

ПРАВИТЕЛЬСТВО САНКТ-ПЕТЕРБУРГА
КОМИТЕТ ПО ОБРАЗОВАНИЮ
САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ «АКАДЕМИЯ
КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ «ЛОКОН»
(СПБ ГБПОУ «АКАДЕМИЯ «ЛОКОН»)

Утверждена
приказом директора СПб ГБПОУ
«Академия «ЛОКОН»
от «29» августа 2024 г. №213-УЧ

Рассмотрена и принята
на заседании педагогического совета
СПб ГБПОУ «Академия «ЛОКОН»
Протокол № 1 от «29» августа 2024 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ.01 РАЗРАБОТКА И СОЗДАНИЕ ДИЗАЙНА РЕКЛАМНОЙ
ПРОДУКЦИИ**

**По специальности среднего профессионального образования
42.02.01 Реклама**

Квалификация специалиста – специалист по рекламе
на базе основного общего образования
Срок обучения – 3г. 10 мес.

Санкт-Петербург 2024

Утверждаю
заместитель директора по УМР

 Парфенова А.В.

«02» сентября 2024г.

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее СПО) входящей в состав укрупненной группы специальностей 42.00.00 Средства массовой информации и информационно - библиотечное дело

42.02.01 Реклама

ОРГАНИЗАЦИЯ-РАЗРАБОТЧИК: СПб ГБПОУ «Академия «ЛОКОН»

Составитель: Елисева Вероника Андреевна, Опалев Дмитрий Сергеевич, преподаватель
СПб ГБПОУ «Академия «ЛОКОН»  

Методист: Бойчук Т.М. 

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	5
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	7
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	14
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ	16

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции

1.1. Область применения программы

Программа профессионального модуля является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности **42.02.01 Реклама** в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД) Разработка и создание дизайна рекламной продукции и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

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.

Программа профессионального модуля может быть использована в дополнительном профессиональном образовании, повышении квалификации, профессиональной подготовке и переподготовке кадров в рамках профессий рабочих и должностей служащих по ОК 01694: 20032 Агент рекламный, при наличии основного общего, среднего общего образования.

Опыт работы не требуется.

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:

иметь практический опыт:

- выбора художественной формы реализации рекламной идеи;
- создания визуального образа с рекламными функциями;
- художественного конструирования рекламных продуктов по заданию; **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 графику в рекламе;
- методы проектирования рекламного продукта;
- методы психологического воздействия на потребителя.

1.3. Количество часов на освоение программы профессионального модуля:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – **462 часа**, включая:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося **320 часов**; самостоятельной работы обучающегося – **106 часа**;

учебной практики – **72 часа**

производственной практики – **36 часов**.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

Код	Наименование результата обучения
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, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3	Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях.
ОК 4	Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности.
ОК 6	Работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7	Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения заданий.
ОК 8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9	Быть готовым к смене 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. Тематический план профессионального модуля ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции

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		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов (если предусмотрена рассредоточенная практика)
			Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ОК 1-11 ПК 1.1 - 1.5	Раздел МДК.01.01. Художественное проектирование рекламного продукта	150	100	72		50		36	
ОК 1-11 ПК 1.1 - 1.5	Раздел МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламной продукции	168	112	80		56		36	
	Учебная практика	72						72	
	Производственная практика	36							36
	Всего:	516	212	152		106		108	36

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ) ПМ.01 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	Формируемые компетенции
1	2	3	4
МДК 01.01. Художественное проектирование рекламного продукта		150	
Тема 1. Композиция			2
1.1. Роль композиции в изобразительном искусстве	Содержание учебного материала		
	Виды композиций в изобразительном искусстве. Основные законы композиции	2	
	Практическое занятие.№1		
1.2 Плоскостная графическая композиция	Создание линейной композиции	2	
	Содержание учебного материала		
	Элементы графической композиции. Применение геометрических построений на плоскости. Гармония в композиции	2	
	Практическое занятие.№2	2	
	Построение простых и сложных ритмических рядов с применением контрастных, нюансных и тождественных по форме и цвету элементов	2	
	Практическое занятие.№3	2	
Выполнение замкнутой статичной композиции по законам симметрии	2		
Практическое занятие.№4	2		
Выполнение открытой динамичной композиции по законам асимметрии	2		
Практическое занятие.№5	2		
Создание на плоскости аппликативной композиции из произвольных элементов с четко выраженным композиционным центром	2		
Практическое занятие.№6	2		
Разработка графической шрифтовой композиции	2		

