

	МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ
	краевое государственное автономное профессиональное образовательное учреждение «Красноярский колледж сферы услуг и предпринимательства»

УТВЕРЖДЕНА  
приказом директора колледжа  
№ \_\_\_ от «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.  
\_\_\_\_\_ В.В.Батурин  
М. П.

Рабочая программа  
профессионального модуля

## **ПМ.01. РАЗРАБОТКА И СОЗДАНИЕ ДИЗАЙНА РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ**

для специальности среднего  
профессионального образования

**42.02.01 Реклама**

(базовая подготовка)

Красноярск 2022

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утверждённого приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.05.2014 № 510.

Организация-разработчик: **Красноярский колледж сферы услуг и предпринимательства**

**Разработчики:**

Преподаватель: \_\_\_\_\_ А.А.Буглова  
Преподаватель: \_\_\_\_\_ А.В.Фефелова

**Программа одобрена**

Цикловая методическая комиссия  
специальности 42.02.01 Реклама, 54.02.01

Дизайн (по отраслям)

Протокол № \_\_\_\_ от « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_  
20\_\_ г.

\_\_\_\_\_ Л.В.Грачева

Председатель ЦМК

**РЕКОМЕНДОВАНО**

Методическим советом колледжа

Протокол № \_\_\_\_

от « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Председатель Методического совета

\_\_\_\_\_ А.А. Полежаева

**СОГЛАСОВАНО**

Заместитель директора по учебной работе

\_\_\_\_\_ О.К. Котлярова

Заместитель директора

по учебно-производственной работе

\_\_\_\_\_ О.В. Глебов

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Паспорт рабочей программы профессионального модуля	5
2. Результаты освоения профессионального модуля	6
3. Структура и содержание программы профессионального модуля	7
3.1. Структура и содержание междисциплинарного курса «Художественное проектирование рекламного продукта»	8
3.2. Структура и содержание междисциплинарного курса «Разработка творческой концепции рекламного продукта»	19
3.3. Структура и содержание междисциплинарного курса «Рекламная деятельность»	27
4. Условия реализации программы профессионального модуля	33
5. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля	34

# 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции

## 1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа профессионального модуля является частью программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 «Реклама» в части освоения основного вида профессиональной деятельности производства рекламной продукции и соответствующих профессиональных компетенций (ПК)

- ПК 1.1 осуществление поиска рекламных идей
- ПК 1.2 осуществление художественного эскизирования и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы
- ПК 1.3 разработка авторских рекламных проектов
- ПК 1.4 составление и оформление текстов рекламных объявлений
- ПК 1.5 создание визуальных образов с рекламными функциями

Рабочая программа профессионального модуля может быть использована в дополнительном профессиональном образовании по направлению подготовки работников в области рекламы.

Рабочая программа профессионального модуля может быть реализована с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий.

## 1.2. Место профессионального модуля в структуре основной профессиональной образовательной программы:

Профессиональный модуль входит в профессиональный цикл.

## 1.3. Цели и задачи профессионального модуля – требования к результатам освоения профессионального модуля:

В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен **уметь:**

- осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги;
- разрабатывать композиционное решение рекламного продукта;
- использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы;
- составлять рекламные тексты;

**иметь практический опыт:**

- выбора художественной формы реализации рекламной идеи;
- создания визуального образа с рекламными функциями;
- художественного конструирования рекламных проектов;

**знать:**

- выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы;
- приемы и принципы составления рекламного текста;
- композицию, шрифтовую и художественную графику, в рекламе;
- методы проектирования рекламного продукта;
- методы психологического воздействия на потребителя.

Результаты изучения профессионального модуля должны способствовать формированию у обучающихся **общих компетенций**:

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.

ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.

#### **личностных результатов**\*\*

ЛР 2. Проявляющий активную гражданскую позицию, демонстрирующий приверженность принципам честности, порядочности, открытости, экономически активный и участвующий в студенческом и территориальном самоуправлении, в том числе на условиях добровольчества, продуктивно взаимодействующий и участвующий в деятельности общественных организаций.

ЛР 3. Соблюдающий нормы правопорядка, следующий идеалам гражданского общества, обеспечения безопасности, прав и свобод граждан России. Лояльный к установкам и проявлениям представителей субкультур, отличающий их от групп с деструктивным и девиантным поведением. Демонстрирующий неприятие и предупреждающий социально опасное поведение окружающих.

ЛР 4. Проявляющий и демонстрирующий уважение к людям труда, осознающий ценность собственного труда. Стремящийся к формированию в сетевой среде лично и профессионального конструктивного «цифрового следа».

ЛР 5. Демонстрирующий приверженность к родной культуре, исторической памяти на основе любви к Родине, родному народу, малой родине, принятию традиционных ценностей многонационального народа России.

ЛР 6. Проявляющий уважение к людям старшего поколения и готовность к участию в социальной поддержке и волонтерских движениях.

ЛР 7. Осознающий приоритетную ценность личности человека; уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности.

ЛР 8. Проявляющий и демонстрирующий уважение к представителям различных этнокультурных, социальных, конфессиональных и иных групп. Сопричастный к сохранению, преумножению и трансляции культурных традиций и ценностей многонационального российского государства.

ЛР 9. Соблюдающий и пропагандирующий правила здорового и безопасного образа жизни, спорта; предупреждающий либо преодолевающий зависимости от алкоголя, табака, психоактивных веществ, азартных игр и т.д. Сохраняющий психологическую устойчивость в ситуативно сложных или стремительно меняющихся ситуациях.

ЛР 10. Заботящийся о защите окружающей среды, собственной и чужой безопасности, в том числе цифровой.

ЛР 11. Проявляющий уважение к эстетическим ценностям, обладающий основами эстетической культуры.

ЛР 13. Демонстрирующий готовность и способность вести диалог с другими людьми, достигать в нем взаимопонимания, находить общие цели и сотрудничать для их достижения в профессиональной деятельности.

ЛР 14. Проявляющий сознательное отношение к непрерывному образованию как условию успешной профессиональной и общественной деятельности.

ЛР 15. Проявляющий гражданское отношение к профессиональной деятельности как к возможности личного участия в решении общественных, государственных, общенациональных проблем.

ЛР 16. Принимающий основы экологической культуры, соответствующей современному уровню экологического мышления, применяющий опыт экологически ориентированной рефлексивно-оценочной и практической деятельности в жизненных ситуациях и профессиональной деятельности.

ЛР 17. Проявляющий ценностное отношение к культуре и искусству, к культуре речи и культуре поведения, к красоте и гармонии.

#### **1.4. Количество часов на освоение рабочей программы профессионального модуля:**

всего – 810 часов, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося 576 часа, в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 384 часа;

самостоятельной работы обучающегося 192 часа.

учебной практики – 234 часов.

