

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:
d72783635b7f7c872e79a746e849dcb1abc6ab7e

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 учебной дисциплины
ОП.08 Введение в креативные индустрии

индекс и наименование учебной дисциплины, согласно учебного плана

Специальность	42.02.01	Реклама
	код	наименование специальности
Форма обучения	очная	
	очная, заочная, очно-заочная	

Ставрополь, 2026 г.

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 Губаева Камилла Станиславовна, преподаватель колледжа СКФУ в г. Ставрополе

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Место дисциплины в структуре основной образовательной программы:

Учебная дисциплина «Введение в креативные индустрии» является обязательной частью общепрофессионального цикла основной образовательной программы в соответствии с ФГОС по Рекламе.

Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 09, ПК 1.1, ПК 1.4, ПК 4.3.

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	Распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; Анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; Правильно 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; Структура плана для решения задач; Порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности.
ОК 02	Определять задачи 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	определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности	содержание актуальной н о р м а т и в н о - п р а в о в о й документации

	применять современную научную профессиональную терминологию определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности презентовать бизнес-идею определять источники финансирования	современная научная и профессиональная терминология возможные траектории профессионального развития и самообразования основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности правила разработки бизнес-планов порядок выстраивания презентации кредитные банковские продукты
ОК 04	организовывать работу коллектива и команды взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности	психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности основы проектной деятельности
ОК 05	грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе	особенности социального и культурного контекста; правила оформления документов и построения устных сообщений
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 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	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
ПК 1.1	- производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей; - анализировать каналы коммуникации в соответствии характеристикам аудитории; - доводить информацию заказчика до целевой аудитории; - использовать приемы привлечения аудитории при проведении исследований;	- способов анализа рынка, целевой аудитории и конкурентной среды; - аудиторию различных средств рекламы; - формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда; - технологии воздействия на аудиторию при проведении маркетингового исследования.

	- использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении исследований; - уметь завоевывать доверие и внимание аудитории при проведении исследований, привлекать и мотивировать ее участие в исследовании	
ПК 1.4	- 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	Преобразовывать требования заказчика в бриф
ПК 4.3	Умения: - 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; - подбирать визуальные и текстовые материалы в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для интернет-продвижения; - представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов; - обеспечивать качественное функционирование сайта; - писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов; - создавать графические материалы рекламного характера; - находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА;	- программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей; - возможности интернет-ресурсов для макетирования рекламных носителей; - виды сайтов, их возможности и варианты применения; - требования к качественному функционированию сайтов; - программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей; - технические средства создания визуального контента; - возможности и ресурсы для макетирования рекламных носителей; - виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; - структуру брифа и требования к нему; - важность учета пожеланий заказчика при разработке фирменного дизайна и элементов фирменного стиля; - важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей; - требования к электронной

	- разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации, представляя их в виде мудборда или референсов; - составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа; - Создавать оригинальные, современные по стилю сайты; - разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику; - использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов; - повышать информационную наглядность сайтов; - создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях.	презентации для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; - технологии воздействия на аудиторию при проведении презентаций и защит проектов.
--	---	---

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	108
в т.ч. в форме практической подготовки	108
в т.ч.:	
практические занятия	40
теоретические занятия	56
Самостоятельная работа	12
Промежуточная аттестация	2

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
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>
Раздел 1. Понятие. Методики оценки.		108/14	
Тема 1.1 Подходы к определению креативных индустрий.	Содержание учебного материала	4	<i>OK 01</i> <i>OK 02</i> <i>OK 03</i> <i>OK 09</i>
	в том числе:		
	теоретическое обучение	4	
	практические занятия	2	
Тема 1.2. Подходы к измерению креативной экономики.	Содержание учебного материала	6	<i>OK 01</i> <i>OK 09</i> <i>ПК 4.3</i>
	в том числе:		
	теоретическое обучение	2	
	практические занятия	2	
Тема 1.3. Картирование как инструмент развития творческих индустрий.	Содержание учебного материала	6	<i>OK 01</i> <i>OK 05</i> <i>OK 09</i> <i>ПК 1.1</i>
	в том числе:		
	теоретическое обучение	2	
	практические занятия	2	
Раздел 2. Мировой опыт в креативных индустриях.		108/36	
Тема 2.1.	Содержание учебного материала	6	<i>ПК 4.3</i>