	Практическое занятие №7 Выполнение графической композиции с применением графических фактур и текстур	2	
	Практическое занятие №8 Ассоциативное образное решение в графической композиции с применением метода геометрического формообразования	2	
Тема 2. Шрифты			3
2.1. История и эволюция шрифта. Классификация шрифтов	Содержание учебного материала История и виды письменности. Эволюция шрифтовых форм. Классификация шрифтов. Современные шрифты	2	
	Практическое занятие № 9 Выполнить эскиз шрифтовой композиции	2	
2.2. Основные требования к шрифту	Содержание учебного материала Органическая связь рисунка букв с содержанием текста Цвет – средство художественной выразительности шрифта Целостность, композиционная слаженность в шрифтовых композициях Художественное единство шрифтов. Смысловая акцентировка в шрифтовой композиции.	10 4	
	Практическое занятие № 10 Построение шрифтовой композиции в цвете	2	
	Практическое занятие № 11 Составление шрифтовой композиции для рекламного плаката	2	
	Практическое занятие № 12 Создание шрифтовой композиции в любом жанре печатной графики	2	
Тема 3. Проектирование рекламного продукта			
3.1. Шрифт как средство коммуникации	Содержание учебного материала Шрифтовое изображение. Общие понятия типографики Шрифтовой рекламный плакат. Принципы построения, выбор рекламной идеи	2	2
	Практическое занятие № 13 Преобразование буквы в графический образ	1	
	Практическое занятие № 14 Преобразование слова в графический образ	1	
	Практическое занятие № 15 Шрифтовая графическая композиция	1	
	Практическое занятие № 16 Разработка рекламного сообщения	1	
	Практическое занятие № 17 Проектное предложение печатной продукции	1	

	№ 18 Разработка шрифтового рекламного плаката	1		
3.2. Композиция полиграфических изданиях	Содержание учебного материала		3	
	Стилизация и трансформация изображения. Цвет в полиграфических изданиях Визуальные средства в графической композиции Модульная сетка. Метод структурирования изображения	2		
	Практическое занятие № 19 Преобразование реалистической формы в знак последовательным применением приёмов стилизации и трансформации.	2		
	Практическое занятие № 20 Создание формальной композиции методом коллажа	2		
3.3. Книжные издания	Содержание учебного материала		2	
	Научно-познавательная иллюстрация. Иллюстрация в художественной литературе Модульная сетка и её применение в вёрстке книги Вёрстка различных видов текста Художественное оформление обложки и переплёта. Суперобложка. Форзац и его оформление	4		
	Практическое занятие № 21 Выполнение эскиз иллюстрации для художественной литературы	2		
	Практическое занятие № 22 Применение модульной сетки в книжно-журнальной продукции	2		
	Практическое занятие № 23 Модульная верстка газеты	2		
	Практическое занятие № 24 Выполнение поисковые эскизы художественного оформления обложки книги	2		
	Практическое занятие № 25 Разработка суперобложки	2		
	Практическое занятие № 26 Оформление форзаца	2		
	Содержание учебного материала			2

3.4. Разработка фирменного стиля	Основные понятия имиджа и фирменного стиля компании Основные элементы фирменного стиля Этапы разработки фирменного стиля Стилеобразующие элементы Корпоративный дизайн	2	
	Практическое занятие № 27 Разработка логотипа	2	
	Практическое занятие № 28 Разработка маскота	2	
	Практическое занятие № 29 Разработка визитки	2	
	Практическое занятие № 30 Разработка бланка письма	2	
	Практическое занятие № 31 Разработка фирменного конверта	2	
	Практическое занятие № 32 Разработка фирменного пакета	2	
	Практическое занятие № 33 Разработка рекламных сувениров	2	
3.5. Основы проектирования рекламного продукта	Содержание учебного материала	8	2
	Основные этапы проектирования. Поиск рекламных идей. Анализ исходных данных Структура рекламного объявления	2	
	№34 Разработка оригинал-макета рекламного обращения	4	
3.6. Разработка рекламного продукта	Содержание учебного материала	26	2
	Разработка печатной продукции. Основные требования к оформлению печатной продукции Виды печатной продукции. Способы печати	6	
	Разработка наружной рекламы. Объекты наружной рекламы Выбор материалов и способа изготовления наружной рекламы		
	Практическое занятие №35 Разработка дизайн-проекта листовки	2	
	Практическое занятие №36 Разработка дизайн-проекта буклета	2	
	Практическое занятие №37 Разработка дизайн-проекта календаря	2	
	Практическое занятие №38 Разработка дизайн-проекта билборда	2	
	Практическое занятие №39 Разработка дизайн-проекта вывески	2	
	Практическое занятие №40 Разработка наружной растяжки	2	
	Практическое занятие №41 Разработка дизайн-проекта рекламы на транспорте	2	
Практическое занятие № 42 Разработка POS–материалов	2		

