

**Автономная некоммерческая организация профессионального образования
«ПЕРМСКИЙ ГУМАНИТАРНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»
(АНО ПО «ПГТК»)**

УТВЕРЖДАЮ

Заместитель директора
по учебно-методической работе
Елькина З.Д.
«28» февраля 2020 г.



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

ПМ.01. «Разработка и создание дизайна рекламной продукции»

для специальности

42.02.01 «Реклама»

(код и наименование специальности)

Квалификация выпускника

Специалист по рекламе

(базовая подготовка)

Форма обучения

Очная

Пермь 2020

Рабочая программа профессионального модуля «ПМ.01. «Разработка и создание дизайна рекламной продукции» составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама (базовая подготовка) утвержденного приказом Минобрнауки России от 12.05.2014 № 510.

Программа предназначена для студентов и преподавателей АНО ПО «ПГТК».

Автор – составитель: Карнаухова Л.И., зав. кафедры дизайна, Соловьева Т.Б., старший преподаватель.

Рабочая программа профессионального модуля рассмотрена и одобрена на заседании кафедры дизайна, протокол № 3 от 17.02.2020

Рекомендована к утверждению педагогическим советом АНО ПО «ПГТК» (протокол от «21» февраля 2020 г. № 3).

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	5
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	6
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	15
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	15

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

1.1. Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля (далее - программа) – является частью программы подготовки специалистов среднего звена (ППССЗ) в соответствии с ФГОС по специальности 42.02.01 Реклама в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): Разработка и создание дизайна рекламной продукции.

Рабочая программа профессионального модуля может быть адаптирована для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

1.2. Цели и задачи модуля – требования к результатам освоения модуля

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения профессионального модуля 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;

знать:

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

В результате освоения модуля обучающийся должен иметь **практический опыт в:**

- выбора художественной формы реализации рекламной идеи;
- создания визуального образа с рекламными функциями;
- художественного конструирования рекламных продуктов по заданию.

1.3. Количество часов на освоение программы профессионального модуля:

всего – 541 часов, в том числе:

- обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 360 часов;
- самостоятельная работа – 147 часов
- консультации – 34 часа;
- учебной практики – 72 часа.
- производственной практики (по профилю специальности) – 144 часа;

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

Код профессиональных компетенций	Наименование результата обучения
<i>вид профессиональной деятельности: Разработка и создание дизайна рекламной продукции</i>	
ПК 1.1.	Осуществлять поиск рекламных идей.
ПК 1.2.	Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.
ПК 1.3.	Разрабатывать авторские рекламные проекты.
ПК 1.4.	Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.
ПК 1.5.	Создавать визуальные образы с рекламными функциями.
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.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Структура профессионального модуля «ПМ.01. Разработка и создание дизайна рекламной продукции»

Коды профессиональных и общих компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики).	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов) профессионального модуля, час.				Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося	Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов
			Всего, часов	в т.ч., лабораторные работы и практические занятия, часов	в т.ч., курсовая работа (проект) консультации	Всего, часов		
	ПМ. 01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции	541	X	X	X	X	72	144
ПК 1.1.-1.5., ОК 1-11	МДК 01.01 Основы рекламы, организация рекламной деятельности	270	180	102	4	86	X	X
ПК 1.1.-1.5., ОК 1-11	МДК 01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта	271	180	110	30	61	X	X
ПК 1.1.-1.5., ОК 1-11	Учебная практика	72	X	X	X	X	72	X
ПК 1.1.-1.5., ОК 1-11	Производственная практика	144	X	X	X	X	X	144
ПК 1.1.-1.5., ОК 1-11	Экзамен квалификационный	X	X	X	X	X	X	X
	Всего (с учетом практик):	757	360	212	34	147	72	144

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ) Разработка и создание дизайна рекламной продукции

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов	Осваемые компетенции
МДК. 01.01 Художественное проектирование рекламного продукта			
Раздел 1 Художественное проектирование рекламного продукта			
Тема 1.1. Технология создания рекламного продукта.	Содержание учебного материала: Виды рекламы, деление ее по способу воздействия, способу выражения, с точки зрения основных целей и задач. Характеристики процесса разработки рекламного обращения. Понятие творческих рекламных разработок. Технологические виды рекламного продукта. Выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы. Уровни и структура рекламного сообщения, позиционный эффект. Визуальной, семантической и эстетической информации рекламного материала.	8	ОК1-ОК11 ПК1.1, ПК1.2
	Практические занятия: Практическое задание: Особенности восприятия рекламных текстов на примере рекламных объявлений	4	
Тема 1.2 Цвет в рекламе	Содержание Задачи рекламы. Цвет в рекламе и его влияние. Колористика. Родственные, родственно-контрастные, контрастные цвета. Композиция. Статика. Динамика. Ритм. Золотое сечение. Орнамент. Абстрактные композиции на модульной основе.	8	ОК1-ОК11 ПК1.1, ПК1.2, ПК1.5
	Практические занятия 1. Разработка цветового круга Иттенна. 2. Разработка композиционного решения «Статика» и «Динамика» в теплых и холодных тонах. 3. Разработка графического плаката с применением контрастных цветов.	10	
	Самостоятельная работа Создать композицию на соразмерение, простой и сложный ритм, гармоничное пропорционирование. Создать композицию на видоизменение, создание пластических структур и тональных растяжек с помощью градиентных заливок. Создать композицию на равновесие, принципы симметричности и асимметричности, особенности тектоники.	12	
Тема 1.3 Разработка композиции.	Содержание учебного материала: Создание ассоциативных композиций (Эмоциональная композиция). Шрифт. Элементы шрифта. История возникновения. Эскизирование. Стилизация. Принципы получения стилизованного изображения. Стилизация в знаке. Проблемы и общие принципы	8	ОК1-ОК11 ПК1.1, ПК1.2, ПК1.5

