

ДЕПАРТАМЕНТ ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ  
ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ  
«ТЮМЕНСКИЙ ТЕХНИКУМ ИНДУСТРИИ ПИТАНИЯ, КОММЕРЦИИ И СЕРВИСА»

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА  
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**


**ОП.03 История экранных искусств**

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, утвержденного приказом Министерства просвещения от 21 июля 2023 года № 552.

Разработчик: А.Б. Бирюков, преподаватель

Одобрено  
на заседании ПЦК ОГСЭ и ЕН дисциплин  
Протокол № 10 от «23» мая 2024 г.  
Председатель ПЦК  Е.А. Флоря  
(подпись)

## СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	5
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	10
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	11

# 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

## 1.1. Область применения рабочей программы

Учебная дисциплина «История экранных искусств» является обязательной частью общепрофессионального цикла примерной 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 01 ОК 02 ОК 03 ОК 04 ОК 05 ОК 06 ОК 09 ОК 10	- ориентироваться в современной экономической, политической и культурной жизни в России и мире; - выявлять взаимосвязь политических, социально-экономических и культурных проблем	- сущность и причины локальных, региональных, межгосударственных конфликтов в конце XX - начале XXI вв.; - основные процессы политического и экономического развития ведущих регионов мира; - назначение и деятельность международных организаций; - роль науки, культуры и религии в сохранении и укреплении национальных и государственных традиций; - содержание и назначение важнейших правовых и законодательных актов мирового и регионального значения
ОК 01 Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	- 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 помощью наставника)	- 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
ОК 02 Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности	- 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 Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие	<ul style="list-style-type: none"> <li>– определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности;</li> <li>– применять современную научную профессиональную терминологию;</li> <li>– определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– содержание актуальной нормативно-правовой документации;</li> <li>– современная научная и профессиональная терминология;</li> <li>– возможные траектории профессионального развития и самообразования</li> </ul>
ОК 04 Работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами	<ul style="list-style-type: none"> <li>– организовывать работу коллектива и команды; взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности; основы проектной деятельности</li> </ul>
ОК 05 Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	<ul style="list-style-type: none"> <li>– грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– особенности социального и культурного контекста;</li> <li>– правила оформления документов и построения устных сообщений.</li> </ul>
ОК 06 Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, применять стандарты антикоррупционного поведения	<ul style="list-style-type: none"> <li>– действовать с позиции гражданско-патриотического отношения, быть верным Отечеству, выполнять гражданский долг и конституционные обязанности по защите интересов Родины;</li> <li>– позитивно относиться к военной и государственной службе;</li> <li>– применять стандарты антикоррупционного поведения;</li> <li>– описывать значимость своей профессии (специальности)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– сущность гражданско-патриотической позиции, общечеловеческих ценностей;</li> <li>– значимость профессиональной деятельности по профессии (специальности);</li> <li>– стандарты антикоррупционного поведения и последствия его нарушения</li> </ul>
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;	<ul style="list-style-type: none"> <li>– 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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы; основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика); лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности; особенности произношения; правила чтения текстов профессиональной направленности</li> </ul>
ПК 2.2 Осуществлять медиапланирование;	<ul style="list-style-type: none"> <li>-составлять полнофункциональные брифы на РК с учетом результатов анализа рынка и конкурентной среды;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий и рекламных носителей;</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- разрабатывать стратегию маркетинговых коммуникаций продвижения на рынке торговой марки, товаров, услуг;</li> <li>- создавать план РК с учетом поставленных целей и задач;</li> <li>-осуществлять медиапланирование;</li> <li>- определять и обеспечивать максимальные KPI в пределах рекламного бюджета;</li> <li>- эффективно настраивать рекламную кампанию для достижения максимальных KPI;</li> <li>- осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний;</li> <li>- преобразовывать требования заказчика в бриф;</li> <li>- доводить информацию заказчика до ЦА;</li> <li>- использовать методы и способы привлечения пользователей к рекламной кампании;</li> <li>- уметь организовывать и уверенно проводить рекламные мероприятия;</li> <li>- использовать приемы привлечения внимания к рекламным мероприятиям;</li> <li>- - использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении рекламных мероприятий.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- логику и структуру плана рекламной кампании;</li> <li>- логику и структуру медиаплана;</li> <li>- структуру брифа и требования к нему;</li> <li>- важность определения оригинальной идеи для рекламной кампании</li> </ul>
ПК 3.3 Использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете;	<ul style="list-style-type: none"> <li>- использовать поисковые системы интернета;</li> <li>- использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете;</li> <li>- создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- важность учета пожеланий заказчика при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет;</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- конвертировать файлы в нужные форматы;</li> <li>- использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат;</li> </ul>	
ПК 4.3 Размещать рекламные материалы в социальных медиа	<ul style="list-style-type: none"> <li>- создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий;</li> <li>- конвертировать файлы в нужные форматы;</li> <li>- использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат;</li> <li>- размещать рекламные материалы в социальных медиа</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей;</li> <li>- возможности интернет-ресурсов для макетирования рекламных носителей;</li> <li>- виды сайтов, их возможности и варианты применения;</li> </ul>