	Практическое занятие № 43 Разработка рекламы в Интернете	2	
3.7. Средства распространения рекламы	Содержание учебного материала		2
	Реклама в газете. Реклама в журнале. Компьютерная графика и печать	2	
	Практическое занятие №44 Создание рекламы в газету	2	
	Практическое занятие №45 Разработка рекламного объявления для журнала	2	
	Практическое занятие №45 Выполнить макет рекламного объявления для наружной рекламы	2	
3.8. Разработка экспозиционной рекламы	Содержание учебного материала		2
	Экспозиционно-рекламные комплексы Виды и выбор выставочных стендов. Этапы разработки дизайн-проекта выставочных стендов.	1	
	Практическое занятие №47 Разработка дизайн-проект выставочного стенда	2	
	Практическое занятие №48 Визуализация 3Д макета выставочного стенда	1	
	Самостоятельная работа Выполнение реферата на тему «Виды композиций в изобразительном искусстве» Творческая работа на тему «Классическая Антиква» Шрифтовая композиция на тему «Древнерусская скоропись» Компоновка текста из разных по стилю шрифтов Выполнить эскиз обложки книги Реферат на тему «История шрифта» Выполнение эскиза для научно-познавательной иллюстрации. Выполнение поисковых набросков и зарисовок научно-познавательной и художественной иллюстраций Реклама в местах продаж Проведение исследований в рекламном проекте Выполнение макетов рекламных объявлений в газетах и журналах, поисковые эскизы для компьютерной графики и наружной рекламы Изучение фирменного стиля известных компаний	50	1

МДК 01.02. Разработка творческой концепции рекламного продукта		112	
Тема 1. Технологии конструирования бренда			3
1.1 Изучение рынка и выбор целевой аудитории	Содержание учебного материала		ПК 1.1 -1.2
	Первичная и вторичная информация при разработки творческой концепции рекламного продукта. Понятие и виды Целевой аудитории. Сегментация целевой аудитория. Составление портрета потребителя. Анализ конкурентной среды. SWOT-анализ.	3	
	Практическое занятие №1 Составление портрета потребителя для компании. (Выбрать на примере компаний: – Skillbox – Acoola – Nemoloko – Yami Yami – Слово мясника – Omron (небулайзер) – Эсвицин (лосьон-тоник для роста волос)		
	Сбор вторичной информации для компании по выбору, проведение анкетирования для получения первичной информации Составление портрета целевой аудитории для компании по выбору Формирование ЦА медиаканалов НСО Аналитика ЦА продукта с ЦА рекламы рынка Спб и ЛО	8	
1.2 Методики мотивации в рекламе	Содержание учебного материала		
	Пирамида Маслоу. Мотивы покупок в рекламе.	1	
	Практическое занятие №2 Изучение кейсов компаний. Разработка рекламных стратегий для выбранной компании. Поиск примеров рекламы, отражающей методику мотивации по пирамиде Маслоу. Поиск примеров рекламы с различными мотивами покупок.	6	

