

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Садыкова Алёна Григорьевна

Должность: Директор Высшей школы креативных индустрий

Дата подписания: 26.08.2026 14:51:54

Уникальный программный ключ:

d72783635b7f7c872e79a746e849dcb1abc6ab98

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

Садыкова А.Г.

Рабочая программа общеобразовательной дисциплины

ОП.03 История экранных искусств

Специальность 42.02.01 Реклама

Форма обучения очная

Ставрополь, 2026

Рабочая программа общепрофессиональной дисциплины ОП.03 История экранных искусств разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, федерального государственного образовательного стандарта среднего общего образования и примерной программы общеобразовательной дисциплины для профессиональных образовательных организаций, с учетом направленности на удовлетворение потребностей регионального рынка труда и работодателей.

Рабочая программа учебной дисциплины разработана:

1. Пятова А.В., ассистент департамента медиакоммуникаций СКФУ в г. Ставрополе

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.03 История экранных искусств

1.1 Место дисциплины в структуре основной образовательной программы СПО:

Общепрофессиональная дисциплина «История экранных искусств» является обязательной частью общеобразовательного цикла основной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности 42.02.01 Реклама.

1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

1.2.1. Цель общеобразовательной дисциплины

Цели дисциплины «История экранных искусств» заключаются в формировании глубокого понимания эволюции экранных медиа, их влияния на общественное сознание и культурные традиции, а также в развитии критического мышления и аналитических навыков у студентов. Данная дисциплина направлена на осознание значимости экранных искусств как неотъемлемой части современного культурного ландшафта, изучение их роли в формировании социальных норм и ценностей, а также на развитие уважительного отношения к различным культурным контекстам и направлениям в кино, телевидении и новых медиа. Реализация этих целей осуществляется через анализ ключевых произведений, изучение исторических этапов развития экранных искусств, а также через осмысление их эстетических, социокультурных и технологических аспектов. Это способствует углублению знаний студентов о взаимосвязях между экранными искусствами и другими видами искусства, а также развитию навыков анализа и интерпретации визуальных текстов, что в свою очередь обогащает их культурный опыт и способствует формированию профессиональной компетенции в области медиа и коммуникаций.

1.2.2. Планируемые результаты освоения общеобразовательной дисциплины в соответствии с ФГОС СПО и на основе ФГОС СОО

Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 09. *ПК.1.4, ПК.2.2, ПК.3.2, ПК.3.3, ПК.4.3*

Код и наименование формируемых компетенций	Планируемые результаты	
	Общие	Дисциплинарные
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;	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

	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)	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 Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии 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, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	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. Эффективно взаимодействовать	Применять в деятельности знания о психологии коллектива; Организовывать деятельность	Психологические основы деятельности коллектива; Правила организации

и работать в коллективе и команде	коллектива; Грамотно выстраивать взаимодействие с обучающимися, преподавателями и мастерами в ходе обучения, с руководителями учебной и производственной практик	деятельности коллектива; Правила взаимодействия с обучающимися, преподавателями и мастерами в ходе обучения, с руководителями учебной и производственной практик
ОК 05 Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	Особенности социального и культурного контекста;	Грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе, правила оформления документов и построения устных сообщений
ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	Выявлять профессиональные тренды.	Способы и технологии мониторинга трендов в профессиональной сфере
ПК.1.4 Осуществлять определения и оформлять целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	Преобразовывать требования заказчика в бриф	Определение целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий, планирование системы маркетинговых коммуникаций, разработки стратегии маркетинговых коммуникаций, 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.
ПК.2.2 Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах	Разрабатывать стратегии маркетинговых коммуникаций	Составлять полнофункциональные брифы на РК с учетом результатов анализа рынка и конкурентной среды; разрабатывать стратегию маркетинговых коммуникаций продвижения на рынке торговой марки, товаров, услуг; создавать план РК с учетом поставленных целей и задач; осуществлять медиапланирование; определять и обеспечивать максимальные KPI в пределах рекламного бюджета; эффективно настраивать рекламную кампанию для достижения максимальных KPI; осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний; преобразовывать требования заказчика в бриф; доводить информацию заказчика до ЦА; использовать методы и способы привлечения пользователей к рекламной кампании; уметь организовывать и уверенно проводить рекламные мероприятия; использовать приемы привлечения внимания к рекламным мероприятиям; использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении рекламных мероприятий.
ПК.3.2 Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет	Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет	Виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; Возможности интернет-ресурсов для рекламирования товаров/услуг
ПК.3.3 Проводит рекламную	Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной	Структура и базовые принципы рекламного сообщения; реализации рекламной кампании

кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях	рекламы и маркетинга в социальных сетях	в сети Интернет. 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; 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 и стратегий в сети Интернет.
ПК.4.3 Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет	Проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком Проводить презентацию рекламного продукта	Особенности процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком Способы презентации рекламного продукта

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем в часах
Объем образовательной программы дисциплины, в т. ч.:	90
Основное содержание в т. ч.:	
теоретическое обучение	12
практические занятия	40
самостоятельная работа	32
Промежуточная аттестация (экзамен)	6

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
Введение. Дисциплина «История экранных искусств». Значимость рекламы на рынке. Развитие рекламы в обществе и бизнесе. Важность и необходимость рекламы. Основной понятийный аппарат рекламной деятельности.	Содержание учебного материала	6	ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 06, ОК 09, ПК.1.4, ПК.2.2, ПК.3.2, ПК.3.3, ПК.4.3
	в том числе:		
	теоретическое обучение	2	
	практические занятия	2	
	самостоятельная работа обучающихся	2	
Раздел 1. Эволюция рекламы		90/28	
Тема 1.1. Графическая реклама. Полиграфическая реклама (начало 17-18 века, Франция Англия). Промышленная революция 19 века. Реклама начала 20 века.	Содержание учебного материала	6	ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 06, ОК 09, ПК.1.4, ПК.2.2, ПК.3.2, ПК.3.3, ПК.4.3
	в том числе:		
	теоретическое обучение	2	
	практические занятия	2	
	самостоятельная работа обучающихся	2	
Тема 1.2. Реклама 20-	Содержание учебного материала	4	ОК 01, ОК 02, ОК

40 гг. 20 века за рубежом и в России	в том числе:		<i>05, ОК 06, ОК 09, ПК.1.4, ПК.2.2, ПК.3.2, ПК.3.3, ПК.4.3</i>
	теоретическое обучение	-	
	практические занятия	2	
	самостоятельная работа обучающихся	2	
Тема 1.3. Зарождение телевизионной рекламы. Печатная реклама 50-80х годов	Содержание учебного материала	6	<i>ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 06, ОК 09, ПК.1.4, ПК.2.2, ПК.3.2, ПК.3.3, ПК.4.3</i>
	теоретическое обучение	2	
	практические занятия	2	
	самостоятельная работа обучающихся	2	
Тема 1.4. Реклама 90х-2000х	Содержание учебного материала	6	<i>ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 06, ОК 09, ПК.1.4, ПК.2.2, ПК.3.2, ПК.3.3, ПК.4.3</i>
	в том числе:		
	теоретическое обучение	-	
	практические занятия	2	
	самостоятельная работа обучающихся	4	
Раздел 2. Современная реклама		90/84	
Тема 2.1. Современные направления в рекламе.	Содержание учебного материала	6	<i>ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 06, ОК 09, ПК.1.4, ПК.2.2, ПК.3.2, ПК.3.3, ПК.4.3</i>
	в том числе:		
	теоретическое обучение	2	
	практические занятия	2	
	самостоятельная работа обучающихся	2	
Тема 2.2. Ведущие рекламные агентства и их работы	Содержание учебного материала	4	<i>ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 06, ОК 09, ПК.1.4, ПК.2.2, ПК.3.2, ПК.3.3, ПК.4.3</i>
	в том числе:		
	теоретическое обучение	-	
	практические занятия	2	
	самостоятельная работа обучающихся	2	
Тема 2.3. Креативные методы, используемые в	Содержание учебного материала	22	<i>ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 06, ОК 09, ПК.1.4, ПК.2.2,</i>
	в том числе:		
	теоретическое обучение	2	

современной рекламе	практические занятия	12	<i>ПК.3.2, ПК.3.3, ПК.4.3</i>
	самостоятельная работа обучающихся	8	
Тема 2.4. Инсайт и ключевой рекламный образ	Содержание учебного материала	24	<i>ОК 01, ОК 02, ОК 05, ОК 06, ОК 09, ПК.1.4, ПК.2.2, ПК.3.2, ПК.3.3, ПК.4.3</i>
	в том числе:		
	теоретическое обучение	2	
	практические занятия	14	
	самостоятельная работа обучающихся	8	
Промежуточная аттестация (Экзамен)		6	
Всего:		90	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению.