	композиционных задач в дизайне. Элементы организации графической композиции в рекламе. Функциональное построение композиции. Структурная гармонизация формы. Основные составляющие художественного образа в формальной композиции.		
	Практические занятия: 1. Создание композиции с применением шрифта в черно-белом формате. 2. Графическая стилизация природных форм (линия, пятно и линия, точка, орнамент) 3. Творческая разработка алфавита (Стилизация по тематике) 4. Шрифтовая композиция (стилизация шрифта) Текущий контроль: Композиция, шрифты, стилизация, цвет.	10	
	Самостоятельная работа обучающихся: Разработать декоративный шрифт (на основе исторической классификации, создание выбранного образа или соответствие выбранной теме). Разработка плаката «Композиция, шрифт, цвет».	12	
Тема 1.4. Шрифт как средство коммуникации	Содержание учебного материала: Виды шрифтов. Роль и значение шрифта в графическом дизайне и в рекламе. Выразительные возможности шрифтового изображения. Шрифтовой знак как средство коммуникации. Гармоничное единство изобразительного и текстового содержания. Приёмы создания ассоциативного образа в шрифтовой композиции. Виды плакатов.	4	ОК1-ОК11 ПК1.1, ПК1.2, ПК1.3
	Практические занятия: Разработка плаката компании (социальная реклама) Разработка слогана для пермской компании	6	
	Самостоятельная работа Нарисовать схему основных элементов букв. Создать композицию из элементов букв. Создать композицию на единство, определив основные функции и структуры шрифтовой композиции.	10	
Тема 1.5 Формирование корпоративного стиля	Содержание учебного материала Корпоративный стиль. Логотип. Товарный знак. Виды товарных знаков. Торговая марка и бренд. Общая теория бренда. Законы создания бренда Плакат. Рекламный плакат. Фирменный стиль. Значение фирменного стиля как вида рекламы. Понятие бренда. Основные носители фирменного стиля. Фирменный персонаж как элемент фирменного стиля. Анализ фирменных персонажей. Их значение. Разработка фирменного персонажа. Варианты. Маркетинговые материалы. Сувенирная продукция. POS-материалы. Роль коммуникаций на местах продаж в общей системе продвижения товара. Стилизация в знаке. Разработка логотипа.	12	ОК1-ОК11 ПК1.1, ПК1.2, ПК1.3, ПК1.5
	Практические занятия 1. Разработка элементов фирменного стиля. Эскизы вариантов. Знак, образ, персонаж (индивидуальные задания). Логотип. Разработка графического, цветофактурного и колористического решения товарного знака 2. Разработка рекламного персонажа компании 3. Ребрендинг логотипа пермской компании 4. Разработка персонажа для пермской компании	24	