	Склонение товара по выбору по мотивам покупок, разработка рекламных стратегий. Решение практического кейса по рекламной стратегии в группах. Защита практического кейса.		ПК 1.3.
1.3 Рекламная коммуникация: подходы к формулированию	Содержание учебного материала		
	Теория УТП, концепция имиджа (образа) торговой марки, позиционирование бренда рекламной продукции.	3	
	Практическое занятие №3 Рекламные коммуникации		
	Поиск и анализ рекламных коммуникаций в современной рекламе Разработка рекламной коммуникации по 3 подходам для компании по выбору Выполнение практического кейса в команде по созданию рекламной концепции компании по выбору, публичная защита проекта Решение проектного задания в группах по 2 человека – аналитика и корректировка рекламной коммуникации компании по выбор Защита проектного задания	8	
Тема 2. Рекламный текст			ПК 1.4.
2.1 Структура вербальной части рекламы	Содержание учебного материала		
	Основные компоненты рекламного текста Слоган. Заголовок. Основной рекламный текст (ОРТ) Эхо-фраза.	4	
	Практическое занятие №4 Создание рекламных текстов		
	Аналитика рекламных статей издания по выбору Компонентный разбор рекламного текста по выбору Подготовка рекламного текста объемом 2000 знаков Корректировка рекламных статей с учетом структуры и цели рекламной коммуникации Решение практического кейса «Рекламная статья», защита	6	
	Содержание учебного материала		
	Имя бренда. УТП. Дополнительная маркетинговая информация.	2	

2.2 Маркетинговая информация в рекламном тексте	Практическое занятие №5 Написание рекламных текстов в трех видах (статья, пост, анонс)		ПК 1.4.
	Подготовка рекламного текста с маркетинговой информацией Аналитика рекламных текстов, разбор компонентов Подготовка рекламного текста, анализ и корректировка для компании по выбору	4	
2.3. Интралингвистические особенности и стилистика рекламы	Содержание учебного материала		ПК 1.3.
	Фонетика, лексика, синтаксис и читабельность рекламного текста Читаемость рекламного текста. Специфика рекламного текста. Тропы и речевые фигуры. Приемы речевого воздействия в рекламе	6	
	Практическое занятие №6		
	Создание рекламных текстов по заданным характеристикам Подбор рекламных текстов по заданным характеристикам Литературная обработка текста. Создание рекламных текстов с учетом специфики товаров.	4	
Тема 3. Торговая марка/бренд. Рекламная стратегия			ПК 1.3.
3.1. Проектирование бренда	Содержание учебного материала		ПК 1.3.
	Конструирование бренда и торговой марки. Оценка бренда. Технологии продвижения нового бренда.	3	
	Практическое занятие №7		
	Создание бренда Оценка существующего бренда Разработка программы продвижения для нового бренда Решение практического кейс «Обновление/проектирование бренда», защита проектной работы.	8	
3.2. Планирование рекламной стратегии	Содержание учебного материала		ПК 1.3.
	Разновидности рекламных стратегий. Виды стратегий позиционирования.	4	
	Практическое занятие №8 Позиционирование бренда		
	Разработка рекламной стратегии для компании по выбору Решение практического кейса на создание и продвижение бренда	6	

Тема 4. Рекламные обращения	Содержание учебного материала		ПК 1.5.
	Специфика рекламных обращений для ТВ и радио. Специфика рекламных обращений для печатной рекламы. Специфика рекламных обращений для наружной рекламы. Специфика рекламных обращений для интернетрекламы.	4	ПК 1.4.
	Практическое занятие №9 Создание текста и дизайна на рекламных носителях		
	Создание, поиск и анализ рекламных обращений для ТВ и радио Создание, поиск и анализ рекламных обращений для печатной рекламы Создание, поиск и анализ рекламных обращений для наружной рекламы Создание, поиск и анализ рекламных обращений для рекламы в интернете Решение практического кейса «Рекламные обращения»	6	
Тема 5. Жизненный цикл товара и рекламная деятельность	Содержание учебного материала		ПК 1.3.
	Жизненный цикл товара: понятие и стадии. Особенности рекламной деятельности на стадиях ЖЦТ	2	
	Практическое занятие №10 Жизненный цикл товара		
	Выявление ЖЦТ в рекламе, анализ РК Разработка РК для компании по выбору ЖЦТ Практический кейс «ЖЦТ и РД», защита	6	
Тема 6. Рекламные персонажи	Содержание учебного материала		ПК 1.2.
	Понятие, назначение и разновидности РП	2	
	Практическое занятие №11 Создание маскота		
	Аналитика и презентация известных маскотов Создание, разработка и презентация маскотов для компании по выбору	4	
Тема 7. Портфолио, как инструмент продаж	Содержание учебного материала		ПК 1.3.
	Понятие, назначение и разновидности портфолио.	2	
	Практическое занятие №12 Портфолио		