**1.3 Целевые ориентиры воспитания обучающихся, формируемые в процессе освоения учебной дисциплины** в соответствии с программой воспитания по специальности 42.02.01 Реклама.

Обозначения	Целевые ориентиры
ЦО 11	Проявляющий приверженность традиционным духовно-нравственным ценностям, культуре народов России с учётом мировоззренческого, национального, конфессионального самоопределения.
ЦО 16	Выражающий понимание ценности отечественного и мирового искусства, российского и мирового художественного наследия.
ЦО 17	Проявляющий восприимчивость к разным видам искусства, понимание эмоционального воздействия искусства, его влияния на душевное состояние и поведение людей, умеющий критически оценивать это влияние.
ЦО 18	Проявляющий понимание художественной культуры как средства коммуникации и самовыражения в современном обществе, значение нравственных норм, ценностей, традиций в искусстве.
ЦО 19	Ориентированный на осознанное творческое самовыражение, реализацию творческих способностей, на эстетическое обустройство собственного быта, профессиональной среды.
ЦО 26	Понимающий профессиональные идеалы и ценности, уважающий труд, результаты труда, трудовые достижения российского народа, трудовые и профессиональные достижения своих земляков, их вклад в развитие своего поселения, края, страны.
ЦО 36	Деятельно выражающий познавательные интересы в разных предметных областях с учётом своих интересов, способностей, достижений, выбранного направления профессионального образования и подготовки.

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### 2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Объем образовательной программы	78
Суммарная учебная нагрузка во взаимодействии с преподавателем	38
в том числе:	
теоретическое обучение	20
лабораторные занятия	-
практические занятия	18
курсовая работа (проект)	-
Самостоятельная работа	40
Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета (1 семестр)	



## 2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности	Объем часов	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4
<b>Раздел 1. Эволюция рекламы</b>		<b>36</b>	
<b>Тема 1.1 Введение. Дисциплина «История экранных искусств», ее связь с дисциплинами учебного плана.</b>	<b>Содержание учебного материала</b> 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.	2	ОК 01- 06, 09 ЦО 11, 16, 17, 18, 19, 26, 36 ПК.2.2, ПК.3.3, ПК.4.3
<b>Тема 1.2 Графическая реклама. Полиграфическая реклама (начало 17-18 века, Франция Англия). Промышленная революция 19 века. Реклама начала 20 века</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	2	ОК 01- 06, 09 ЦО 11, 16, 17, 18, 19, 26, 36 ПК.2.2, ПК.3.3, ПК.4.3
	Летучие листки, афиши. Печатные издания 17-19 веков, их основатели, и рекламные объявления. Рекламные агентства. Плакат конец 19-начала 20 веков.		
	<b>Тематика практических занятий</b>	2	
	Практическое занятие № 1. Работа с историческими документами, плакатами, афишами по теме: «Реклама времен Промышленной революции» Практическое занятие № 2. Работа с историческими документами по теме: «Реклама 20 века»	2	
	<b>Содержание учебного материала</b>	2	ОК 01- 06, 09

