект)	-
самостоятельная работа (индивидуальный проект)	63
консультации	-
Промежуточная аттестация поводится в форме дифференцированного зачета	-

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины ОП.02 Информационные технологии в профессиональной деятельности

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем часов	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4
Тема 1. Понятие информации и информационных технологий.	Содержание учебного материала	2	ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 6, ОК 7, ОК 9, ПК 1, ПК 2, ПК 3, ПК 4
	Основные понятия и определения. Классификация информационных систем. Классификация персональных компьютеров.		
	Самостоятельная работа обучающихся:	4	
	Самостоятельная работа № 1. Создание сообщения об одной из информационных систем.	2	
	Самостоятельная работа № 2. Создание презентации по теме сообщения об одной из информационных систем.	2	
Тема 2. Введение в информационные технологии в рекламе	Тематика практических занятий	6	
	Практическое занятие № 1. Роль информационных технологий в современной рекламе.	2	
	Практическое занятие № 2. Тенденции развития информационных технологий в рекламе.	2	
	Практическое занятие № 3. Достоинства и недостатки применения информационных технологий в рекламе.	2	
Тема 3. Основы веб-дизайна и программирования	Содержание учебного материала	2	
	Общие понятия веб-дизайна. Представление о веб-конструировании.		
	Тематика практических занятий	10	
	Практическое занятие № 4. Принципы создания веб-сайтов для рекламных целей.	2	
	Практическое занятие № 5. HTML, CSS: основы программирования для веб-дизайна.	2	
	Практическое занятие № 6. Адаптивный дизайн и мобильная оптимизация .	2	

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем часов	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4
	Практическое занятие № 7. Изучение техник UX/UI дизайна.	2	
	Практическое занятие № 8. Оптимизация изображений и контента для улучшения скорости загрузки сайта и улучшения пользовательского опыта.	2	
	Самостоятельная работа обучающихся:	10	
	Самостоятельная работа № 3. Создание дизайна баннеров и рекламных объявлений.	2	
	Самостоятельная работа № 4. Работа с макетами веб-страниц.	2	
	Самостоятельная работа № 5. Создание портфолио, включающего в себя работы по веб-дизайну, которое может быть использовано для демонстрации своих навыков.	6	
Тема 4. Работа с графическими редакторами	Тематика практических занятий	22	
	Практическое занятие № 9. Основы работы с Adobe Photoshop, Illustrator, InDesign	2	
	Практическое занятие № 10. Редактирование дизайна баннеров и рекламных объявлений.	2	
	Практическое занятие № 11. Дизайн логотипов.	2	
	Практическое занятие № 12. Брендинг.	4	
	Практическое занятие № 13. Ретушь фотографий для рекламы.	2	
	Практическое занятие № 14. Создание макетов для рекламных материалов	4	
	Практическое занятие № 15. Изучение типографики и композиции	6	
	Самостоятельная работа обучающихся:	12	
	Самостоятельная работа № 6. Создание рекламного постера для мероприятия	2	
	Самостоятельная работа № 7. Дизайн баннеров для онлайн рекламы	4	
	Самостоятельная работа № 8. Разработка логотипа	2	

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем часов	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4
	Самостоятельная работа № 9. Разработка фирменного стиля	4	
Тема 5. Создание и оптимизация контента для цифровой рекламы	Тематика практических занятий	12	
	Практическое занятие № 16. Создание привлекательного контента для аудитории	2	
	Практическое занятие № 17. Создание постов для социальных сетей	2	
	Практическое занятие № 18. Разработка контент-плана для цифровой рекламы	2	
	Практическое занятие № 19. Тестирование и оптимизация контента	2	
	Практическое занятие № 20. SEO: оптимизация контента для поисковых систем	2	
	Практическое занятие № 21. SMM: продвижение рекламы через социальные сети	2	
	Самостоятельная работа обучающихся:	8	
	Самостоятельная работа № 10. Брифинг	2	
	Самостоятельная работа № 11. Написание объявлений для Google Ads	2	
	Самостоятельная работа № 12. Разработка электронных пресс-релизов	2	
	Самостоятельная работа № 13. Создание контента для электронных рассылок	2	
Тема 6. Аналитика и мониторинг рекламных кампаний	Тематика практических занятий	14	
	Практическое занятие № 22. Установление KPI	2	
	Практическое занятие № 23. Показатель CTR	2	
	Практическое занятие № 24. Показатель Conversion Rate	2	
	Практическое занятие № 25. Показатель ROI	2	
	Практическое занятие № 26. Показатель CPA	2	
	Практическое занятие № 27. Показатель Engagement Rate	2	