	5. Разработка логотипа для кофейни или арт-студии 6. Разработка визитки, листовки, конверт. Разработка и создание фирменного буклета. 7. Коллаж впечатлений		
	Самостоятельная работа: работа над материалом практического занятия	14	
Тема 1.6 Основы проектирования рекламного продукта	Содержание учебного материала: Основные этапы проектирования. Поиск рекламных идей. Анализ исходных данных. Структура рекламного продукта.	6	ОК1-ОК11 ПК1.1, ПК1.2, ПК1.3, ПК1.4
	Практические занятия: Разработка оригинал-макета рекламного обращения	6	
	Самостоятельная работа: работа над материалом практического занятия	6	
Тема 1.7 Разработка рекламного продукта	Содержание учебного материала: Разработка печатной продукции. Основные требования к оформлению печатной продукции. Виды печатной продукции. Способы печати. Разработка наружной рекламы. Объекты наружной рекламы. Выбор материалов и способа изготовления наружной рекламы.	10	ОК1-ОК11 ПК1.1, ПК1.2, ПК1.3, ПК1.4, ПК1.5
	Практические занятия: Разработка дизайн-проекта листовки Разработка дизайн-проекта буклета Разработка дизайн-проекта календаря Разработка дизайн-проекта билборда Разработка дизайн-проекта вывески Разработка наружной растяжки Разработка POS-материалов Разработка рекламы в Интернете	12	
	Самостоятельная работа: работа над материалом практического занятия	8	
Тема 1.8 Средства распространения рекламы	Содержание учебного материала: Реклама в газете. Реклама в журнале. Компьютерная графика и печать	6	ОК1-ОК11 ПК1.1, ПК1.2, ПК1.3, ПК1.4
	Практические занятия: Создание рекламы в газету Разработка рекламного объявления для журнала Выполнить макет рекламного объявления для наружной рекламы	10	
	Самостоятельная работа: работа над материалом практического занятия	10	
Тема 1.9 Разработка экспозиционной рекламы	Содержание учебного материала: Экспозиционно-рекламные комплексы. Виды и выбор выставочных стендов. Этапы разработки дизайн-проекта выставочных стендов.	8	ОК1-ОК11 ПК1.1, ПК1.2, ПК1.3, ПК1.4, ПК1.5
	Практические занятия: Разработка дизайн-проект выставочного стенда Визуализация 3Д макета выставочного стенда	10	
	Самостоятельная работа: работа над материалом практического занятия	6	
Тема 1.10 Реклама товарной продукции	Содержание учебного материала: Дизайн упаковки. Макетирование и моделирование упаковки (конструирование). Разработка графических элементов. Проработка упаковочной коробки в цвете. Дизайн-проект рекламного оформления фасада торгового предприятия (входа, вывески,	10	ОК1-ОК11 ПК1.1, ПК1.2, ПК1.3, ПК1.5

	витрины). Методика разработки дизайн -проекта витрины. Проект размещения рекламы товара на транспорте. Особенности композиционного построения, графического, шрифтового и колористического решений рекламы, размещаемой на транспорте.		
	Практические занятия: Разработка упаковочной коробки для (выбор объекта по желанию) Разработка дизайн – проекта витрины (выбор объекта по желанию) Разработка дизайн-проекта рекламы на транспорте.	10	
	Самостоятельная работа: работа над материалом практического занятия	10	
Промежуточная аттестация - экзамен			ОК1-ОК11 ПК1.1-ПК1.5
МДК. 01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта			
Тема1. Творческая концепция рекламного продукта: понятие, вариации, формы воплощения.	Содержание учебного материала Визуальная культура и визуальное мышление. Теория восприятия картинной плоскости. Визуальные иллюзии. Композиции на статику и динамику. Этапы творческого процесса создания рекламного продукта. Проектная деятельность в дизайне. Этапы проектирования. Эргономика и антропометрия. Психология восприятия рекламного продукта. Стилевая классификация. Цвет в рекламе. Типографика. Современные технологии реализации. Текст и изображение в рекламе в рекламном плакате.	10	ОК1-ОК11 ПК1.1, ПК1.2, ПК1.3
	Выполнить беспредметные композиции на организацию плоскости листа (использовать точки, линии, пятна). Составить композиции с заданной характеристикой (плоскость, пространство, объем и др.). Графическое решение. Выполнить композиции на статику и динамику с использованием геометрических фигур Выполнить зарисовки невозможных объектов (из истории визуальных иллюзий). Разработать и выполнить изображение буквы (в выбранном историческом стиле). Защита проекта.	10	
Тема2. Креатив в рекламе. Основные методы и приемы генерации творческих идей.	Содержание учебного материала: Понятие креативной концепции в рекламе. Особенности разработки концепции в рекламе. Разработка творческой концепции рекламного продукта, содержания рекламных сообщений, включая текстовую и иллюстративную составляющие. Разработка рекламного текста. Основные понятия и составляющие рекламного текста. Нейминг. Выразительные средства речи и речевое воздействие.	10	ОК1-ОК11 ПК1.1, ПК1.2, ПК1.3, ПК1.4
	Практические занятия: Разработка креативной концепции рекламного продукта. Защита проекта.	8	
Тема 3. Формирование образного решения рекламного продукта и его визуализация	Содержание учебного материала Рекламный образ. Невербалика персонажей в рекламе. Основные приемы визуализации текстового сообщения в рекламную форму. Способы создания эффективного рекламного образа на основе вербальных структурных элементов. Композиция в рекламном обращении. Основные формы словесно-изобразительного синтеза. Особенности современного визуального языка в рекламе.	10	ОК1-ОК11 ПК1.1, ПК1.2, ПК1.3, ПК1.4, ПК1.5
	Практические занятия	10	