Креативные индустрии в Великобритании.	теоретическое обучение	2	<i>OK 09</i>
	практические занятия	2	
Тема 2.2. Креативные индустрии в Германии.	Содержание учебного материала	8	<i>OK 01 OK 09</i>
	в том числе:		
	теоретическое обучение	2	
	практические занятия	2	
	самостоятельная работа обучающихся	2	
Тема 2.3. Креативные индустрии в Китае.	Содержание учебного материала	6	<i>OK 01 OK 09</i>
	в том числе:		
	теоретическое обучение	2	
	практические занятия	2	
Тема 2.4. ЮНИДО и креативные индустрии.	Содержание учебного материала	6	<i>OK 01 OK 09</i>
	в том числе:		
	теоретическое обучение	4	
	практические занятия	2	
Тема 2.5. Креативные индустрии в России.	Содержание учебного материала	8	<i>OK 01 OK 09</i>
	в том числе:		
	теоретическое обучение	4	
	практические занятия	2	
	самостоятельная работа обучающихся	2	
Тема 2.6. Креативные индустрии в России (2).	Содержание учебного материала	6	<i>OK 01 OK 09</i>
	в том числе:		
	теоретическое обучение	2	
	практические занятия	2	
Тема 2.7. Цифровой креатив: трансформация и	Содержание учебного материала	4	<i>OK 01 OK 05 OK 09</i>
	в том числе:		
	теоретическое обучение	2	

перспективы креативных индустрий в России.	практические занятия	2	
Раздел 3. Креативные индустрии в глобальном контексте.		108/58	
Тема 3.1. Глобализация и локализация в креативных индустриях.	Содержание учебного материала	8	<i>OK 01</i> <i>OK 09</i>
	в том числе:		
	теоретическое обучение	4	
	практические занятия	2	
	самостоятельная работа обучающихся	2	
Тема 3.2. Интеллектуальная собственность в креативных индустриях: защита, монетизация и международное регулирование.	Содержание учебного материала	6	<i>ПК 1.1</i> <i>ПК 4.3</i>
	в том числе:		
	теоретическое обучение	4	
	практические занятия	2	
Тема 3.3. Глобальные тренды и вызовы в креативных индустриях: возможности для роста и сотрудничества.	Содержание учебного материала	4	<i>OK 01</i> <i>OK 03</i> <i>OK 09</i>
	в том числе:		
	теоретическое обучение	2	
	практические занятия	2	
Тема 3.4. Международная	Содержание учебного материала	4	<i>OK 03</i>

торговля рекламными услугами и контентом: правовые аспекты и регулирования.	в том числе:		ПК 4.3
	теоретическое обучение	2	
	практические занятия	2	
Тема 3.5. Глобальные тренды в креативных индустриях: влияние на рекламную сферу.	Содержание учебного материала	4	ПК 1.1 ОК 03 ОК 09
	в том числе:		
	теоретическое обучение	4	
	практические занятия	2	
Тема 3.6. Цифровая трансформация креативных индустрий: новые возможности для рекламы.	Содержание учебного материала	6	ПК 1.1 ОК 03 ОК 09
	в том числе:		
	теоретическое обучение	4	
	практические занятия	2	
	самостоятельная работа обучающихся	2	
Тема 3.7. Культурные особенности и локализация в глобальных креативных индустриях.	Содержание учебного материала	4	ПК 1.1 ОК 03 ОК 05
	в том числе:		
	теоретическое обучение	4	
	практические занятия	2	
Тема 3.8. Глобализация и	Содержание учебного материала	6	ПК 1.1 ПК 4.3
	в том числе:		

транскультурные потоки в креативных индустриях.	теоретическое обучение	2	
	практические занятия	2	
Тема 3.9. Влияние глобальных платформ на развитие креативных индустрий.	Содержание учебного материала	8	ПК 1.1 ОК 03 ОК 05
	в том числе:		
	теоретическое обучение	2	
	практические занятия	2	
	самостоятельная работа обучающихся	2	
Тема 3.10. Культурное разнообразие и устойчивое развитие в креативных индустриях.	Содержание учебного материала	8	ПК 1.1 ПК 1.1 ПК 4.3
	в том числе:		
	теоретическое обучение	2	
	практические занятия	2	
	самостоятельная работа обучающихся	2	
Промежуточная аттестация (Экзамен)		2	
Всего:		108	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