<b>Тема 1.3 Реклама 20-40 гг. 20 века за рубежом и в России</b>	Творчество художников – плакатистов эпохи индустриализации Реклама товаров народного потребления. Агитационная реклама Стилистические решения.		ЦО 11, 16, 17, 18, 19, 26, 36 ПК.2.2, ПК.3.3, ПК.4.3
	<b>Самостоятельная работа:</b> Самостоятельная работа № 1.Выполнение докладов по теме: «Художники-плакатисты эпохи индустриализации».	2	ОК 01- 06, 09 ЦО 11, 16, 17, 18, 19, 26, 36 ПК.2.2, ПК.3.3, ПК.4.3
	<b>Самостоятельная работа:</b> Самостоятельная работа № 2. Работа с историческими документами и плакатами по теме «Агитационная реклама в СССР и США».	2	
	<b>Самостоятельная работа:</b> Самостоятельная работа № 3. Написание эссе на тему: «Реклама товаров народного потребления в СССР и за рубежом».	2	
<b>Тема 1.4. Зарождение телевизионной рекламы. Печатная реклама 50-80х годов</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	2	ОК 01- 06, 09 ЦО 11, 16, 17, 18, 19, 26, 36 ПК.2.2, ПК.3.3, ПК.4.3
	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.		
	<b>Тематика практических занятий</b>	2	
	Практическое занятие № 3. Анализ исторических документов по теме: «Деятельность «Союзторгреклама в СССР».		
	<b>Самостоятельная работа:</b> Самостоятельная работа № 4.Выполнение докладов по теме «Союзторгреклама в СССР».	2	
	<b>Самостоятельная работа:</b> Самостоятельная работа № 5. Работа с историческими документами по теме: «Союзторгреклама в СССР».	2	
	<b>Самостоятельная работа:</b> Самостоятельная работа № 6. Написание эссе на тему: «Телевизионная реклама США и СССР. Сравнительный анализ».	2	
	<b>Самостоятельная работа:</b> Самостоятельная работа № 7. Работа с историческими документами на тему: «Печатная реклама 50-х годов».	2	
	<b>Самостоятельная работа:</b> Самостоятельная работа № 8. Работа с историческими документами на тему: «Печатная реклама 60-х годов».	2	

	<b>Самостоятельная работа:</b> Самостоятельная работа № 9. Работа с историческими документами на тему: «Печатная реклама 70-х годов».	2	
	<b>Самостоятельная работа:</b> Самостоятельная работа № 10. Работа с историческими документами на тему: «Печатная реклама 80-х годов».	2	
<b>Тема 1.5. Реклама 90х-2000х</b>	Печатная реклама. Видео реклама: для оптовиков 1991 г, реклама с товарами народного потребления, агрессивная реклама. Интернет реклама: первая интернет реклама 94г, эпоха баннерной рекламы.	2	ОК 01- 06, 09 ЦО 11, 16, 17, 18, 19, 26, 36 ПК.2.2, ПК.3.3, ПК.4.3
<b>Раздел 2. Современная реклама</b>		<b>42</b>	
<b>Тема 2.1. Современные направления в рекламе.</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	2	ОК 01- 06, 09 ЦО 11, 16, 17, 18, 19, 26, 36 ПК.2.2, ПК.3.3, ПК.4.3
	Медийная реклама, E-mail-маркетинг, Контент-маркетинг, Крауд-маркетинг, SEO, ORM, SMM, Таргет, Ретаргет, Контекст.		
	<b>Тематика практических занятий</b>	2	
	Практическое занятие № 4. Анализ электронных источников и видеоматериалов по теме: «Медийная реклама сегодня»		
	Практическое занятие № 5. Работа с электронными источниками по теме: «Таргет. Ретаргет. Контекст».	2	
<b>Тема 2.2. Ведущие рекламные агентства и их работы</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	2	ОК 01- 06, 09 ЦО 11, 16, 17, 18, 19, 26, 36 ПК.2.2, ПК.3.3, ПК.4.3
	GETBRAND, Russ Outdoor, Ingate, Группа АДВ, Public Totem, Mediascope, Студия Артемия Лебедева и т.д.		
	<b>Самостоятельная работа:</b> Самостоятельная работа № 11. Подготовка докладов на тему: «Ведущие рекламные агентства России».	2	
	<b>Самостоятельная работа:</b> Самостоятельная работа № 12. Разработка сравнительного анализа сайтов различных рекламных агентств.	2	
	<b>Самостоятельная работа:</b> Самостоятельная работа № 13. Работа с историческими документами на тему: «Печатная реклама 80-х годов».	2	
	<b>Содержание учебного материала</b>	2	ОК 01- 06, 09
	Креативные методы, используемые в современной рекламе.		