	Представить ряд рекламных модулей, используя особенности рекламного языка, методы типографического структурирования текста, визуальные элементы. Защита проекта.		
Тема 4. Коммуникативная концепция рекламного образа	Содержание учебного материала Структура рекламной коммуникации. Средства передачи рекламного сообщения. Рекламное сообщение с позиций восприятия.	6	ОК1-ОК11 ПК1.1, ПК1.2, ПК1.3, ПК1.4
	Практические занятия Выполнить серию композиций, учитывая их конструктивную и коммуникативную структуру. Защита проекта.	8	
Тема 5. Разработка авторских рекламных проектов	Содержание учебного материала Теоретические модели рекламной концепции. Проектные технологии воплощения рекламной концепции товара. Основные этапы создания творческого проекта. Бренд как комплексный объект дизайна рекламы. Типы и виды брифов.	8	ОК1-ОК11 ПК1.1, ПК1.2, ПК1.3, ПК1.4
	Практические занятия Разработка авторского рекламного проекта на основе теоретической модели рекламной концепции. Защита проекта.	14	
Тема 6. Основные методы и принципы разработки креативного продукта	Содержание учебного материала Взаимодействие рекламного сообщения с другими составляющими комплекса маркетинга и интегрированных маркетинговых коммуникаций. Рекламная стратегия, креативная стратегия, рекламная идея. Основные этапы разработки креативного рекламного сообщения.	6	ОК1-ОК11 ПК1.1, ПК1.2, ПК1.3, ПК1.4
	Практические занятия: Разработка слогана для компании (по выбору). Разработка названий для группы товаров (по выбору). Разработка рекламного объявления. Защита проекта.	10	
Тема 7. Комплексная разработка корпоративного /фирменного/ стиля. Проект-концепция.	Содержание учебного материала: Основные составляющие и функциональные носители корпоративного /фирменного/ стиля, их практическое значение. Концептуальные стилеобразующие элементы - логотип, товарный знак, торговая марка, эмблема фирмы. Носители фирменного стиля. Система идентификации. Формообразующие принципы и графические приёмы, применяемые в проектировании стилеобразующих элементов.	8	ОК1-ОК11 ПК1.1, ПК1.2, ПК1.3, ПК1.4, ПК1.5
	Практические занятия: Разработать корпоративный /фирменный/ стиль для предприятия (на выбор) Пермского края Роль корпоративного стиля в формировании имиджа фирмы /предприятия/. Дизайн-проект корпоративного стиля, основные этапы процесса проектирования. Концептуальные стилеобразующие элементы – логотип, товарный знак, торговая марка, эмблема фирмы. Визуализация ассоциативного образа. Защита проекта.	14	
Тема 8. Проектирование бренда	Содержание учебного материала Конструирование бренда и торговой марки. Оценка бренда. Технологии продвижения нового бренда. Единство, взаимосвязь и соподчинение изображения и шрифта в композиции знаковой формы. Принципы конструктивного построения и стилового единства в комплексном проектировании элементов в проектирование бренда.	6	ОК1-ОК11 ПК1.1, ПК1.2, ПК1.3, ПК1.4
	Практические занятия: Произвести анализ и дать оценку существующему бренду в РФ.	14	

	Разработка программы продвижения для нового бренда. Решение практического кейс «Обновление/проектирование бренда», защита проекта.		
Тема 9. Планирование рекламной стратегии	Содержание учебного материала Разновидности рекламных стратегий	8	ОК1-ОК11 ПК1.1, ПК1.2, ПК1.3, ПК1.4
	Практические занятия: Разработка рекламной стратегии для компании по выбору. Решение практического кейса на создание и продвижение бренда.	10	
Тема 10. Портфолио, как инструмент продаж	Содержание учебного материала Понятие, назначение и разновидности. Принципы создания портфолио. Формат портфолио. Разделы портфолио. Размещение портфолио.	4	ОК1-ОК11 ПК1.1, ПК1.2, ПК1.3, ПК1.4
	Практические занятия: Аналитика и презентация портфолио рекламных агентств. Аналитика и презентация портфолио рекламных площадей (наружная реклама, радио и т.д.) Формирование личного портфолио, как специалиста в области рекламы. Презентация личного портфолио, как специалиста в области рекламы. Создание интернет-страницы «Портфолио» на сайте-конструкторе.	12	
Тематика курсовых работ 1. Цветовые предпочтения при создании наружной рекламы. Разработка вывески для организации праздника. 2. Рекламные идеи и концепции в политике для продвижения политической партии на выборах 3. Новые идеи для креативной концепции шокирующей социальной рекламы о вреде курения/алкоголя/наркотиков. 4. Транзитная реклама. Разработка транзитной рекламы для художественной школы 5. Рекламные персонажи в рекламе, как средство повышения коммуникативной эффективности 6. Разработка и технология производства плаката социальной рекламы 7. Особенности сувенирной рекламной продукции. Разработка творческой концепции сувенирной продукции для компании по выбору 8. Фирменный стиль предприятия и его роль в позиционировании предприятия на рынке. 9. Заголовки в печатной рекламе. 10. Разработка предложений по продвижению российских гостиничных цепей 11. Этапы творческого процесса создания рекламы 12. Креативные концепции вирусной рекламы. 13. Создание уникального торгового предложения (УТП) в рекламной продукции 14. Фирменный стиль. Разработка фирменного стиля для NFT-одежды 15. Брендинг как инструмент продвижения в PR деятельности музеев художественных галерей и Артпространств 16. Реклама и искусство. 17. Взаимодействие визуальной и вербальной частей 18. Роль криейтора в рекламном творчестве 19. Телереклама как средство психологического воздействия на потребителя. 20. Художник - дизайнер, художник - иллюстратор, художник - оформитель и их функции в рекламе 21. Реклама и массовая культура. 22. Основы создания телевизионной рекламы и кинорекламы			ОК1-ОК11 ПК1.1-ПК1.5

