

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Садыкова Алёна Григорьевна
Должность: Директор Высшей школы креативных индустрий
Дата подписания: 26.08.2026 14:04:34
Уникальный программный ключ:
d72783635b7f7c872e79a746e849dcb1abc6ab7a

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования

«Северо-Кавказский федеральный университет»
Высшая школа креативных индустрий
Колледж креативных индустрий

УТВЕРЖДАЮ

Директор Высшей школы
креативных индустрий
А.Г. Садыкова

Рабочая программа общеобразовательной дисциплины
ОП.10 Введение в тайм-менеджмент в креативных индустриях

Специальность	42.02.01	Реклама
	код	наименование специальности
Форма обучения	очная	

Ставрополь, 2026

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама и примерной основной образовательной программы СПО, с учетом направленности на удовлетворение потребностей регионального рынка труда и работодателей.

Рабочая программа учебной дисциплины разработана:

- 1 Пивоваров Евгений Сергеевич, ассистент департамента медиакоммуникаций высшей школы креативных индустрий СКФУ

фамилия, имя, отчество, ученая степень, ученое звание, место работы преподавателя

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Введение в тайм-менеджмент в креативных индустриях

(наименование дисциплины)

1.1 Место дисциплины в структуре основной образовательной программы:

Учебная дисциплина «Введение в тайм-менеджмент в креативных индустриях» является обязательной частью обще профессионального цикла основной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности 42.02.01 Реклама.

1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания

Код ПК, ОК	Умения	Знания
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	Умения:
		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
		составлять план действия
		определять необходимые ресурсы
		владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах
		реализовывать составленный план
		оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)
		Знания:
		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 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	Умения:
		организовывать работу коллектива и команды
		взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности
		Знания:
		психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности
ПК.2.1.	Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	основы проектной деятельности
		- Практический опыт: Планирования системы маркетинговых коммуникаций
		Умения: - Определять ключевые цели рекламной кампании - Формулировать задачи рекламной кампании исходя из целей РК - Осуществлять выбор форм, каналов и методов рекламного продвижения - Определять конкретные носители рекламы и их оптимальное сочетание - Определять и варьировать способы и каналы продвижения изделия,

		услуги, торговой марки - Определять бюджет РК исходя из поставленных целей и задач - Определять и варьировать комбинацию основных каналов информирования ЦА (целевой аудитории) - Определять эффективность хода РК и осуществлять его коррекцию для достижения максимальной эффективности; - учитывать мнение заказчика при планировании РК; - использовать современные приемы и технологии проведения и управления системой маркетинговых коммуникаций. Знания: - методики рекламного планирования; - инструментов рекламного планирования; - систему маркетинговых коммуникаций; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций - принципы выбора каналов коммуникации; - аудиторию различных средств рекламы; - отраслевую терминологию; - формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда; - технологии воздействия на аудиторию в системе маркетинговых коммуникаций; - принципы стратегического и оперативного планирования РК; - виды запросов
--	--	---

		пользователей в поисковых системах интернета - особенности размещения контекстно-медийных объявлений в интернете; - принципы функционирования современных социальных медиа; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании; - важность учета пожеланий заказчика при разработке системы маркетинговых коммуникаций и определении рекламных носителей.
--	--	---

В таблице пункта 1.2 приводятся коды компетенций общих и профессиональных, необходимых для освоения данной дисциплины.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем в часах
Объем образовательной программы учебной дисциплины	36
в т.ч. в форме практической подготовки	—
в т.ч.:	
лабораторные работы	—
практические занятия	18
контрольные работы	32
курсовая работа (проект)	—
Самостоятельная работа	4
Промежуточная аттестация	Зачёт с оценкой

В таблице пункта 2.1 указывается объем учебной дисциплины в часах, отводимых на освоение программы учебной дисциплины. Во всех ячейках со звездочкой () следует указать объем часов, а в случае отсутствия убрать из списка за исключением самостоятельной работы. Самостоятельная работа планируется образовательной организацией самостоятельно в соответствии с требованиями ФГОС СПО..*

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем, акад. ч / в том числе в форме практической подготовки, акад. ч	Коды компетенций
1	2	3	4
Раздел 1. Сущность и содержание тайм-менеджмента			
Тема 1.1 Сущность и содержание тайм-менеджмента. Предмет, цель, основные определения курса	Содержание учебного материала	8	<i>OK 01, OK 04</i>
	в том числе:		
	лабораторные работы		
	практические занятия	4	
	контрольные работы	4	
	самостоятельная работа обучающихся		
Тема 1.2 Время в деятельности менеджера и принципы его эффективного использования	Содержание учебного материала	6	<i>OK 01, OK 04</i>
	в том числе:		
	лабораторные работы		
	практические занятия	2	
	контрольные работы	4	
	самостоятельная работа обучающихся		
Время в деятельности менеджера и принципы его			

эффективного использования			
Тема 1.3 Правила личной организованности и самодисциплины	Содержание учебного материала	8	
	в том числе:		<i>ОК 01, ПК 2.1</i>
	лабораторные работы		
	практические занятия	2	
	контрольные работы	4	
	самостоятельная работа обучающихся	2	
Раздел 2. Тайм-менеджмент как важный инструмент организационного развития. Виды тайм-менеджмента			
Тема 2.1 Тайм-менеджмент как важный инструмент организационного развития. Виды тайм-менеджмента	Содержание учебного материала	6	
	в том числе:		<i>ОК 01, ОК 04</i>
	лабораторные работы		
	практические занятия	2	
	контрольные работы	4	
	самостоятельная работа обучающихся		
Тема 2.2 Тайм-	Содержание учебного материала	6	
	в том числе:		<i>ОК 01, ПК 2.1</i>