## 2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности *Разработка и создание дизайна рекламной продукции*, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

<b>Код</b>	<b>Наименование результата обучения</b>
<b>ПК 1.1</b>	осуществление поиска рекламных идей
<b>ПК 1.2</b>	осуществление художественного эскизирования и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы
<b>ПК 1.3</b>	разработка авторских рекламных проектов
<b>ПК 1.4</b>	составление и оформление текстов рекламных объявлений
<b>ПК 1.5</b>	создание визуальных образов с рекламными функциями
<b>ОК 1</b>	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
<b>ОК 2</b>	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
<b>ОК 3</b>	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
<b>ОК 4</b>	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
<b>ОК 5</b>	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
<b>ОК 6</b>	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
<b>ОК 7</b>	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
<b>ОК 8</b>	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
<b>ОК 9</b>	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.
<b>ОК 10</b>	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.
<b>ОК 11</b>	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.

### 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.01

#### 3.1. Тематический план профессионального модуля

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля *	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)		Практика		
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося		Самостоятельная работа обучающегося, часов	Учебная, часов	Производственная, часов (если предусмотрена рассредоточенная практика)
			Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов			
1	2	3	4	5	6	7	8
ПК 1.1-1.3, ОК 01-ОК 11	Раздел 1. Художественное проектирование рекламного продукта	297	198	136	99	234	-
ПК 1.1-1.5, ОК 01-ОК 11	Раздел 2. Разработка творческой концепции рекламного продукта	153	102	52	51	-	-
ПК 1.3-1.4 ОК 01-ОК 11	Раздел 3. Рекламная деятельность	126	84	38	42	-	-
	<i>Всего:</i>	<b>576</b>	<b>384</b>	226	<b>192</b>	<b>234</b>	-
	Учебная практика, часов	<b>234</b>					
	Производственная практика, часов	-					
	<i>Всего с учетом практики</i>	<b>810</b>					-

### 3.2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО КУРСА МДК.01.01. Художественное проектирование рекламного продукта

#### 3.2.1. Объем курса и виды учебной работы

<b>Вид учебной работы</b>	<b>Объем часов</b>
<b>Максимальная учебная нагрузка (всего)</b>	297
<b>Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)</b>	198
в том числе:	
лабораторные работы	-
практические занятия	136
контрольные работы	-
курсовая работа (проект)	-
<b>Самостоятельная работа обучающегося (всего)</b>	99
в том числе:	
самостоятельная работа над курсовой работой (проектом)	-
индивидуальные творческие задания	99
<b>Итоговая аттестация</b>	<i>диф.зачет, экзамен</i>

3.2.2. Тематический план и содержание междисциплинарного курса МДК.01.01.Художественное проектирование рекламного продукта

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
<b>Раздел 1. Основы композиции</b>		<b>52</b>	
<b>Тема 1.1 Средства гармонизации художественной формы</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>24</b>	
	1. Акцент. Доминанта. Открытая, закрытая композиция. 2. Статика. Динамика. Нюанс. Контраст. 3. Метр. Ритм. Симметрия. Виды симметрии. 4. Понятие гармонии, равновесия. Графическая серия. 5. Пропорции. Масштаб, масштабность.	10	2
	<b>Практические занятия</b>	14	2,3
	1.Выполнение в чёрно-белой графике геометрической композиции. 2. Выполнение графической серии из 4х листов с соблюдением единого стиля. 3. Выполнение упражнений на развитие ассоциативного мышления. 4. Выполнение формальной композиции в коллажно-аппликативной технике.		
<b>Тема 1.2 Изобразительные средства графической композиции</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>12</b>	
	1.Точка. Линия. Характер линии. 2. Пятно. Фактура.	4	2
	<b>Практические занятия</b>	8	2,3
	1. Выполнение фактурно-эмоциональных линий. 2. Выполнение фактурных пятен. 3. Выполнение образно-ассоциативной композиции «Портрет друга»		
<b>Самостоятельная работа при изучении раздела 1</b> Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, в том числе составленных преподавателем). Подготовка к практическим занятиям с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление графических работ и отчетов. <b>Тематика внеаудиторной самостоятельной работы</b> 1. Выполнить иллюстрацию рекламной идеи. 2. Разработать рекламную идею, используя основные средства гармонизации		<b>16</b>	

<b>Раздел 2. Композиция в графическом дизайне, рекламе</b>		<b>111</b>	
<b>Тема 2.1. Принципы и методы стилизации</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>24</b>	
	1. Понятие стилизации. 2. Различные способы и принципы стилизации. 3. Использование стилизации в рекламе и дизайне. 4. Актуальная стилизация. Тенденции в графической рекламе.	8	2
	<b>Практические занятия</b>	16	2,3
1. Выполнение натуралистичных зарисовок растений. 2. Преобразование растительных зарисовок в стилизованный мотив. Поиск силуэтных форм. 3. Поиск эскизов для проекта «Монокомпозиция». 4. Поиск оптимальной цветовой гаммы. 5. Отрисовка вариантов монокомпозиции в цвете. (4 варианта) 6. Отрисовка чистового проекта «Монокомпозиция».			
<b>Тема 2.2 Принципы визуальной комбинаторики</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>30</b>	
	1. Орнамент. Виды орнамента. История орнамента. 2. Модуль и модульность. Комбинаторные принципы в дизайне, рекламе, архитектуре. 3. Раппорт. Виды раппортов по структуре. Использование раппорта в упаковке.	6	2
	<b>Практические занятия</b>	24	2,3
1. Выполнение зарисовок различных животных. 2. Разработка стилизованного мотива на основе зарисовок животных. 3. Разработка раппортной сетки на основе одного мотива. 4. Проработка взаимосвязей между фоном и мотивом в раппортной сетке. 5. Подбор цветовой гаммы. 6. Применение найденных цветовых решений к выбранной раппортной сетке (эскизные варианты). 7. Выполнение итогового варианта раппортной сетки в цвете.			
<b>Тема 2.3 Законы визуального восприятия</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>20</b>	
	1. Действие основных законов визуального восприятия при композиционном построении. Специфика восприятия информации. 2. Пространство рекламы и его грамотное заполнение. 3. Использование графики в рекламе. 4. Психология восприятия различных шрифтов. Графическое решение текста в рекламе. 5. Оптические иллюзии. Оп-арт в искусстве и рекламе.	12	2

	6. Становление дизайна и рекламного искусства в XX веке. Социокультурные факторы развития графического дизайна.		
	<b>Практические занятия</b>	8	2,3
	1. Создание формального макета рекламного плаката коллажным способом с учётом законов восприятия визуальной информации. 2. Выполнение оптических иллюзий в различных заданных форматах листа бумаги.		
<b>Самостоятельная работа при изучении раздела 2</b>		<b>37</b>	
Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленным преподавателем). Подготовка к практическим занятиям с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление графических работ и отчетов.			
<b>Тематика внеаудиторной самостоятельной работы</b>			
1. Разработать пример рекламы, используя оптические иллюзии. 2. Разработать комплекс рекламных плакатов на основе законов визуального восприятия.			
<b>Раздел 3. Объёмно-пространственное проектирование</b>		<b>64</b>	
<b>Тема 3.1</b> Основы макетирования. Технологические и конструктивные средства формообразования	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>28</b>	
	1. Аспекты понятия “архитектоника”. Формообразование в архитектуре, дизайне, рекламе. 2. Преимущества объёма перед плоскостным изображением. Использование архитектурных приёмов в рекламе. 3. Технологические и конструктивные средства формообразования. Изменение внутренней структуры объёмной фигуры.	6	2
	<b>Практические занятия</b>	22	2,3
	1. Создание рельефа из плоскости листа. 2. Выполнение образцов текстурированной поверхности из бумаги. 3. Изменение структуры объёмно-пространственной формы (куб). 4. Создание пространственной композиции на сочетании графики и объёма. 5. Разработка эскизов рельефной композиции с использованием цвета. 6. Выполнение рельефной композиции с использованием цвета.		
<b>Тема 3.2</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>16</b>	
Трансформация как принцип организации	1. Трансформация как принцип организации пространства. 2. Модульность и комбинаторика в объёмно-пространственной среде.	4	2

