

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Загвоздина Любовь Сергеевна

Должность: Директор

Дата подписания: 14.09.2023 22:45:06

Уникальный программный ключ:

8ea9eca0be4f6fdd53da06ef676b3f826e1460eb

Министерство образования и науки Челябинской области  
Автономная некоммерческая организация профессионального образования  
«Челябинский колледж Комитент»  
(АНОПО «Челябинский колледж Комитент»)

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

Специальность: 42.02.01 Реклама

Квалификация выпускника: Специалист по рекламе  
на базе среднего общего образования

Рабочая программа профессионального модуля ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции разработана на основе федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама (утв. приказом Министерства образования и науки РФ от 12 мая 2014 г. N 510)

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании цикловой методической комиссии дисциплин дизайна и рекламы, протокол № 10 от 28.05.21 г.

Автор-составитель: Бикоева О.А., к.п.н., председатель ЦМК дисциплин дизайна и рекламы

Согласовано с представителем работодателя:

ООО «St.Art», директор

Д.М. Хохряков

**СОДЕРЖАНИЕ**

1. Общая характеристика рабочей программы профессионального модуля 4
2. Структура и содержание профессионального модуля 7
3. Условия реализации программы профессионального модуля 16
4. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля 17

## **1. Общая характеристика рабочей программы профессионального модуля ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции**

### **1. Место профессионального модуля в структуре образовательной программы**

Профессиональный модуль ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции является обязательной частью профессионального цикла образовательной программы специальности 42.02.01 Реклама.

### **2. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля:**

В результате освоения профессионального модуля ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции обучающийся 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 графики в рекламе;
- методы проектирования рекламного продукта;
- методы психологического воздействия на потребителя.

В результате освоения профессионального модуля ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции обучающийся должен освоить основной вид деятельности: Разработка и создание дизайна рекламной продукции и соответствующие ему общие и профессиональные компетенции:

#### ***Общие компетенции (ОК):***

- 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.

#### ***Профессиональные компетенции (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.

*Личностные результаты(ЛР):.*

Готовность и способность к образованию, в том числе самообразованию, на протяжении всей жизни; сознательное отношение к непрерывному образованию как условию успешной профессиональной и общественной деятельности	<b>ЛР 9</b>
Необходимость самообразования и стремящийся к профессиональному развитию по выбранной специальности.	<b>ЛР 22</b>
Иметь базовую подготовленность к самостоятельной работе по своей специальности на уровне специалиста с профессиональным образованием	<b>ЛР 23</b>
Открытость к текущим и перспективным изменениям в мире труда и профессий.	<b>ЛР 24</b>
Активно применять полученные знания на практике.	<b>ЛР 25</b>

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

## 2.1. Структура профессионального модуля ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции

Коды профессиональных общих компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Суммарный объем нагрузки, час.	Объем профессионального модуля, час.									
			Работа обучающихся во взаимодействии с преподавателем							Консультации, час.	Самостоятельная работа, час.	Экзамен по профессиональному модулю, час.
			Обучение по МДК				Практическая подготовка					
			Всего час.	В том числе		Курсовых работ	Лаб. раб./ практические занятия	Учебная час.	Производственная (по профилю специальности) час.			
Лаб. раб./ практические занятия	Курсовых работ											
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
ОК 1-11, ПК 1.1-1.5, ЛР 9, ЛР 22-25	МДК 01.01 Художественное проектирование рекламного продукта	<b>603</b>	603	208	20	208					201	
	МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта	<b>459</b>	459	160		160					153	
	УП.01 Учебная практика	<b>36</b>						36				
	ПП.01 Производственная практика (по профилю специальности)	<b>252</b>							252			
	ПМ.01.ЭК Экзамен по профессиональному модулю											
	<b>Всего:</b>	<b>1350</b>	<b>1062</b>	<b>368</b>	<b>20</b>	368	<b>36</b>	<b>252</b>		<b>354</b>		

### 3.1. Содержание обучения по профессиональному модулю ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции

Наименование разделов профессионального модуля и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов	В форме практической подготовки	Осваиваемые элементы компетенций и личностные результаты
1	2	3	4	5
<b>МДК 01.01 Художественное проектирование рекламного продукта</b>				
<b>Тема 1.1. Дизайн в рекламе</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>96</b>		ОК 1-11, ПК 1.1-1.5, ЛР 9, ЛР 22-25
	Рекламный дизайн как социокультурный феномен Эстетическое измерение рекламного образа. Этапы проектирования визуальной рекламы Композиция в дизайне рекламы. Цвет в дизайне рекламы Оценка оптимальности проектного решения визуальной рекламы.	44		
	<b>Практические занятия</b>	52	52	
	Проведение сравнительного анализа художественного и рекламного образа. Проведение анализа рекламного образа (по классификации) Разработка этапов дизайн-проектирования. Проведение анализа образцов визуальной рекламы с точки зрения композиционного построения Проведение анализа оптимальности проектного решения рекламы. Контрольная работа по теме «Дизайн в рекламе»			
<b>Тема 1.2. Шрифт как средство коммуникации.</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>96</b>		ОК 1-11, ПК 1.1-1.5, ЛР 9, ЛР 22-25
	Шрифтовая и художественная графика в рекламе. Выразительные возможности шрифтового изображения. Типографика. Электронные версии шрифтовых гарнитур. Шрифтовой рекламный плакат.	44		
	<b>Практические занятия</b>	52	52	
	Создание композиции из элементов букв. Создание композиции из элементов шрифтов. Создание композиции с «игрой со шрифтом» Создание композиции из акцидентного шрифта Создание композиции из декоративного шрифта Контрольная работа по теме « Шрифт как средство коммуникации»			