Учебная аудитория для проведения учебных занятий. Аудитория оборудована учебной мебелью на 124 посадочных места, магнитно-маркерной доской, мультимедийным оборудованием (короткофокусный мультимедиа-проектор с подключением к сети Интернет и доступом в ЭИОС)

Помещение для самостоятельной и воспитательной работы: аудитория оборудована учебной мебелью на 28 посадочных мест, учебной доской, магнитно-маркерной доской, мультимедийным оборудованием (короткофокусный мультимедиа-проектор, доска магнитно-маркерная, компьютер). Оснащена компьютерной техникой с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду университета.

Помещение для самостоятельной и воспитательной работы на 24 посадочных места, оснащенное компьютерной техникой с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду университета.

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

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 организацией 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 издания

1. Фадеева, Е. Н. Связи с общественностью : учебник и практикум для вузов / Е. Н. Фадеева, А. В. Сафронов, М. А. Красильникова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 263 с.

2. 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.

3. Курумчина, А. Э. Социокультурные коммуникации. Проекты социальных трансформаций и всемирные выставки : учебное пособие для вузов / А. Э. Курумчина. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 119 с.

4. Тугендхольд, Я. А. Художественная культура Запада / Я. А. Тугендхольд. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 169 с.

5. Корытов, О. В. Газетная иллюстрация : учебное пособие для вузов / О. В. Корытов, Е. А. Силина. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 84 с.

6. Нуркова, В. В. Психология фотографии. Культурно-исторический анализ : монография / В. В. Нуркова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023.

7. Фадеева, Е. Н. Связи с общественностью : учебник и практикум для вузов / Е. Н. Фадеева, А. В. Сафронов, М. А. Красильникова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 263 с.

8. Почекаев, Р. Ю. История связей с общественностью : учебное пособие для вузов / Р. Ю. Почекаев. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 223 с.

9. 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.

10. Кузвесова, Н. Л. История дизайна: от викторианского стиля до ар-деко : учебное пособие для среднего профессионального образования / Н. Л. Кузвесова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 139 с. —

11. Литвина, Т. В. Дизайн новых медиа : учебник для вузов / Т. В. Литвина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 181 с. —

12. Цифровые технологии в дизайне. История, теория, практика : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. Н. Лаврентьев [и др.] ; под редакцией А. Н. Лаврентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 208 с. —

13. Безрукова, Е. А. Шрифты: шрифтовая графика : учебное пособие для вузов / Е. А. Безрукова, Г. Ю. Мхитарян ; под научной редакцией Г. С. Елисеенкова. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 116 с.

3.2.2. Основные электронные издания

1. <https://urait.ru/author-course/proektirovanie-i-ocenka-reklamnogo-obraza-517025>

3.2.3. Дополнительные источники

1. Архипова, И. А. Русская История экранных искусств XIX в.: практикум для студентов СПО / И. А. Архипова, У. Н. Фысина. — Москва: Российский государственный университет правосудия, 2023. — 141 с. — ISBN 978-5-00209-049-5. — Текст: электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROОбразование: [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/133630>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей

2. Архипова, И. А. Русская История экранных искусств. XX век: практикум для СПО / И. А. Архипова, У. Н. Фысина. — 2-е изд. — Москва: Российский государственный университет правосудия, 2024. — 128 с. — ISBN 978-5-00209-152-2. — Текст: электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROОбразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/143477>. — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

3. Колышкина, Т. Б. Проектирование и оценка рекламного образа : учебное пособие для вузов / Т. Б. Колышкина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 262 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10041-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517025> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения общеобразовательной учебной дисциплины раскрываются через дисциплинарные результаты, направленные на формирование общих компетенций по разделам и темам содержания учебного материала.

Код и наименование формируемых компетенций	Раздел / Тема	Тип оценочных мероприятий
ОК 01	Р. 1 Тема 1.1., 1.2, 1.3,1.4 Р.2. Темы 2.1., 2.2., 2.3., 2.4.	Практические занятия доклад экзамен
ОК 02		
ОК 03		
ОК 04		
ОК 05		
ОК 06		
ОК 09		
<i>ПК.1.4</i>		
<i>ПК.2.2</i>		
<i>ПК.3.2</i>		
<i>ПК.3.3</i>		
<i>ПК.4.3</i>		