менеджмент и корпоративная культура		лабораторные работы		
		практические занятия	2	
		контрольные работы	4	
		самостоятельная работа обучающихся		
Тема 2.3		Содержание учебного материала	6	
Корпоративный стандарт организации времени персонала, формирование готовности персонала к изменениям, снижение негативных моментов в процессе реализации нововведений		в том числе:		<i>OK 01, OK 04</i>
		лабораторные работы		
		практические занятия		
		контрольные работы	4	
		самостоятельная работа обучающихся		
			2	
		Содержание учебного материала	6	

Тема 2.4 Принятие решения о приоритетах. Значение, особенности и виды принимаемых решений	в том числе:		<i>OK 01, ПК 2.1</i>
	лабораторные работы		
	практические занятия	2	
	контрольные работы	4	
	самостоятельная работа обучающихся		
Тема 2.5 Методы принятия решений по приоритетам. Принцип Парето как основа принятия собственных решений. Выявление приоритетов с помощью анализа АБВ. Реализация решений на основе принципа	Содержание учебного материала	6	<i>OK 01, OK 04</i>
	в том числе:		
	лабораторные работы		
	практические занятия	2	
	контрольные работы	4	
	самостоятельная работа обучающихся		

Эйзенхауэра. Интеллект-карты. Пирамида Франклина.			
Промежуточная аттестация			
Всего:		36	

1. Буянов Е. Самоорганизация. Урок 4. Самоорганизация: онлайн-программа / Е. Буянов, С. Крутко, К. Ногалес Электронный ресурс: сайт «4BRAIN». - Режим доступа: <https://4brain.ru/samoorganizaciya.php#1> (дата обращения: 15.09.2020).
2. Крутко С. Как развить привычку: авторский блог «О саморазвитии» Электронный ресурс: сайт «4BRAIN». - Режим доступа: <https://4brain.ru/blog/%D0%B%D0%BA-%D1%80%D0%B0%D0%B7%D0%B2%D0%B8%D1%82%D1%8C-%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%B2%D1%8B%D1%87%D0%BA%D1%83/> (дата обращения: 15.09.2020).
3. Ключ к успеху. Правила игры. - Режим доступа: <http://rules-play.ru/> (дата обращения: 15.09.2020).

3.2.3. Дополнительные источники

1. Кноблах Й. Расстановка приоритетов в работе по принципу Эйзенхауэра [Электронный ресурс]: сайт Центра дистанционного образования «ЭЛИТАРИУМ». — Режим доступа: <http://www.elitarium.ru/rassanovka-prioritetov-v-rabote-po-principu-ehzenhauera-cel-zadacha-delo-vremya-umenie/> (дата обращения: 15.09.2020).
2. Абрамовский И. Эффективное управление делами. Практический курс по тайм-менеджменту [Электронный ресурс]: Электронная библиотека RoyalLib.com. — Режим доступа: http://royallib.com/book/abramovskii_ivan/prakticheskiy_kurs_po_taym_menedjmentu.html (дата обращения: 15.09.2020).
3. Архангельский Г.А. Организация времени. От личной эффективности к развитию фирмы [Электронный ресурс]: ВикиЧтение. — Режим доступа: <https://marketing.wikireading.ru/13215> (дата обращения: 15.09.2020).
4. Цели по SMART: подробный обзор / Онлайн-энциклопедия по маркетингу и рекламе Электронный ресурс: сайт по маркетингу «powerbranding.ru». - Режим доступа: <http://powerbranding.ru/marketing-strategy/smart-цели/> (дата обращения: 15.09.2020).
5. Постановка целей по SMART: технология, критерии, примеры / Электронный ресурс: авторский сайт Виталия Рыковаана. - Режим доступа: <https://goal-life.com/page/goals/postanovka-celey-po-smart> (дата обращения: 15.09.2020).
6. Майнд-менеджмент - результат с удовольствием Электронный ресурс: сайт «Правила игры». - Режим доступа: <http://mind-technologies.ru/articles/mind-menedzhment-rezultat-s-udovolstviem/> (дата обращения: 15.09.2020).

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
Знания: 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	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде Проводить стратегическое	Текущий контроль в форме: выполнения и оценки практических работ, устного опроса, собеседования, решение кейса Промежуточная аттестация: экспертная оценка во время

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 психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности основы проектной деятельности - методики рекламного планирования; - инструментов рекламного планирования; - систему маркетинговых коммуникаций; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций - принципы выбора каналов коммуникации; - аудиторию различных средств рекламы; - отраслевую терминологию; - формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда; - технологии воздействия на аудиторию в системе маркетинговых коммуникаций; Умения: распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте анализировать задачу и/или проблему и выделять её	и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	зачета
---	--	---------------

составные части определять этапы решения задачи выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы составлять план действия определять необходимые ресурсы владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах реализовывать составленный план оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)		
--	--	--

В таблице в столбце «Результаты обучения» перечисляются знания и умения, осваиваемые в рамках дисциплины. В столбце «Критерии оценки» прописываются характеристики демонстрируемых знаний и умений, которые могут быть проверены. В столбце «Методы оценки» прописываются процедуры проведения оценки.