23. Использование креативных концепций при продвижении в Интернете, специфика подачи информации в различных социальных сетях. 24. Наружная реклама: творческие возможности и ограничения в разработке обращения. 25. Товарный знак как фактор усиления конкурентоспособности товара. Разработка уникального товарного знака 26. Юмор в рекламе. Разработка плакатов с апелляцией к юмору			
Консультации по написанию курсовой работы		30	
Тематика внеаудиторной самостоятельной работы 1. Организация и проведение сбора материала по темам практических занятий. 2. Анализ и отбор примеров рекламных модулей по темам практических занятий. Подобрать примеры вербальных и визуальных рекламных объектов, проанализировать их функциональную и эмоционально-образную нагрузку, определить характер акцентации текстового сообщения. 3. Изучение основной и дополнительной литературы; поиск информации в интернете и периодических изданиях. 4. Выполнить варианты коллажей, содержащих рекламный образ и основные структурные элементы рекламного модуля. 5. Подобрать примеры рекламных обращений, содержащих визуальные и вербальные элементы, проанализировать их структуру, дать оценку принципам и методам визуализации творческой концепции. 6. Составление эскизов рекламных коммуникаторов. 7. Разработка рекламного брифа. 8. Художественно-графическое эскизирование и решение логотипов. 9. Написание рекламных текстов и слоганов. 10. Подготовка к практическим занятиям с использованием методических рекомендаций преподавателя. Выполнение и оформление практических работ. Подготовка сообщений и докладов. Анализ и подбор литературы для курсовой работы. Сбор материала для курсовой работы. 11. Подготовка к промежуточным аттестациям		61	
Промежуточная аттестация - экзамен			ОК1-ОК11 ПК1.1-ПК1.5
Учебная практика		72	
	Виды работ: Составление текста рекламного объявления Разработка логотипа и товарного знака предприятия графическим способом с использованием цвета; Разработка и продвижение продукта рекламы в Интернете. Разработать фирменного персонажа кампании в нескольких ракурсах. Разработка элементов фирменного стиля. Разработать план контент для определенной социальной сети выбранного продукта кампании. Оформить концепцию продвижения нового продукта - бренда. Придумать уникальное торговое предложение. Написать отчет о прохождении практики.		
	Дифференцированный зачет		

Производственная практика (по профилю специальности)		144	ОК1-ОК11 ПК1.1-ПК1.5
	<p>Виды работ</p> <ul style="list-style-type: none"> - разработка и создание дизайна рекламной продукции; - составление текста рекламного объявления; - оформление макета рекламного сообщения в периодической печатной продукции; - разработка логотипа и товарного знака предприятия графическим способом с использованием цвета; - разработка дизайн-проектов печатной рекламной продукции; - разработка элементов фирменного стиля; - разработка концепции проведения рекламной кампании 		

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы модуля предполагает наличие кабинета – Проектирования рекламного продукта.

Оборудование лаборатории:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- персональные компьютеры по количеству обучающихся, объединённые локальной вычислительной сетью.

Технические средства обучения:

- рабочие места, оснащенные персональными компьютерами, имеющими доступ в интернет, по количеству обучающихся;
- необходимое программное обеспечение;
- принтер;
- сканер.

Комплект учебно-методической документации:

- презентационный материал;
- учебно-методическая документация.

4.2. Информационное обеспечение обучения

Основные источники:

1. Алексеев, А. Г. Дизайн-проектирование : учебное пособие для среднего профессионального образования / А. Г. Алексеев. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. <https://urait.ru/book/dizayn-proektirovanie-456785>

1. Ананьева Н.В. Рекламная деятельность: учеб. пособие / Н.В. Ананьева, Ю.Ю. Суслова. - Красноярск: Сиб. федер. ун-т, 2017. - 198 с. - ISBN 978-5-7638-3733-9. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1031865>

2. Бернадская Ю.С. Текст в рекламе: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 032401 (350700) «Реклама» / Ю.С. Вернадская. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 288 с. - (Серия «Азбука рекламы»). - ISBN 978-5-238-01382-4. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028768>

3. Блюм М.А. Маркетинг рекламы: учебное пособие / М.А. Блюм, Б.И. Герасимов, Н.В. Молоткова. - 2-е изд. — М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2020. - 144 с. - (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-00091-692-6. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1125624>