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

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

кабинет «Реклама», оснащенный;

оборудованием:

- посадочные места по количеству студентов;
- рабочее место преподавателя;
- большая магнитно-маркерная доска;
- учебные пособия;
- технические средства обучения;

техническими средствами обучения:

- компьютер с лицензионным программным обеспечением,
- мультимедиапроектор,
- наличие подключения к сети интернет.

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. Бхаскаран, Лакшми Анатомия дизайна. Реклама, книги, газеты, журналы / Лакшми Бхаскаран. - М.: АСТ, Астрель, ОГИЗ, 2019. - 256 с.
2. Креативные индустрии: учебное пособие / Е. В. Зеленцова, Е. Х. Мельвиль [и др.]; Сибирский федеральный университет. - Красноярск : СФУ, 2011. - 251 с.
3. Левочкин, Владислав Валерьевич.
 Культурные и креативные индустрии : учебное пособие / В. В. Левочкин ; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Арктический государственный институт культуры и искусств. - Якутск : ЭИ НБ РС(Я), 2021.
4. Марио, Прикен Идеал. Стратегический менеджмент идей для маркетинга, рекламы, СМИ и дизайна: кузница идей - алхимия творчества / Прикен Марио. - М.: Дитон, 2020. - 743 с.
5. Руднев В.Н. Русский язык и культура речи: учебное пособие для СПО. М: КНОРУС, 2021.

3.2.2. Основные электронные издания

1. Петлина Е.М. Информационные технологии в профессиональной деятельности [Электронный ресурс]: учебное пособие для СПО/ Петлина Е.М., Горбачев А.В.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Профобразование, 2021.— 111 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/104886.html>.— ЭБС «IPRbooks»
2. Ульяновский А.В. Креативные индустрии: смена поколений и актуальных героев :

учебное пособие / Ульяновский А.В.. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2021. — 350 с.
 — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт].
 — URL: <https://www.iprbookshop.ru/101352.html>

3.2.3. Дополнительные источники

1. Восколович, Н. А. Экономика, организация и управление общественным сектором: учебник / Н. А. Восколович, Е. Н. Жильцов, С. Д. Еникеева; ред. Н. А. Восколович. – Москва: Юнити, 2015. – 367 с.
2. Романов А.А. Рекламный менеджмент : учебное пособие / Романов А.А., Каптюхин Р.В.. — Москва: Евразийский открытый институт, 2010. — 432 с. — ISBN 978-5-374-00393-2.
3. Сайт о креативе в рекламе <http://www.creatiff.ru/>

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
- уметь 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; - уметь составлять план действия; определять необходимые ресурсы; - владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника).	Выбор способа решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.	Экспертное наблюдение за ходом выполнения практической работы и оценка результатов выполнения практической работы.
- уметь определять задачи для поиска информации; определять необходимые источники информации; планировать процесс поиска; структурировать получаемую информацию; - уметь выделять наиболее значимое в перечне информации; оценивать	Выполнение анализа и интерпретации информации, выбор информационных технологий для выполнения задач профессиональной деятельности.	

практическую значимость результатов поиска; - уметь оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; - уметь использовать современное программное обеспечение; использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач.		
уметь определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; применять современную научную профессиональную терминологию; - уметь выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи; презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план; - уметь рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования; определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности.	Презентация бизнес-идеи и определение источника финансирования	
организовывать работу коллектива и команды в рамках реализации проектов по улучшениям;	демонстрирует умение организовывать работу коллектива и команды в рамках реализации проектов по улучшениям;	Кейс-метод Оценка решений ситуационных задач. Практические занятия. Деловые игры.
уметь грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по	Выполнение работ в соответствии с установленными	Экспертное наблюдение за ходом выполнения практической работы и оценка результатов

профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе.	регламентами с соблюдением правил безопасности труда, санитарными нормами.	выполнения практической работы.
– строить свою речь в соответствии с языковыми, коммуникативными и этическими нормами; – анализировать свою речь с точки зрения ее нормативности, уместности и целесообразности; устранять ошибки и недочеты в своей устной и письменной речи; – пользоваться словарями русского языка; – владеть нормами словоупотребления, определять лексическое значение слова; – находить и исправлять в тексте лексические ошибки, ошибки в употреблении фразеологизмов; – определять функционально-стилевую принадлежность слова; – пользоваться акцентологическими и орфоэпическими нормами; – пользоваться нормами словообразования применительно к общеупотребительной,	– Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес. – Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество. – Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность. – Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития. – Использовать информационно-коммуникативные технологии в профессиональной деятельности. – Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями. – Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий. – Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься	оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы: диктанты, сочинения, практические работы, самостоятельные работы, тесты, работа с текстами, защита проектов, деловая игра, зачет <u>Методы оценки результатов обучения:</u> – мониторинг роста творческой самостоятельности и навыков получения нового знания каждым обучающимся.

общенаучной и профессиональной лексике; – употреблять грамматические формы слов в соответствии с литературной нормой и стилистическими особенностями создаваемого текста; – выявлять грамматические ошибки в тексте; – пользоваться орфографическими правилами; – различать предложения простые и сложные, простые осложненные, прямую речь и слова автора, цитаты; – пользоваться багажом синтаксических средств при создании собственных текстов официально-делового, учебно-научного стилей; – редактировать собственные тексты и тексты других авторов; – пользоваться пунктуационными правилами; – различать тексты по их принадлежности к стилям и типам речи; – создавать тексты публицистического, учебно-научного и	самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации. – Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности. – Осуществлять поиск рекламных идей. – Разрабатывать авторские рекламные проекты. – Составлять и оформлять рекламные объявления. – Определять и разрабатывать стратегию и средства продвижения рекламного продукта. – Планировать работу (собственную или группы) по разработке и техническому исполнению рекламного проекта. – Осуществлять контроль исполнения на соответствие рекламной идее и заказу рекламодателя. Взаимодействовать с заказчиком в ходе выполнения и сдачи рекламного проекта	
---	---	--

официально-делового стилей в жанрах, соответствующих требованиям профессиональной подготовки студентов; — владеть навыками дискусивно-полемиической речи.		
- 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	аргументированность плана продвижения рекламного продукта (рекламной кампании) при взаимодействии с заказчиками; - точность выбора вида рекламной кампании; - обоснованность выбора методов и технологии осуществления оценки эффективности; - правильность и точность разработки средств размещения рекламного продукта в соответствии с требованиями нормативных документов.	Экспертная оценка в рамках текущего контроля: - результатов работы на практических занятиях; - результатов выполнения индивидуальных домашних заданий; - при выполнении и защите курсовой работы; - при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.

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; - подбирать визуальные и текстовые материалы в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для интернет-продвижения; - представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов; - обеспечивать качественное функционирование сайта; - писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов; - создавать графические материалы рекламного характера; - находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА; - разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации, представляя их в виде мудборда или референсов; - составлять тексты информационных,	– определять и классифицировать рекламу; – применять полученные знания в практической реализации поставленных задач с учетом стандартов компетенции «Введение в креативные индустрии»; – работать с нормативными документами в области рекламы; – выстраивать каналы рекламной коммуникации с учетом стандартов компетенции «Реклама»; – выбирать носители рекламы с учетом финансовых возможностей организации и целесообразности с учетом стандартов компетенции «Введение в креативные индустрии»; – составлять пирамиду бренда; – определять эмоциональную нагрузку бренда; – планировать деятельность в сфере реализации бренда и брендинга.	Оценка результатов деятельности обучающихся при защите и просмотре самостоятельных работ является с оценкой. Оценка результатов обучения в рамках отборочных испытаний с учетом стандартов компетенции «Введение в креативные индустрии»
--	--	--

нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа; - Создавать оригинальные, современные по стилю сайты; - разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику; - использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов; - повышать информационную наглядность сайтов; - создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях.		Промежуточная аттестация в форме экзамена Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы. Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
---	--	---