	Аналитика и презентация портфолио рекламных агентств НСО Аналитика и презентация портфолио рекламных площадей НСО (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	8
Самостоятельная работа: Анализ ЦА Формирование базы медиаканалов НСО Определение мотивации потребителей различных областей и регионов Выстраивание пирамиды потребностей целевых групп потребителей Анализ мотивации в рекламе различных товарных групп Решение практических кейсов Выстраивание коммуникационных стратегий Подготовка рекламных заметок Подготовка рекламных статей Подготовка слоганов Подготовка заголовков Формирование эхо-фраз Конструирование бренда Аналитика бренда Презентация бренда Создание рекламных обращений Анализ рекламных обращений Аналитика ЖЦТ Разработка презентации маскота Формирование портфолио Составление резюме Подготовка выступления		56

<p>Учебная практика:</p> <p>Виды работ</p> <p>Создание торговой марки</p> <p>Определение ЦА</p> <p>Проведение оценки бренда</p> <p>Обновление первичной ТМ</p> <p>Создание логотипа</p> <p>Создание маскота</p> <p>Разработка плана продвижения ТМ</p> <p>Разработка рекламных материалов</p> <p>Разработка рекламного плаката</p> <p>Разработка рекламной статьи в прессе</p> <p>Разработка серии открыток</p> <p>Разработка евробуклета</p>	72	
<p>Производственная практика по профилю специальности</p> <p>Виды работ:</p> <p>Разработка фирменного стиля</p> <p>Разработка печатной рекламы</p> <p>Разработка наружной рекламы</p> <p>Разработка рекламного объявления</p> <p>Разработка рекламных модулей в прессе</p> <p>Разработка рекламы на транспорте</p>	36	
<p>Дифференцированный зачет</p>	2	

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы профессионального модуля предполагает наличие учебного кабинета «Дизайн»; «Компьютерная графика».

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета «Дизайн»:

- компьютеры, принтер, сканер.
 - комплект образцов.
 - комплект учебно-методической документации;
- наглядные пособия (планшеты по проектированию рекламного продукта)

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета «Шрифтовая и художественная графика»:

- комплект учебно-методической документации;
- наглядные пособия (планшеты по шрифтовой и художественной графике);
- комплект образцов.

Реализация программы профессионального модуля предполагает обязательную учебную практику, которую рекомендуется проводить рассредоточено и производственную практику, которую рекомендуется проводить концентрированно.

Производственная практика должна проводиться в организациях, направление деятельности которых соответствует профилю подготовки обучающихся.

Аттестация по итогам производственной практики проводится на основании результатов, подтвержденных документами соответствующих организаций.

4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Нормативные акты

1. Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 N 38-ФЗ (ред. от 08.03.2015) "О рекламе"(с изм. и доп., вступ. в силу с 25.05.2015) [Электронный ресурс]: режим доступа: справочноправовая система Консультант Плюс 20

Основные источники:

2. Разработка творческой концепции рекламного продукта: учебник для СПО / Д. А. Трищенко. — 2-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2024. — 152 с. — Текст: непосредственный. — ISEN 978-5-507-47458-5.

3. Практический маркетинг / Т. Амблер Пер. с англ. под общей ред. Ю.Н. Каптуревского. — СПб. : Издательство «Питер», 2020. — 400 с.

4. Основы рекламы : учебник / К.В. Антипов .— 5-е изд., стер. — Москва : ИТК "Дашков и К", 2021 .— 326 с. — ISBN 978-5-394-04207-2.

Дополнительные источники

5. Рекламное дело : учебник и практикум для СПО / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2020. — 431 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11216-0. — Режим доступа : www.biblioonline.ru/book/reklamnoe-delo-444765

6. Интегрированные коммуникации: реклама, публик рилейшнз, брендинг : учеб. пособие / Ф.И. Шарков .— 3-е изд., стер. — Москва : ИТК "Дашков и К", 2022 .— 323 с. — ISBN 978-5-394-04536-3 .— URL: <https://rucont.ru/efd/688972> (дата обращения: 18.12.2024)

5. Дизайн-проектирование: стилизация : учеб. пособие для СПО / Л. В.Шокорова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 74 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10584-1. — Режим доступа :www.biblio-online.ru/book/dizayn-proektirovanie-stilizaciya-430881

6. История российской рекламы. Современный период : учеб. пособие / Е.Э. Пасютина; В.А. Евстафьев .— 5-е изд. — Москва : ИТК "Дашков и К", 2023 .— 928 с. : ил. — (Учебные издания для магистров) .— [8] с. цв. вкл. в конце кн. — ISBN 978-5-394-05305-4 .— URL: <https://rucont.ru/efd/688986> (дата обращения: 18.12.2024)

Интернет-ресурсы:

8. Реклама Маркетинг PR www.sostav.ru 6.