пространства	<b>Практические занятия</b>	12	2,3
	28, 29. Разработка вариантов объёмного модуля, тиражирование выбранного модуля. 30. Построение рельефной композиции на основе объёмного модуля. 31. Проектирование упаковки. Разработка эскиза макета упаковки. 32, 33. Разработка упаковки. Выполнение в материале. Макет.		
<b>Самостоятельная работа при изучении раздела 3</b> Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленным преподавателем). Подготовка к практическим занятиям с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление графических работ и отчетов. <b>Тематика внеаудиторной самостоятельной работы</b> 1. Разработать рекламную идею на принципе модульности. 2. Разработать креативную модель упаковки фирмы, ее развертку и этикетку.		<b>20</b>	
<b>Раздел 4. Художественное проектирование в рекламе</b>		<b>82</b>	
<b>Тема 4.1</b> Творческий процесс в рекламе	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>10</b>	
	1. Методы и этапы творчества. Этапы творческого процесса создания рекламы. 2. Творческая стратегия и ее компоненты. 3. Реклама как семиотическая система. Семантическая структура рекламного продукта. 4. Многослойность знака. Семантика графического знака и графической формы. 5. Семантика цвета. Коммуникационные качества цвета. Цветовое восприятие различных народностей. Рыночные аспекты цвета.	10	2
<b>Тема 4.2</b> Рекламный плакат	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>10</b>	
	1. Рекламный плакат как вид коммуникативного дизайна. 2. Специфика и принципы композиционного построения шрифтового плаката. 3. Роль и значение шрифта в графическом дизайне и в рекламе. Леттеринг.	6	2
	<b>Практические занятия</b>	4	2,3
	1. Разработка рекламного плаката на социально значимую тему.		
<b>Тема 4.3</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>36</b>	

Комплексная разработка фирменного стиля. Проект-концепция	1. Корпоративная идентичность. Айдентика и бренд. Принципы дизайна рекламы. 2. Составляющие элементы фирменного стиля. Проект-концепция. 3. Дизайн упаковки. Упаковка как способ подчеркнуть особенность продукта. 4. Распространение айдентики через нетрадиционные носители рекламы	8	2
	<b>Практические занятия</b>	28	2,3
	3,4. Разработка концепции проектируемой айдентики. Описание целевой аудитории. Визуализация концепции через коллаж – мудборд. 5,6. Разработка и отрисовка логотипа организации. 7,8. Проектирование визиток. 9,10. Разработка паттернов для упаковочной бумаги. 11,12. Разработка эскизов макета упаковки. 13,14. Разработка сувенирной продукции в эскизном проекте. 15,16. Оформление графического блока рекламной продукции в единый планшет.		
<b>Самостоятельная работа при изучении раздела 4</b> Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленным преподавателем). Подготовка к практическим занятиям с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление графических работ и отчетов. <b>Тематика внеаудиторной самостоятельной работы</b> 1. Разработка шрифтовой композиции из объемных букв. 2. Концептуальное решение корпоративного стиля предприятия (эскиз).		26	
<b>Всего</b>		<b>297</b>	

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

1. – ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
2. – репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством)
3. – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач)

**3.3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ  
МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО КУРСА  
МДК.01.02.Разработка творческой концепции рекламного продукта**

**3.3.1. Объем курса и виды учебной работы**

<b>Вид учебной работы</b>	<b><i>Объем часов</i></b>
<b>Максимальная учебная нагрузка (всего)</b>	<i>153</i>
<b>Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)</b>	<i>102</i>
в том числе:	
лабораторные работы	-
практические занятия	<i>52</i>
контрольные работы	-
курсовая работа (проект)	-
<b>Самостоятельная работа обучающегося (всего)</b>	<i>51</i>
в том числе:	
самостоятельная работа над курсовой работой (проектом)	-
индивидуальные творческие задания	<i>51</i>
<b><i>Итоговая аттестация</i></b>	<i>Экзамен, диф.зачет, зачёт</i>

3.3.2. Тематический план и содержание междисциплинарного курса МДК.01.02. «Разработка творческой концепции рекламного продукта»

<b>Наименование разделов и тем</b>	<b>Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)</b>	<b>Объем часов</b>	<b>Уровень освоения</b>
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
<b>Раздел 1. Разработка творческой концепции рекламного продукта</b>			
<b>Тема 1.1.</b> Основы восприятия.	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>12</b>	
	1. Этапы психологического воздействия рекламы. Законы восприятия. Специфика процесса восприятия информации. Восприятие вербальной информации. 2. Визуальная культура. Воздействие рекламы на потребителя. Графический дизайн и его функции. Композиция в рекламе. Воздействие цвета и графики. Роль социокультурных факторов в оценке цвета. Коммуникационные качества цвета. Рыночные аспекты цвета. 4. Семантика цвета. Цветовое восприятие различных народностей.	8	2
	<b>Практические занятия</b>	4	3
	1. Разработка интегративного образа. Упрощение образа. 2. Упражнения на формирование творческого мышления.		
<b>Тема 1.2.</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>34</b>	

<p>Методы и технологии рекламного творчества</p>	<p>1. Рекламное творчество. Концепции рекламного творчества, организация творческой деятельности, визуальные образы в рекламе.  2. Творческая (рекламная) идея. Шаблоны рекламных идей. Творческие приемы в рекламе.  3. Креатив в рекламе. Понятия творчества и креатива. Их сходство и различие. Предпосылки возникновения креатива в рекламе. Творческие профессии. Креативность. Разновидности креатива в рекламе. Креатив-бриф.  4. Этапы разработки рекламного сообщения. Определение и функции рекламного продукта. Технология создания рекламного продукта для различных носителей. Особенности подготовительного этапа. Этап маркетинговых исследований. Этап разработки дизайна и производства.  5. Методология рекламного творчества. Методики эффективного творческого мышления. Возможности их использования в рекламе для генерирования идей. Методы генерирования творческих идей.  6. Творческое мышление. Теория архетипа. Основные психологические архетипы.  7. Архетипическая схема сказочного сюжета. Механизмы мифологического сознания и их отражение в сказочном и рекламном сюжетах.  8. Творческие стратегии рекламного обращения. Разработка стратегии рекламного обращения. Разработка основной идеи. Визуальные средства рекламы. Художественное оформление.</p>	<p>16</p>	<p>2,3</p>
	<p><b>Практические занятия</b></p> <p>1. Разработка рисованного комикса (в виде рекламного буклета) на заданную тему  2. Выполнение плаката с использованием архетипа.  3. Разработка коллажа «Образ женщины».</p>	<p>18</p>	<p>3</p>
<p><b>Тема 1.3.</b> Проектирование бренда</p>	<p><b>Содержание учебного материала</b></p> <p>1. Этапы дизайн-проектирования. Определение и функции рекламного продукта. Таблица Веркмана. Бренд и дизайн.  2. Изучение рынка, выбор целевой аудитории. Анализ целевых групп.  3. Торговая марка и бренд. Сферы функционирования бренда. Бренд и брендинг. Миссия бренда.</p> <p><b>Практические занятия</b></p> <p>1. Разработка элементов фирменного стиля предприятия (таблица Веркмана).  2. Стилизация заданного изображения и преобразование его в фирменный знак.  3. Анализ целевой аудитории различных предприятий.</p>	<p><b>16</b></p> <p>6</p> <p>10</p>	<p></p> <p>2</p> <p>3</p>