4. Васильев Г.А. Основы рекламы: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлениям 080100 «Экономика», 080300 «Коммерция», 080500 «Менеджмент» / Г.А. Васильев, В.А. Поляков. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 719 с. - ISBN 978-5-238-01059-1. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028601>

5. Дударова Б.О. Правовое регулирование рекламной деятельности: курс лекций / Б.О. Дударова, С.А. Пузыревский; отв. ред. С.А. Пузыревский.- М.: Норма: ИНФРА-М, 2018. - 256 с. - ISBN 978-5-91768-522-9. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/961746>

6. Евстафьев В.А. Организация и практика работы рекламного агентства: Учебник для бакалавров/В.А. Евстафьев – М.: Дашков и К, 2016. - 512 с. ISBN 978-5-394-02549-5, 1000 экз. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/520466>

7. Нархов Д.Ю. Реклама: управленческий аспект: Учебное пособие / Нархов Д.Ю., - 2-е изд., стер. – М.: Флинта, Изд-во Урал. ун-та, 2017. - 263 с. ISBN 978-5-9765-3181-9. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/948829>

8. Основы информационных технологий в рекламе: Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 032401 "Реклама" / Макарова Т.В., Ткаченко О.Н., Капустина О.Г.; Под ред. Дмитриева Л.М. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 271 с.: 60х90 1/16. - (Азбука рекламы) (Обложка) ISBN 978-5-238-01526-2 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/881392>

9. Основы рекламы: учебник для студентов вузов, обучающихся вузов, обучающихся по специальностям 032401 «Реклама», 080301 «Коммерция (торговое дело)», 080111 «Маркетинг» / Ю.С. Бернадская [и др.]; под ред. Л.М. Дмитриевой. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 351 с. - (Серия «Азбука рекламы»). - ISBN 978-5-238-01252-0. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028739>

10. Панкратов Ф. Г. Основы рекламы: учебник. 14-е изд., перераб. и доп. / Панкратов Ф.Г., - 14-е изд. – М.: Дашков и К, 2017. - 538 с.: ISBN 978-5-394-01804-6. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/354029>

11. Поляков В.А. Реклама: разработка и технологии производства: учебник и практикум для среднего профессионального образования / В.А. Поляков, А.А. Романов. – М.: Издательство Юрайт, 2019. - 514 с. - (Профессиональное образование). - ISBN 978-5-534-10539-1. - Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/430788>

12. Правовое регулирование рекламной деятельности: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Юриспруденция» / Н.Д. Эриашвили [и др.]. - М.: ЮНИТИ-ДАНА: Закон и право, 2017. - 240 с. - ISBN 978-5-238-01546-0. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028543>

13. Рекламная деятельность: учебник / под ред. В.Д. Секерина. - М.: ИНФРА-М, 2018. - 282 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа <http://www.znanium.com>]. - (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-005684-5. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/920551>

14. Романов А.А. Разработка рекламного продукта: учебное пособие / А.А. Романов, Г.А. Васильев, В.А. Поляков. – М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2019. - 256 с. - ISBN 978-5-9558-0124-7. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1015329>

15. Селезнева Л.В. Подготовка рекламного и PR-текста: учебное пособие для вузов / Л.В. Селезнева. – М.: Издательство Юрайт, 2018. - 159 с. - (Университеты России). - ISBN 978-5-534-04084-5. - Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/415803>

16. Селезнева Л.В. Написание рекламных текстов: учебное пособие для среднего профессионального образования / Л.В. Селезнева. – М.: Издательство Юрайт, 2020. - 159 с. - (Профессиональное образование). - ISBN 978-5-534-13318-9. - Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/457495>

Дополнительные источники:

1. Измайлова М.А. Психология рекламной деятельности: Практическое пособие / Измайлова М.А., - 2-е изд. – М.: Дашков и К, 2017. - 240 с. ISBN 978-5-394-01488-8. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/321676>

2. Мудров А.Н. Толковый словарь русского рекламного языка / А.Н. Мудров. – М.: Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 820 с. (Обложка. КБС) ISBN 978-5-9776-0384-3. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/510840>

3. Шишова Н.В. Теория и практика рекламы: Учебное пособие / Шишова Н.В., Подопригора А.С., Акулич Т.В. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 144 с. ISBN 978-5-16-004794-2. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/362871>

4. Шпаковский В.О. Организация и проведение рекламных мероприятий посредством BTL-коммуникаций / Шпаковский В.О., Чугунова Н.М., Кирильчук И.В., - 3-е изд. – М.:

Профессиональные базы данных и информационные ресурсы сети Интернет:

1. <http://www.window.edu.ru> - «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»
2. <http://www.edu.ru> - Российский портал открытого образования
3. <http://www.liber.rsuh.ru> - Электронная библиотека РГГУ
4. <http://www.znaniy.com> - ЭБС «Знаниум»
5. <http://www.advtime.ru> - Время рекламы. Теория и практика рекламы. СМИ. РА.
6. <http://www.advi.ru> - Рекламные идеи. О брендинге и креативе.
7. <http://www.sostav.ru> - Состав. Реклама, маркетинг, PR.
8. <http://www.adindex.ru> Adindex. - Сайт о рекламе и маркетинге.
9. <http://www.advertology.ru> - Advertology. Наука о рекламе.
10. <http://www.advesti.ru> AdVesti. - Сайт, посвященный рекламодателям.
11. <http://www.media-online.ru> - Media-online. Все о рекламе.
12. <http://www.rwr.ru> - RWR. Реклама в России.
13. <http://www.akarussia.ru> - АКАР. Ассоциация Коммуникационных Агентств России.
14. <http://www.adme.ru> - Сайт о рекламе.
15. <http://www.reklamodatel.ru> - Рекламные идеи - YES!": профессиональный журнал о рекламе и маркетинге.
16. <http://www.es.ru>. - Журнал "Рекламодатель: теория и практика". Дизайн, фото, галереи.
17. <http://www.index.ru> Index.ru - открытая база данных по компаниям, работающим в области визуальных коммуникаций. Самый большой каталог выполненных работ.

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Учебный процесс по программе подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности 42.02.01 Реклама (базовой подготовки) проводится с использованием как традиционных (лекции, практические занятия и т. п.), так и инновационных (использование мультимедийных средств, интерактивное обучение, работа в сети Интернет и т. п.) форм и технологий образования.

Освоение программы модуля «Разработка и создание дизайна рекламной продукции» базируется на изучении общепрофессиональных дисциплин ОП. 01 Рисунок с основами перспективы, ОП.02. Живопись с основами цветоведения.

При работе над курсовой работой по междисциплинарному курсу «Разработка творческой концепции рекламного продукта» для обучающихся проводятся консультации.

Реализация программы модуля предполагает учебную и производственную (по профилю специальности) практику. Реализация программы производственной (по профилю специальности) практики предполагает наличие следующих баз практики:

- рекламные агентства Пермского края,
- рекламных отделы печатных и электронных средств массовой информации,
- отделы рекламы и маркетинга компаний разных форм собственности.

Аттестация по итогам учебной и производственной (по профилю специальности) практики проводится на основании результатов, подтверждаемых отчётами практики студентов, а также отзывами руководителей практики на студентов.

Реализация модуля должна обеспечиваться доступом каждого обучающегося к базам данных и библиотечным фондам по перечню основной и дополнительной литературы, доступом в Интернет. Каждый обучающийся должен быть обеспечен не менее чем одним учебным печатным и/или электронным изданием по каждой дисциплине профессионального учебного цикла и одним учебно-методическим печатным и/или электронным изданием по каждому междисциплинарному курсу (включая электронные базы периодических изданий). Библиотечный фонд должен быть укомплектован изданиями основной и дополнительной

учебной литературы, а также справочными, библиографическими и периодическими изданиями.

Реализация программы ПМ предусматривает самостоятельную работу обучающихся.

Изучение программы модуля завершается промежуточной аттестацией в форме экзамена квалификационного для оценки усвоения общих и профессиональных компетенций по модулю.

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу (курсам): наличие высшего профессионального образования. Преподаватели проходят стажировку в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Образовательная организация, реализующая подготовку по программе профессионального модуля, обеспечивает организацию и проведение текущего контроля и промежуточной аттестации.

Текущий контроль осуществляется преподавателем в процессе обучения.

Студенты проходят промежуточную аттестацию по ПМ 01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции, которая направлена на проверку готовности обучающегося к выполнению указанного вида профессиональной деятельности и сформированной у него компетенций, определенных в разделе 2.

Промежуточная аттестация по МДК 01.01 – экзамен.

Промежуточная аттестация по МДК 01.02 – экзамен.

Промежуточная аттестация по учебной и производственной практике (по профилю специальности) – дифференцированный зачет.

Обучение по профессиональному модулю завершается экзаменом квалификационным, который проводит экзаменационная комиссия.

Для текущего контроля и промежуточной аттестации образовательной организацией создаются фонды оценочных средств (ФОС). ФОС включают в себя материалы, предназначенные для определения соответствия (или несоответствия) индивидуальных образовательных достижений основным показателям результатов подготовки (таблицы).