9. Тематический портал, посвященный рекламе, маркетингу, PR www.advertology.ru

10. Творчество. Свобода. Жизнь. www.adme.ru

11. Новости рекламы www.advesti.ru

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Обязательным условием допуска к производственной практике (по профилю специальности) в рамках профессионального модуля «Разработка и создание дизайна рекламной продукции» является освоение учебной практики для получения первичных профессиональных навыков в рамках профессионального модуля.

При работе над курсовой работой (проектом) обучающимся оказываются консультации.

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу (курсам):

- наличие высшего профессионального образования, соответствующего профилю модуля «Разработка и создание дизайна рекламной продукции» и специальности «Реклама»;
- имеющих опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы;
- прохождение стажировки в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

4.5. Специальные условия для получения профессионального образования обучающимися с ограниченными возможностями здоровья

Реализация программы для лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в смешанной группе с использованием мультимедийного проектора, специального программного обеспечения.

Для самостоятельной работы студентам предлагаются учебные и лекционные материалы в электронном виде с альтернативными форматами (крупный шрифт, аудиозаписи и пр.).

Студенту по запросу обеспечивается индивидуальный режим работы на занятии (дополнительные перерывы, изменение темпа работы и пр.).

По запросу составляется индивидуальный план освоения образовательной программы.

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

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
Осуществлять поиск рекламных идей.	<ul style="list-style-type: none"> - поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги; - качество разработки уникального торгового предложения - эффективное проведение исследований; - качественное проведение фокус-групп, опросов, тестов; - разработка концепции рекламного проекта. 	<p>Текущий контроль в форме:</p> <ul style="list-style-type: none"> - защиты практических занятий; <p>Зачеты по учебной и производственной практике по темам МДК</p>
Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.	<ul style="list-style-type: none"> - выбор художественной формы реализации рекламной идеи; - грамотное применение выразительных и художественноизобразительных средств рекламы. 	<p>Экзамен по каждой теме МДК профессионального модуля.</p>
Разрабатывать авторские рекламные проекты.	<ul style="list-style-type: none"> - грамотное решение художественного конструирования рекламных продуктов по заданию; - выбор методов проектирования рекламного продукта; - грамотное композиционное решение рекламного продукта; 	
Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений	<ul style="list-style-type: none"> - грамотное составление рекламных текстов; - грамотно применять приемы и принципы составления рекламного текста; 	

Составлять образы с функциями визуальными рекламными	<ul style="list-style-type: none"> - правильный выбор композиционного и шрифтового решения художественной графики в рекламе; - грамотно применять методы психологического воздействия на потребителя; - правильное создание визуального образа с рекламными функциями; 	
--	---	--

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

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	демонстрация интереса к будущей профессии	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы
Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	выбор и применение методов и способов решения профессиональных задач в области разработки рекламных продуктов; оценка эффективности и качества выполнения;	
Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	решение стандартных и нестандартных профессиональных задач в области разработки рекламного продукта	
Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	эффективный поиск необходимой информации; использование различных источников информации.	

Использовать информационнокоммуникационные технологии в профессиональной деятельности	работа на персональных компьютерах и iMAC в графических программах.
Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	взаимодействие с обучающимися, преподавателями и мастерами в ходе обучения
Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий	самоанализ и коррекция результатов собственной работы
Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	организация самостоятельных занятий при изучении профессионального модуля
Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	анализ инноваций в области разработки рекламного продукта;
Исполнять воинскую обязанность, в том числе с применением полученных профессиональных знаний.	- выполнение рекламных проектов.
Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности	- анализ предпринимательской деятельности в области рекламы.

Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке	анализ экологической, информационной и коммуникативной культуры; общение на иностранном языке.	
--	--	--