<b>Самостоятельная работа при изучении раздела 1</b> Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленным преподавателем). Подготовка к практическим занятиям с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление графических работ и отчетов. <b>Тематика внеаудиторной самостоятельной работы</b> 1. Разработать два рекламных плаката с использованием разных приемов креатива. 2. Разработать рекламное сообщение с использованием мифов/ архетипов для выбранной фирмы. 3. Разработать проект рекламной стратегии. 4. Разработать рекламное сообщение для выбранного предприятия. Адаптировать данное сообщение под цветовое восприятие различных народностей (не менее 4 вариантов цветового решения).		<b>20</b>	
<b>Раздел 2. Дизайн-разработка рекламной графики</b>			
<b>Тема 2.1</b> Разработка визуального образа	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>8</b>	
	1. Формирование рекламного образа. Вербальные элементы рекламы (текст). Визуальные элементы рекламы (изображение). Стилизация рекламного сообщения. Рекламная идея. Оценка визуального решения и идеи рекламы. Технология поиска визуального решения рекламы. РАМ-проводники.	4	
	<b>Практические занятия</b> Разработка рекламного сообщения и оценка визуального решения.	4	
<b>Тема 2.2</b> Рекламная графика	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>10</b>	
	1. Оформительская графика. Фирменный стиль как пример графики. Деловая графика. 2. Чертежная графика. Фотографика. Типографика. Использование известных произведений в рекламе.	4	2
	<b>Практические занятия</b> 1. Разработка примеров визуального образа выбранной фирмы. 2. Разработка примеров деловой и оформительской графики для заданной фирмы. 3. Рисунок в рекламе. Разработка рекламных продуктов с использованием рисованного изображения.	6	3

<b>Самостоятельная работа при изучении раздела 2</b>		<b>20</b>	
Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленным преподавателем).			
Подготовка к практическим занятиям с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление графических работ и отчетов.			
<b>Тематика внеаудиторной самостоятельной работы</b>			
1. Разработать серию знаковых шрифтовых композиций-плакатов для рекламы определенной фирмы.			
2. Разработать серию календарей (разных по конструкции) с использованием рисованного изображения.			
3. Разработать систему знаков/пиктограмм для кафе/ аэропорта/ метро/ автовокзала/ супермаркета, т.д.			
<b>Раздел 3. Разработка рекламной кампании</b>			
<b>Тема 3.1</b> Компонент творчества в разработке рекламной кампании	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>14</b>	
	1. Планирование и организация рекламной кампании. Виды рекламных кампаний. Сущность творческой концепции рекламной кампании. Значение творческой концепции и ее определение. Формы и формирование творческой идеи рекламной кампании. 2. Разработка рекламного обращения. Технологии процесса разработки. Форма и композиция рекламного обращения. Эффективность творческой концепции. Пути повышения эффективности рекламной кампании. 3. Язык функциональной и эмоциональной коммуникации. Визуальный креатив и коммуникация. 4. Проблема коммуникации. Проблема разработки кампании на международной уровне. 5. Дизайн-продукции и эффективная реклама.	10	2
	<b>Практические занятия</b>	4	3
	Разработка проекта рекламной кампании.		
<b>Тема 3.2</b> Разработка дизайн-концепции	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>8</b>	
	1. Основы идеальной дизайн-концепции. Эффективность. 2. Концепции и методы проектирования в дизайне. Дизайн-концепция фирменного стиля, интерьера.	2	2
	<b>Практические занятия</b>	6	
	Разработка концепции фирменного стиля для предприятия (на основе заданий ВорлдСкиллс)		

<p><b>Самостоятельная работа при изучении раздела 3</b>  Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленным преподавателем).  Подготовка к практическим занятиям с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление графических работ и отчетов.</p> <p><b>Тематика внеаудиторной самостоятельной работы</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Разработать критерии и оценить эффективность рекламного проекта.</li> <li>2. Разработать проект наружного оформления предприятия (эскизно).</li> </ol>	<b>11</b>	
<b>Экзамен</b>	<b>6</b>	
<b>Всего:</b>	<b>153</b>	

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

1. – ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
2. – репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством)
3. – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач)

**3.4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО  
КУРСА МДК 01.03  
Рекламная деятельность**

**3.4.1. Объем курса и виды учебной работы**

Вид учебной работы	<i>Объем часов</i>
<b>Максимальная учебная нагрузка (всего)</b>	126
<b>Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)</b>	84
в том числе:	
лабораторные работы	
практические занятия	38
контрольные работы	
курсовая работа (проект) <i>(если предусмотрено)</i>	-
<b>Самостоятельная работа обучающегося (всего)</b>	42
в том числе:	
<i>самостоятельная работа над курсовой работой (проектом)</i>	-
<i>Подготовка рефератов согласно тематике</i>	10
<i>Сбор материала по профилю специальности</i>	10
<i>Внеаудиторная домашняя работа</i>	22
<i>Итоговая аттестация в форме</i>	<i>диф.зачет, экзамен</i>