<b>Тема 2.3. Креативные методы, используемые в современной рекламе</b>	Гипербола, литота, известный персонаж, показ товара в экстремальных условиях, до и после, визуальная метафора, демонстрация результатов неиспользования товара, демонстрация способа изготовления/производства товара, Метаморфоза.		ЦО 11, 16, 17, 18, 19, 26, 36 ПК.2.2, ПК.3.3, ПК.4.3
	<b>Тематика практических занятий</b>	2	
	Практическое занятие № 6. Работа с видеоматериалами по теме: «Показ товара в экстремальных условиях».		
	<b>Самостоятельная работа:</b> Самостоятельная работа № 14. Подготовка видеоролика на тему: «Креативные методы в рекламе»	2	
	<b>Самостоятельная работа:</b> Самостоятельная работа № 15. Подготовка видеоролика на тему: «Демонстрация способа изготовления товара»	2	
<b>Тема 2.4. Инсайт и ключевой рекламный образ</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	2	ОК 01- 06, 09 ЦО 11, 16, 17, 18, 19, 26, 36 ПК.2.2, ПК.3.3, ПК.4.3
	<b>Инсайт и ключевой рекламный образ</b>		
	<b>Определения, разбор примеров, приемы разработки.</b>		
	<b>Тематика практических занятий</b>	2	
	Практическое занятие № 7. Анализ видеороликов по теме: «Рекламные образы»		
<b>Тема 2.5 История телевидения, его особенности как экранного искусства</b>	Практическое занятие № 8. Работа с электронными источниками по теме: «Инсайт»	2	ОК 01- 06, 09 ЦО 11, 16, 17, 18, 19, 26, 36 ПК.2.2, ПК.3.3, ПК.4.3
	<b>Содержание учебного материала</b>	2	
	Основные характеристики телевидения как средства массовой информации и экранного искусства. Принципы построения телевизионной программы. Разновидности телевизионного вещания и классификация типов телепрограмм. Жанровая структура телепрограмм. Телевизионная реклама. Тенденции развития телевидения.		
	<b>Тематика практических занятий</b>	2	
	Практическое занятие № 9. Просмотр телевизионных рекламных роликов разных лет и подготовка сравнительного анализа.		
	<b>Самостоятельная работа:</b> Самостоятельная работа № 16. Подготовка докладов на тему: «История телевидения в 30-40-е годы»	2	
	<b>Самостоятельная работа:</b> Самостоятельная работа № 17. Подготовка докладов на тему: «История телевидения в 50-60-е годы».	2	
	<b>Самостоятельная работа:</b> Самостоятельная работа № 18. Подготовка докладов на тему: «История телевидения в 70-80-е годы».	2	

	Самостоятельная работа: Самостоятельная работа № 19. Подготовка докладов на тему: «Появление рекламы в России в 90-е годы»	2	
	Самостоятельная работа: Самостоятельная работа № 20. Написание эссе на тему: «Как менялась реклама на телевидении в нашей страны в разные этапы истории».	2	
<b>Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета (3 семестр)</b>			
<b>Всего</b>		<b>78</b>	

### **3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

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

Кабинет истории экранных искусств, оснащенный оборудованием: доской учебной, рабочим местом преподавателя, столами, стульями (по числу обучающихся), техническими средствами обучения (моноблоком, проектором, интерактивной доской).

#### **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 Электронные издания:**

1.«Основы теории и истории искусств. Изобразительное искусство. Театр. Кино / Т. С. Паниотова, Г. А. Коробова, Л. И. Корсикова [и др.]. - 9-е изд., стер. - Санкт-Петербург : Планета музыки, 2024. - 456 с. - Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. - Режим доступа: <https://e.lanbook.com>»

##### **3.2.2. Дополнительные источники:**

1. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для СПО / С. В. Карпова. – 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юрайт, 2023. - 425 с.- (Профессиональное образование). – Режим доступа: [www.biblio-online.ru](http://www.biblio-online.ru) доступ после регистрации. - Текст : электронный.

## 1. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
Перечень знаний, осваиваемых в рамках дисциплины		
основы истории рекламы, различные источники поиска информации, современные технологии и тенденции в области рекламы, терминологию, иметь визуальный опыт-насмотренность.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- использование возможности интернет-ресурсов</li> <li>-применение исторических стилей в разработке визуальных решений</li> <li>- применение приемов в разработке визуальных и текстовых материалах для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией;</li> <li>- использование технологии воздействия на аудиторию с применением визуальных и текстовых материалов в соответствии поставленным задачам.</li> <li>- аргументация выбранного решение</li> </ul>	<p>Экспертное наблюдение за ходом выполнения практической работы</p> <p>Зачет в виде просмотра презентации</p>
Перечень умений, осваиваемых в рамках дисциплины		
создавать инсайты , ключевые визуальные решения, используя креативные приемы, на основных рекламных носителях	<ul style="list-style-type: none"> <li>- подбор и применение оригинальных визуальных и текстовых элементов на основе поставленных задач.</li> <li>- поиска и подбора оригинального нейма и слогана.</li> </ul>	<p>Экспертное наблюдение за ходом выполнения практической работы</p> <p>Зачет в виде просмотра презентации</p>