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем часов	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4
	Практическое занятие № 28. Customer Lifetime Value	2	
	Самостоятельная работа обучающихся:	6	
	Самостоятельная работа № 14. Исследовать целевую аудиторию	2	
	Самостоятельная работа № 15. Разработка контент-стратегии	2	
	Самостоятельная работа № 16. Анализ результатов	2	
Тема 7. Виртуальная и дополненная реальность в рекламе	Тематика практических занятий	12	
	Практическое занятие № 29. Разработка виртуальных и дополненных реальности рекламы	4	
	Практическое занятие № 30. Применение VR и AR в продвижении товаров и услуг	4	
	Практическое занятие № 31. Создание виртуальных туров и показов продуктов	4	
	Самостоятельная работа обучающихся:	10	
	Самостоятельная работа № 17. Возможности применения AR и VR в рекламной индустрии	4	
	Самостоятельная работа № 18. Создание интерактивных рекламных материалов с использованием AR и VR	6	
Тема 8. Кейсы успешных рекламных кампаний	Содержание учебного материала	2	
	Кейсы успешных рекламных кампаний		
	Тематика практических занятий	12	
	Практическое занятие № 32. Определение цели и целевой аудитории	2	
	Практическое занятие № 33. Проведение исследования рынка и конкурентов	2	
	Практическое занятие № 34. Разработка уникального предложения и концепцию кампании	2	
	Практическое занятие № 35. Использование информационных	2	

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем часов	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4
	технологий для аналитики и таргетинга		
	Практическое занятие № 36. Создание мультимедийного контента	2	
	Практическое занятие № 37. Запуск кампании на онлайн-платформах	2	
	Самостоятельная работа обучающихся:	13	
	Самостоятельная работа № 19. Оценка эффективности кампании	4	
	Самостоятельная работа № 20. Проведение анализа кампании	4	
	Самостоятельная работа № 21. Провести корректировку стратегии на основе полученных данных	5	
Промежуточная аттестация –диф зач			
Всего:		157	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Для реализации рабочей программы учебной дисциплины должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

Кабинет «Информационные технологии в профессиональной деятельности», оснащенный необходимым для реализации программы учебной дисциплины оборудованием: стол компьютерный, стол преподавателя, кресло компьютерное, шкаф для документов, доска магнитно-меловая, флипчарт, огнетушитель, моноблок, интерактивная доска, проектор.

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации имеет печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы, рекомендуемые для использования в образовательном процессе.

3.2.1 Основная литература:

1. Михеева, Е. В. Информационные технологии в профессиональной деятельности : учеб. для СПО / Е. В. Михеева. - 6-е изд., стер. - Москва : Академия, 2023. - 416 с. - URL: <http://www.academia-moscow.ru> доступ после регистрации. - Текст : электронный.

3.2.2. Дополнительная литература:

1. Куприянов, Д. В. Информационное обеспечение профессиональной деятельности : учеб. и практикум для СПО / Д. В. Куприянов. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юрайт, 2024. - 283 с. - (Профессиональное образование). - Режим доступа: www.biblio-online.ru доступ после регистрации. - Текст : электронный.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Критерии оценки	Формы и методы оценки
Знания: 3-1 Знать аналитические инструменты для оценки эффективности рекламы. 3-2 Знать технологии таргетированной рекламы и SEO. 3-3 Знать основы веб-дизайна и программирования	- «Отлично» - теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, умения сформированы, все предусмотренные программой учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено высоко. - «Хорошо» - теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, некоторые умения сформированы недостаточно, все предусмотренные программой учебные задания выполнены, некоторые виды заданий выполнены с ошибками. - «Удовлетворительно» - теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, необходимые умения работы с освоенным материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, некоторые из выполненных заданий содержат ошибки.	Текущий контроль: • Компьютерное тестирование. • Тестирование. • Самостоятельная работа. • Наблюдение за выполнением практического задания. • Оценка выполнения практического задания (работы). Промежуточная аттестация: Дифференцированный зачет
Умения: У-1 Владеть программами и платформами для создания рекламных материалов. У-2 Уметь использовать аналитические инструменты для отслеживания и анализа показателей эффективности рекламной кампании. У-3 Уметь работать с социальными сетями и рекламными платформами. У-4 Уметь проводить анализ данных и планировать стратегии маркетинга по средству информационных технологий. У-5 Уметь работать с электронной почтой и мобильными приложениями. У-6 Уметь работать с графическими редакторами	некоторые умения сформированы недостаточно, все предусмотренные программой учебные задания выполнены, некоторые виды заданий выполнены с ошибками. - «Удовлетворительно» - теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, необходимые умения работы с освоенным материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, некоторые из выполненных заданий содержат ошибки. - «Неудовлетворительно» - теоретическое содержание курса не освоено, необходимые умения не сформированы, выполненные учебные задания содержат грубые ошибки.	