### 3.4.2. Тематический план и содержание междисциплинарного курса МДК01.03. Рекламная деятельность

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
<b>Введение</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>4</b>	
	Основные задачи дисциплины. Роль рекламы в обществе. История развития рекламы в России и за рубежом. Признаки классификации рекламы	2	1
Самостоятельная работа обучающихся: Найти информацию по истории развития рекламы в России и за рубежом		2	3
<b>Раздел 1</b>	<b>Социально-психологические основы рекламной деятельности</b>	<b>8</b>	
Тема 1.1 Воздействие рекламы на людей	<b>Содержание учебного материала</b>	4	
	Процесс воздействия рекламы на людей. Факторы, влияющие на силу воздействия рекламы. Модели восприятия рекламы. Объем и интенсивность внимания на восприятие рекламы	2	
	Приемы и способы привлечения внимания к рекламе. Способы реагирования людей на рекламу. Суггестия в рекламе	2	
<b>Самостоятельная работа при изучении раздела 1</b> Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленным преподавателем). <b>Тематика внеаудиторной самостоятельной работы</b> <i>Проработка материала по вопросам: реклама и ПР, реклама и стимулирование продаж, реклама и спонсорство, реклама и директ – маркетинг</i>		4	3
<b>Раздел 2</b>	<i>Организация рекламной деятельности</i>	<b>12</b>	
<b>Тема 2.1</b> <b>Законы, регулирующие основные аспекты рекламной деятельности</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	6	
	Государственное регулирование рекламной деятельности. Закон о рекламе. Основные запреты и ограничения рекламной деятельности.	2	1
	Товарный знак: виды товарных знаков, абсолютные основания для отказа в регистрации товарного знака. Предупредительная маркировка. Понятие «франшиза», «франчайзинг».	2	1
	<b>Практические работы:</b>	2	
	Анализ торговых знаков. Выявления соответствия рекламных материалов, требованиям Закона о рекламе	2	2
<b>Тема 2.2</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	2	

<b>Виды рекламных агентств</b>	Виды рекламных агентств в зависимости от особенностей их деятельности. Рекламные службы на предприятиях. Структура рекламного агентства полного цикла и специализированного рекламного агентства.	2	1
<b>Самостоятельная работа при изучении раздела 2</b> Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленным преподавателем). <b>Тематика внеаудиторной самостоятельной работы</b> <i>Ознакомиться с законом О рекламе</i> <i>Изучить вопрос о предупредительной маркировке</i> <i>Составить устную презентацию рекламного агентства</i>		4	3
<b>Раздел 3</b>	<b>Основные виды рекламы и ее носители</b>	<b>20</b>	
<b>Тема 3.1 Основные виды рекламы</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	14	
	Печатная реклама и реклама в прессе, прямая почтовая рассылка Показатели эффективности.	2	1
	Реклама на телевидении, в кино, на радио. Показатели эффективности.	2	
	Наружная реклама, реклама на транспорте. Организация рекламы в местах продаж, рекламные сувениры.	2	1
	Реклама в Интернете. Выставки и ярмарки	2	
	Участники рекламной кампании. Этапы проведения рекламной кампании.	2	1
	<b>Практические работы:</b>	6	
	Анализ печатных объявлений в газетах и журналах.	4	2
	Выбор рекламных средств для проведения рекламной кампании товара, организации	2	2
<b>Самостоятельная работа при изучении раздела 3</b> Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленным преподавателем). <b>Тематика внеаудиторной самостоятельной работы</b> <i>По рекламному объявлению в прессе, выявить эффективные средства воздействия</i> <i>Выполнить эскиз варианта наружной рекламы к объектам рекламируемого товара, организации</i>		4	3
<b>Раздел 4</b>	<b>Построение взаимоотношений «Агентство - клиент»</b>	<b>8</b>	
<b>Тема 4.1 Построение</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	8	
	Представление о брифе. Виды брифов. Основные его разделы	2	1

<b>взаимоотношений «Агентство - клиент».</b> <b>Бриф, его формы, правила заполнения</b>	Представление презентации по организации и проведению рекламной кампании	2	1
	<b>Практические работы:</b>	2	
	Заполнение брифов на разработку рекламных продуктов	2	2
<b>Самостоятельная работа при изучении раздела 4</b> Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленным преподавателем). <b>Тематика внеаудиторной самостоятельной работы</b> <i>Заполнить бриф на рекламный продукт</i> <i>Доработка проекта рекламной кампании</i>		4	3
<b>Раздел 5</b>	<b>Структура рекламного текста</b>	<b>18</b>	
<b>Тема 5.1</b> <b>Содержание рекламного текста и его составляющие</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>4</b>	
	Составляющие рекламного текста. Правила и параметры рекламного текста. Структура рекламного обращения. Характеристика и типы рекламных слоганов и заголовков. Механизмы воздействия слогана на потребителя.	2	
	<b>Практические работы:</b>	<b>2</b>	
	Проработка отдельных блоков рекламного текста.	2	
<b>Тема 5.2.</b> <b>Структура текста в зависимости от типа рекламного носителя</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>10</b>	
	Рекламный текст в полиграфической продукции. Рекламный текст в радио- и телерекламе.	2	
	<b>Практические работы:</b>	<b>8</b>	
	Разработка печатного рекламного сообщения для конкретного товара, организации	4	2
	Составление рекламного сообщения для размещения на сайте.	2	2
	Разработка текста для продвижения в социальных сетях.	2	2
<b>Самостоятельная работа при изучении раздела 5</b> Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленным преподавателем). Подготовка к практическим занятиям с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление графических работ и отчетов <b>Тематика внеаудиторной самостоятельной работы</b> Подборка рекламных текстов для рекламы товаров		4	
<b>Раздел 6</b>	<b>Бренд и брендинг</b>	<b>4</b>	
<b>Тема 6.1</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	2	

<b>Константы фирменного стиля. Торговая марка и бренд</b>	Торговая марка и бренд. Различные трактовки понятия «бренд». Общие и отличительные признаки торговой марки и бренд. Константы фирменного стиля. Основные факторы необходимости брендинга.	2	1
<b>Самостоятельная работа при изучении раздела 6</b> Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленным преподавателем). Подготовка к практическим занятиям с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление графических работ и отчетов <b>Тематика внеаудиторной самостоятельной работы</b> <i>Найти составляющие фирменного стиля организации г. Красноярска</i>		2	3
<b>Раздел 7</b>	<b>Платформа бренда</b>	<b>22</b>	
<b>Тема 7.1 Нейминг. Основные критерии оценки имени бренда</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	4	
	Бренд — нейм. Основные критерии оценки имени бренда. Инструменты тестирования имени бренда.	2	1
	<b>Практические работы</b>	2	
	Фоносемантический анализ имени известного бренда, анализ уникальности нейма.	2	2
<b>Тема 7.2 Брендбук - паспорт бренда Портфолио бренда. Идеология бренда</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	4	
	Брендбук, его назначение, структура и основные элементы Портфолио бренда. Обещания бренда. Операционный бенчмаркинг как метод стратегического развития ассортимента портфеля бренда Идеология бренда. Миссия, ценности, принципы.	2	1
	<b>Практические работы</b>	2	
	Исследование известного бренда, составление брендбука	2	2
<b>Тема 7.3 Позиционирование бренда. Имидж бренда</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	8	
	Позиционирование. Методики определения потребительских характеристик. Методы позиционирования товара, организации. Бренд – имидж. Современная типология имиджа бренда. Марочная и корпоративная концепции развития фирмы. Объемные и звуковые атрибуты имиджа бренда.	2	1
	<b>Практические работы</b>	4	
	Позиционирование конкретного товара методом УТП, подбор атрибутов	4	