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.	<ul style="list-style-type: none"> • Демонстрация умений поиска рекламных идей. • Полнота и точность мониторинга рекламных идей. • Обоснованность решений о поиске идей с использованием первичных источников. • Аргументированность выбора рекламной идеи. 	<p>Экспертное наблюдение и оценка в рамках текущего контроля:</p> <ul style="list-style-type: none"> • результатов работы на практических занятиях; • результатов выполнения индивидуальных, групповых заданий. <p>Оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения учебной и производственной практики.</p> <p>Оценка выполнения рекламного проекта.</p> <p>Оценка на экзамене квалификационный.</p>
ПК 1.2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.	<ul style="list-style-type: none"> • Аргументированность выбора изобразительных средств рекламы. • Точность и обоснованность выбора оптимальных изобразительных средств рекламы. • Демонстрация знаний об изобразительных средствах рекламы. • Демонстрация умения художественного эскизирования 	<p>Экспертное наблюдение и оценка в рамках текущего контроля:</p> <ul style="list-style-type: none"> • результатов работы на практических занятиях; • результатов выполнения индивидуальных, групповых заданий. <p>Оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения учебной и</p>

	средств рекламы.	производственной практики. Оценка выполнения рекламного проекта. Оценка на экзамене квалификационный.
ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.	<ul style="list-style-type: none"> • Полнота и точность составления брифа. • Демонстрация знаний о характеристиках и составе рекламных проектов. • Обоснованность решений при разработке рекламных проектов (методов и технологий). • Демонстрация умений представить свой проект. • Демонстрация знаний элементов состава рекламного проекта. • Аргументированность выбора элементов оптимального состава рекламного проекта. 	<p>Экспертное наблюдение и оценка в рамках текущего контроля:</p> <ul style="list-style-type: none"> • результатов работы на практических занятиях; • результатов выполнения индивидуальных, групповых заданий. <p>Оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения учебной и производственной практики.</p> <p>Оценка выполнения рекламного проекта.</p> <p>Оценка на экзамене квалификационный.</p>
ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.	<ul style="list-style-type: none"> • Демонстрация умений составлять основной рекламный текст. • Обоснованность выбора литературной и художественной обработки рекламного текста. • Аргументированность применения слогана и дополнительных элементов рекламного текста. • Грамотность разработки рекламного текста. • Обоснованность выбранного типа слогана/нейма. • Демонстрация умений тестировать рекламный текст. 	<p>Экспертное наблюдение и оценка в рамках текущего контроля:</p> <ul style="list-style-type: none"> • результатов работы на практических занятиях; • результатов выполнения индивидуальных, групповых заданий. <p>Оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения учебной и производственной практики.</p> <p>Оценка выполнения рекламного проекта.</p> <p>Оценка на экзамене квалификационный.</p>
ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями	<ul style="list-style-type: none"> • Демонстрация умений поиска рекламных визуальных образов. • Обоснованность решений о применении визуального образа. • Аргументированность выбора визуального образа и его функции. • Демонстрация умений создавать визуальный образ с применением художественно-изобразительных средств. 	<p>Экспертное наблюдение и оценка в рамках текущего контроля:</p> <ul style="list-style-type: none"> • результатов работы на практических занятиях; • результатов выполнения индивидуальных, групповых заданий. <p>Оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения учебной и производственной практики.</p>

		Оценка выполнения рекламного проекта. Оценка на экзамене квалификационный.
--	--	---

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общих компетенций и обеспечивающих их умений.

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	- участие в работе научно-студенческих обществ, - выступление на научно-практических конференциях, - участие во внеурочной деятельности, связанное с будущей специальностью (посещение профессиональных выставок, участие в конкурсах профессионального мастерства).	Экспертная оценка деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы: - на практических занятиях, - при выполнении работ по проекту, - при выполнении работ на различных этапах производственной практики, - при выполнении индивидуальных домашних заданий; - при выполнении самостоятельной работы. Оценка на экзамене квалификационный.
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	- выбор применения методов и способов решения профессиональных задач, оценка их эффективности и качества.	
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	- анализ профессиональных ситуаций, - решение стандартных и нестандартных задач.	
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	- эффективный поиск необходимой информации, - использование различных источников, включая Интернет, при изучении теоретического материала и прохождение различных этапов производственной практики.	
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	- использование в учебной и профессиональной деятельности, различных видов программного обеспечения, в том числе специального, при оформлении и презентации всех видов работ.	

ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	Взаимодействие: - с обучающимися при выполнении коллективных заданий (проектов), - с преподавателями, мастерами в ходе обучения, - с потребителями и коллегами в ходе производственной практики.	
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	- самоанализ и коррекция результатов собственной деятельности при выполнении коллективных заданий (проектов), - ответственность за результат выполнения заданий (проектов).	
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	- планирование и качественное выполнение заданий для самостоятельной работы при изучении теоретического материала и прохождение различных этапов производственной практики, - определение этапов и содержание работы по реализации самообразования.	
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	- адаптация к изменяющимся условиям профессиональной деятельности, - проявление профессиональной маневренности при прохождении различных этапов производственной практики.	
ОК 10 Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.	-демонстрация готовности принимать решения в условиях изменяющихся рыночных отношений, усиливающейся конкуренции и нести за них ответственность	
ОК 11 Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.	-использование приемов межличностного общения в процессе обучения -умение преодолевать коммуникативные барьеры	

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п.п.	Содержание изменения	Дата, номер протокола заседания кафедры, подпись зав.кафедрой
1	2	3
1		
2		
3		
4		