<b>Самостоятельная работа при изучении раздела 5</b> Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленным преподавателем). Подготовка к практическим занятиям с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление графических работ и отчетов <b>Тематика внеаудиторной самостоятельной работы</b> <i>Исследование ассортимента известного бренда</i> <i>Выяснить атрибуты известного бренда</i>		6	3
<b>Раздел 8</b>	<b>Построение стратегии развития и продвижения бренда</b>	<b>28</b>	
<b>Тема 8.1</b> <b>Методы</b> <b>определения</b> <b>бюджета</b> <b>рекламной</b> <b>кампании</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	6	
	Методы определения рекламного бюджета кампании. Метод фиксированного бюджета. Остаточный метод. Определение бюджета на основе определенного процента от продаж у конкурентов. Метод равенства долей рынка. Определение бюджета на основе кривых рекламной интенсивности. Определение бюджета на основе целей рекламной кампании. Метод Стеймана. Метод Данахера-Руста	2	1
	<b>Практические работы</b>	4	
	Расчет рекламного бюджета для организации с использованием различных методов	4	2
<b>Тема 8.2</b> <b>Эффективное</b> <b>медиапланиро-</b> <b>вание.</b> <b>Его основные</b> <b>параметры</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	6	
	Технологический процесс медиапланирования. Методы оптимизации медиаплана. Понятие «рейтинг», «доля аудитории», «охват рекламной кампании». Показатели «GRP», «CPP», «OTS», «CPT». Стоимость и эффективность «GRP».	2	1
	<b>Практические работы</b>	4	
	Расчет показателей «рейтинг», «доля аудитории», «охват рекламной кампании», «GRP», «CPP», «OTS», «CPT». Стоимость и эффективность «GRP»	4	2
<b>Тема 8.3</b> <b>Контроль</b> <b>рекламной</b> <b>деятельности</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	6	
	Понятие, уровни и виды контроля рекламной деятельности. Тактический контроль рекламы. Стратегический внутрифирменный контроль.	2	1
	Регулирование рекламной деятельности.	2	3
	<b>Практические работы</b>	2	
	Тестирование рекламы и определение ее эффективности	2	2

<p><b>Самостоятельная работа при изучении раздела 5</b>  Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленным преподавателем).  Подготовка к практическим занятиям с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление графических работ и отчетов  <b>Тематика внеаудиторной самостоятельной работы</b>  <i>Расчет рекламного бюджета по различным методам</i>  <i>Составить медиаплан для размещения роликов на радио</i>  <i>Подготовка вопроса: процедуры посттестирования рекламы</i></p>	4	3
<b>Всего:</b>	<b>126</b>	

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

1. – ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
2. – репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством)
3. – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач)

## **4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

### **4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению**

Реализация профессионального модуля требует наличия учебного кабинетов проектирования рекламного продукта, лаборатории компьютерного дизайна, библиотеки, читального зала с выходом в Интернет.

#### **Оборудование учебного кабинета:**

- 1. рабочее место преподавателя;*
- 2. посадочные места по количеству обучающихся;*

#### **Технические средства обучения:**

- 1. Компьютер с лицензионным программным обеспечением.*
- 2. Мультимедиа проектор.*
- 4. Принтер А4*
- 5. Экран*
- 6. Доска*

#### **Оборудование лаборатории и рабочих мест лаборатории**

лаборатория компьютерного дизайна:

- 1. рабочее место преподавателя;*
- 2. посадочные места по количеству обучающихся;*

#### **Технические средства обучения:**

- 1. Компьютер с лицензионным программным обеспечением.*
- 2. Мультимедиа проектор.*
- 3. МФУ .*
- 4. Доска маркерная.*

кабинет проектирования рекламного продукта. кабинет шрифтовой и художественной графики:

- 1. рабочее место преподавателя;*
- 2. посадочные места по количеству обучающихся;*

#### **Технические средства обучения:**

- 1. Компьютер с лицензионным программным обеспечением.*
- 2. Мультимедиа проектор.*
- 3. Доска меловая.*

Реализация профессионального модуля предполагает обязательную учебную/производственную практику.

Оборудование и технологическое оснащение рабочих мест:

*посадочные места по количеству обучающихся; компьютеры с лицензионным программным обеспечением; мультимедиа проектор; МФУ.*

#### 4.2. Информационное обеспечение обучения

#### **Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы**

##### **Основные источники:**

1. Ёлочкин М.Е. Основы проектной и компьютерной графики: учеб. для студ. СПО / Ёлочкин М.Е.- Москва: Издательский центр «Академия», 2019. – 160 с.
2. Пашкова, И. В. Проектирование: проектирование упаковки и малых форм полиграфии: учебное пособие для вузов / И. В. Пашкова. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 179 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11228-3. — URL: <https://urait.ru/bcode/457011>
3. Дизайн-проектирование. Композиция, макетирование, современные концепции в искусстве: учеб. для студ. СПО / М.Е. Ёлочкин и др.- 2-е изд., стер. – М.: Издательский центр «Академия», 2018 – 160 с.
4. Минаева О.Е. Программы Adobe. Основы программы InDesingCS5. Курс лекций. – М.: МИПК, 2019.

##### **Дополнительные источники:**

1. Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства: учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 514 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10539-1. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/456737>.
2. Боресков, А. В. Компьютерная графика: учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. В. Боресков, Е. В. Шикин. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 219 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11630-4. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/457139>.
3. Алексеев, А. Г. Дизайн-проектирование: учебное пособие для среднего профессионального образования / А. Г. Алексеев. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 90 с. — (Профессиональное

образование). — ISBN 978-5-534-11134-7. — URL: <https://urait.ru/bcode/456785>.

4. Шокорова, Л. В. Дизайн-проектирование: стилизация: учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. В. Шокорова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 110 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10584-1. — URL: <https://urait.ru/bcode/456748>.

5. Ткаченко, О.И. Дизайн и рекламные технологии: учебное пособие / под ред. Л.М. Дмитриевой. - Москва: Магистр: ИНФРА-М, 2017.- 176 с.

6. Дорощенко М.А. Программы Adobe. Основы программы PhotoshopCS5. Курс лекций. – М.: МИПК, 2018.

7. Жвалевский А.В. Работа в CorelDRAW 12 / А.В. Жвалевский, Ю.А. Гурский. - Москва: Национальный Открытый Университет ИНТУИТ, 2016. - 406 с. - ISBN intuit427. - URL: <https://ibooks.ru/bookshelf/363129/reading>

#### **Периодическая литература:**

Реклама. Теория и практика: журнал, 2021. [Электронный ресурс] — Режим доступа <https://reader.delpress.ru>

#### **Интернет-ресурсы:**

1. Шарков Ф.И. Разработка и технологии производства рекламного продукта: учебник [Электронный ресурс] / Ф.И. Шарков, В.И. Гостенина. - М.: Дашков и Ко, 2012. — Режим доступа <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115773>

2. Художественно-техническое редактирование: учебное пособие [Электронный ресурс] / О.И. Клещев. - Екатеринбург: Архитектон, 2012. — Режим доступа <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=221962>

3. Статьи о дизайне. Портфолио дизайнеров. [Электронный ресурс] — Режим доступа <http://rosdesign.com/>

4. Все для дизайна. Фоны, html коды, шрифты, флешки, разделители, флеш часы, флеш календари, и много полезных советов. [Электронный ресурс] — Режим доступа <http://dezzi.ru/index.html>

5. Обучающий портал по программе Adobe Photoshop. [Электронный ресурс] — Режим доступа <http://www.photoshop-master.ru/>

6. Коллекция логотипов. [Электронный ресурс] — Режим доступа <http://www.logotypes.ru/>

7. Информационные материалы о рекламе, о дизайне в полиграфии, о полиграфическом производстве, о разном в полиграфии. [Электронный ресурс] — Режим доступа <http://www.poly3.ru/>

8. Все о шрифтах. Ссылки на источники бесплатных шрифтов в Интернете. [Электронный ресурс] — Режим доступа <http://theinkpot.narod.ru/>
9. Уроки CorelDRAW от insidegraphics.com [Электронный ресурс] — Режим доступа <http://corel.mlvl.com/7/>
10. AdVesti – портал о рекламе. [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://www.advesti.ru/>
11. RWR - реклама в России. [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://www.rwr.ru/>
12. Adindex.ru – сайт о рекламе и маркетинге в России и мире. [Электронный ресурс]. – Режим доступа <https://adindex.ru/>
13. Состав - информационный портал о рекламе. [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://www.sostav.ru/>
14. Art.Lebedev - студия Артемия Лебедева. [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://www.artlebedev.ru/>
15. Librero.ru – СМИ. Журналистика. Реклама. [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://www.librero.ru/>
16. CBrand.ru - портал о бизнесе, рекламе, маркетинге, дизайне. [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://www.createbrand.ru/>
17. Rosdesign.com – статьи о дизайне. [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://rosdesign.com/>
18. Logotypes.ru – библиотека логотипов. [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://www.logotypes.ru/>
19. Poly3 – полиграфия и печать. [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://www.poly3.ru/>
20. Promoplanet – новости профессионального промоушн. [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://promoplanet.ru/>
21. Theinkpot – сайт о типографике. [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://theinkpot.narod.ru/>
22. Pakko – сайт об упаковке. [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://pakko.me/>
23. Advertology - наука о рекламе. [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://www.advertology.ru/>
24. Willad.ru - новости рекламы, маркетинга, креатива. [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://willad.ru/>

#### **4.3 Общие требования к организации образовательного процесса**

Организация образовательного процесса по профессиональному модулю осуществляется в соответствии с ФГОС СПО по специальности, с рабочим учебным планом, программой профессионального модуля, с

расписанием занятий; с требованиями к результатам освоения профессионального модуля: компетенциям, практическому опыту, умениям и знаниям. В процессе освоения модуля используются активные и интерактивные формы проведения занятий с применением электронных образовательных ресурсов: деловые игры, индивидуальные и групповые проекты, анализ производственных ситуаций, и т.п. в сочетании с внеаудиторной работой для формирования и развития общих и профессиональных компетенций обучающихся.

Обязательным условием обучения по профессиональному модулю является предшествующее изучение общепрофессиональных дисциплин: *наименование дисциплин*.

Учебная практика проводится в учебных мастерских. Обязательным условием допуска к учебной практике является полное освоение теоретической части и приобретение умений на практических занятиях.

Производственная практика должна проводиться в организациях, направление деятельности которых соответствует профилю подготовки обучающихся. Обязательным условием допуска к производственной практике является освоение учебной практики для получения первичных профессиональных навыков в рамках данного профессионального модуля.

#### **4.4 Кадровое обеспечение образовательного процесса**

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу: высшее образование по специальности, соответствующей профилю профессионального модуля. Преподаватели должны проходить стажировку в профильных организациях не реже одного раза в 3 года.

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой: дипломированные специалисты, высшее образование по специальности, соответствующей профилю профессионального модуля. Опыт деятельности, стажировки один раз в 3 года в организациях соответствующей профессиональной сферы является обязательным.

Реализация рабочей программы воспитания обеспечивается педагогическими работниками, имеющими профильное среднее профессиональное или высшее образование, обязательно повышение квалификации не реже 1 раза в 3 года.

## **5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)**

При определении оценки знаний обучающихся используются следующие критерии:

- сумма знаний, которыми обладает обучающийся по дисциплине;
- понимание сущности явлений рекламной деятельности, процессов и их взаимозависимостей;
- умение решать задачи рекламного текстового и визуального оформления и видеть основные проблемы рекламной индустрии, причины их возникновения;
- умение теоретически обосновывать возможные пути решения существующих проблем в рекламной сфере.

### **Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, который:**

1. в полном объеме усвоил программный материал, излагает его на высоком научном уровне, изучил обязательную и рекомендуемую программой дополнительную литературу, иные официально-публикуемые материалы по вопросам рекламного дизайна и рекламной деятельности, умело использует их при ответах;
2. свободно владеет методологией данной дисциплины, знает определения рекламных понятий и категорий, может устанавливать причинно-следственные связи между ними, а также взаимосвязь курса с другими дисциплинами, способен применять их в практической деятельности;
3. умеет применять теоретические знания при решении практических задач и конкретных ситуаций в сфере рекламной деятельности;
4. показывает способность самостоятельно пополнять и обновлять знания в процессе дальнейшей учебы и профессиональной деятельности.

### **Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, который:**

1. полно раскрывает содержание учебного материала в объеме, предусмотренном программой, изучил обязательную литературу по курсу, иные официально-публикуемые материалы по вопросам рекламного дизайна и рекламной деятельности;

2. владеет методологией данной дисциплины, методами исследования, знает определения рекламных категорий, умеет установить между ними причинно-следственные связи;

3. умеет увязать теорию и практику при решении задач и конкретных ситуациях в сфере рекламной деятельности;

4. допускает незначительные неточности при изложении материала, не искажающие содержание ответа по существу вопроса.

**Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, который:**

1. владеет материалом в пределах программы курса, знает основные показатели и категории в сфере рекламного дизайна и рекламной деятельности;

2. обладает достаточными знаниями для продолжения обучения и дальнейшей профессиональной деятельности;

3. допускает неточности при решении практических задач, разбирается в конкретных ситуациях в области рекламной деятельности.

**Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, который:**

1. имеет пробелы в теоретических знаниях основного учебного материала более чем на 50%, не может дать четкого определения основных понятий и категорий;

2. не умеет решать практические задачи и не может разобраться в конкретных профессиональных ситуациях;

3. не может успешно продолжать дальнейшее обучение в связи с недостаточным объемом знаний.

**Для получения зачета по дисциплине обучающийся должен выполнить:**

1. Не менее 100% запланированных программой практических работ.

2. Не менее 70 % запланированных программой текущих зачетных работ по темам.

Итоги работы обучающихся по освоению дисциплины подводятся на заключительном зачетном уроке.

От выполнения итоговой зачетной работы по усмотрению преподавателя могут, освобождается обучающиеся, выполнившие все зачетные работы по темам и не имеющие пропуски занятий без уважительной причины более 10% от общего объема аудиторных часов по дисциплине.

Обучающиеся имеющие пропуски занятий отрабатывают пропущенные темы по усмотрению преподавателя в форме устного или письменного ответа, выполнения, распечатывания реферата, доклада, разработки презентации, составления опорного конспекта, тестов, кроссвордов.

### **Виды контроля знаний обучающихся:**

1. Входной.
2. Текущий.
3. Итоговый.

### **Формы контроля оценки знаний обучающихся:**

- 1 Устный и опрос.
- 2 Творческая работа.
- 3.Тестирование.
4. Устные и письменные доклады, рефераты.

Виды контроля знаний обучающихся, количество зачетных работ по темам и формы их проведения определяются преподавателем самостоятельно, исходя уровня подготовки обучающихся, установленного при входном тестировании и выбранной методики и способов организации преподаваемой дисциплины в каждой конкретной группе. Номинальное количество текущих зачетных работ определяется количеством тем по дисциплине.

<b>Результаты (освоенные профессиональные и общие компетенции)</b>	<b>Основные показатели оценки результата</b>	<b>Формы и методы контроля и оценки</b>
<b>ПК 1.1</b> осуществление поиска рекламных идей	Разрабатывает идеи, составляет план реализации	<i>Устный опрос, мозговой штурм</i>

<b>ПК 1.2</b> осуществление художественного эскизирования и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы	Разрабатывает различные художественные варианты рекламных продуктов, решает ситуативные задачи, использует композиционно верные решения	<i>Творческая работа, портфолио, проект</i>
<b>ПК 1.3</b> разработка авторских рекламных проектов	Разрабатывает идеи, составляет план реализации, использует литературу и интернет-ресурсы	<i>Творческая работа, индивидуальное задание</i>
<b>ПК 1.4</b> составление и оформление текстов рекламных объявлений	Разрабатывает идеи, составляет план реализации	<i>Устный, письменный опрос, тестирования</i>
<b>ПК 1.5</b> создание визуальных образов с рекламными функциями	Разрабатывает различные художественные варианты рекламных продуктов, решает ситуативные задачи, использует композиционно верные решения	<i>Творческая работа, индивидуальное задание, презентация</i>
<b>ПК 2.1</b> разработка контента (содержания) рекламы, рекламных текстов (в т. ч. на иностранном языке), рекламных и PR-статей	Разрабатывает различные художественные варианты рекламных продуктов, решает ситуативные задачи, использует композиционно верные решения	<i>Творческая работа, индивидуальное задание, презентация</i>
<b>ПК 2.2</b> разработка проектов художественного оформления изданий	Разрабатывает различные художественные варианты рекламных продуктов, решает ситуативные задачи, использует композиционно верные решения	<i>Творческая работа, индивидуальное задание</i>
<b>ПК 2.3</b> формирование предложений и идей по продвижению объектов	Разрабатывает различные художественные варианты рекламных продуктов, решает ситуативные задачи, использует композиционно верные решения, моделирует ситуации	<i>Устный, письменный опрос, доклад</i>
<b>ПК 2.4</b> планирование рекламных кампаний и прогнозирование их эффективности	Разрабатывает различные художественные варианты рекламных продуктов, решает ситуативные задачи, использует композиционно верные решения, моделирует ситуации	<i>Анализ, доклад</i>

<p><b>ОК 1</b> понимание сущности и социальной значимости будущей профессии, проявление к ней устойчивого интереса</p>	<p>Проявляет инициативу в изучении предмета, активно участвует в учебной деятельности по курсу, демонстрирует удовлетворенность будущей профессией</p>	<p><i>Аргументированное эссе, решение ситуативных задач, участие во внеаудиторной деятельности (конференции, конкурсы, т.д.), участие в деловых играх</i></p>
<p><b>ОК 2</b> организация собственной деятельности, выбор типовых методов и способов выполнения профессиональных задач, оценка их эффективности и качества</p>	<p>Составляет список литературы для изучения по курсу, осуществляет поиск дополнительной литературы</p>	<p><i>Тестовый контроль, работа в группах, оценка своей работы</i></p>
<p><b>ОК 3</b> принятие решения в стандартных, нестандартных ситуациях и несение за них ответственности</p>	<p>Моделирует ситуацию, проверяет и анализирует результаты решения</p>	<p><i>Тестовый контроль, работа в группах, оценка своей работы, участие во внеаудиторной деятельности</i></p>
<p><b>ОК 4</b> осуществление поиска и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, проф. и личностного развития</p>	<p>Составляет список литературы для изучения по курсу, осуществляет поиск дополнительной литературы, проявляет инициативу в изучении предмета, активно участвует в учебной деятельности</p>	<p><i>Реферат, доклад, подготовка к семинару, тестовые задания</i></p>
<p><b>ОК 5</b> использование информационно-коммуникационных технологий в проф. деятельности</p>	<p>Использует компьютерные технологии, интернет-ресурсы для решения проф. задач</p>	<p><i>Решение ситуативных задач, тесты, контрольные работы</i></p>
<p><b>ОК 6</b> работа в коллективе и команде, эффективное общение с коллегами, руководством, потребителями</p>	<p>Распределяет нагрузку в группе, помогает коллегам, оценивает объективно собственную деятельность и деятельность в группе</p>	<p><i>Решение ситуативных задач, участие во внеаудиторной деятельности (конференции, конкурсы, т.д.), участие в деловых играх</i></p>

<b>ОК 7</b> взятие на себя ответственности за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий	Распределяет нагрузку в группе, помогает коллегам, оценивает объективно собственную деятельность и деятельность в группе	<i>Решение ситуативных задач, участие во внеаудиторной деятельности (конференции, конкурсы, т.д.), участие в деловых играх</i>
<b>ОК 8</b> самостоятельное определение задачи проф.и личностного развития, занятия самообразованием, осознанное планирование повышения квалификации	Моделирует ситуацию, проверяет и анализирует результаты решения, стремится к самореализации, применяет все возможные ресурсы для развития	<i>Решение ситуативных задач, участие во внеаудиторной деятельности (конференции, конкурсы, т.д.), участие в деловых играх</i>
<b>ОК 9</b> ориентирование в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	Производит поиск инноваций в рекламной деятельности, проявляет интерес к инновациям в области профессиональной деятельности	<i>Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях при выполнении работ</i>
<b>ОК 10</b> владение основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.	Демонстрирует навыки владения основами предпринимательской деятельности в профессиональной сфере	<i>Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях при выполнении работ</i>
<b>ОК 11</b> обладание экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.	Демонстрирует навыков обладание экологической, информационной и коммуникативной культурой	<i>Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях при выполнении работ</i>

Овладение общими компетенциями является долговременным и сложным процессом и обеспечивается в той или иной мере всеми элементами основной профессиональной образовательной программы среднего профессионального образования – программы подготовки специалистов среднего звена. Завершающее оценивание освоения обучающимися общих компетенций осуществляется в ходе экзаменов квалификационных и государственной итоговой аттестации.

Оценка формирования личностных результатов предусматривает процедуры оценивания в соответствии с Разделом 3. «Оценка освоения обучающимися основной профессиональной образовательной программы в

части достижения личностных результатов» рабочей программы воспитания по специальности 42.02.01 Реклама.