<b>Тема 1.3. Формирование корпоративного стиля.</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>95</b>		ОК 1-11, ПК 1.1-1.5, ЛР 9,ЛР 22-25
	Комплексная разработка корпоративного /фирменного/ стиля. Концептуальные стилеобразующие элементы /логотип, товарный знак, марка, эмблема фирмы/ Составляющие и функциональные носители корпоративного /фирменного/ стиля.	43		
	<b>Практические занятия</b>	52	52	
	Эскизирование комплексного проекта–концепции корпоративного фирменного стиля. Создание логотипа. Создание товарного знака. Комплексное проектирование системы идентификации корпоративного фирменного стиля. Создание основных носителей интегрированных маркетинговых коммуникаций. Контрольная работа по теме « Формирование корпоративного стиля»			
<b>Тема 1.4. Информационно- графический комплекс. Печатная реклама</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>296</b>		ОК 1-11, ПК 1.1-1.5, ЛР 9,ЛР 22-25
	Направления информационно-графического комплекса Изобразительный рекламный плакат Дизайн-проект рекламного буклета.	43		
	<b>Практические занятия</b>	52	52	
	Разработка концептуального проекта информационно-графического комплекса, создание его номенклатуры. Создание оригинала макета буклета. Создание эскиза плаката Контрольная работа по теме « Печатная реклама»			
	<b>Самостоятельная работа учащихся</b>	201		
	<b>Самостоятельная работа при изучении Раздела 1.</b> Разработка творческих проектов, изучение учебной, учебно-методической и специальной литературы Самостоятельная работа с пособиями и другими информационными ресурсами Разработка презентаций, учебных схем и инструкций. <b>Примерная тематика самостоятельной внеаудиторной работы</b> Разработка схемы основных элементов букв. Сбор материала и компоновка элементов шрифтов в определенном стиле. Анализ аналогов экспозиций рекламы. Анализ аналогов нестандартных рекламных установок. Подготовка обзора аналогов плакатов. Подготовка обзора аналогов буклетов.			

	<p>Подготовка анализа эскизов буклетов.  Создание концепции системы идентификации корпоративного стиля.  Разработка проекта концепции экспозиции.  Разработка номенклатуры комплекса носителей фирменного стиля.  Анализ аналогов корпоративного (фирменного) стиля.  Поиск метафоры для проекта.</p>			
Курсовая работа	<p>Примерный перечень тем курсовых работ:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Дизайн-проект фирменного стиля для предприятия газовой промышленности.</li> <li>2. Дизайн-проект фирменного стиля для предприятия легкой промышленности.</li> <li>3. Дизайн-проект фирменного стиля для предприятия машиностроения.</li> <li>4. Дизайн-проект фирменного стиля для магазина канцтоваров.</li> <li>5. Дизайн-проект фирменного стиля для зоопарка.</li> <li>6. Дизайн-проект фирменного стиля для магазина спорттоваров.</li> <li>7. Дизайн-проект фирменного стиля для хлебокомбината.</li> <li>8. Дизайн-проект фирменного стиля для кондитерской.</li> <li>9. Дизайн-проект фирменного стиля для театра.</li> <li>10. Дизайн-проект фирменного стиля для кинотеатра.</li> <li>11. Дизайн-проект фирменного стиля для музея.</li> <li>12. Дизайн-проект фирменного стиля для салона мебели.</li> <li>13. Дизайн-проект фирменного стиля для водно-оздоровительного центра.</li> <li>14. Дизайн-проект фирменного стиля для аквапарка.</li> <li>15. Дизайн-проект фирменного стиля для студии флористики.</li> <li>16. Дизайн-проект фирменного стиля для ювелирного магазина.</li> <li>17. Дизайн-проект фирменного стиля для книжного магазина.</li> <li>18. Дизайн-проект фирменного стиля для библиотеки.</li> <li>19. Дизайн-проект фирменного стиля для студии дизайна.</li> <li>20. Дизайн-проект фирменного стиля для фотоателье.</li> <li>21. Дизайн-проект фирменного стиля для рыболовного магазина.</li> <li>22. Дизайн-проект фирменного стиля для санатория.</li> <li>23. Дизайн-проект фирменного стиля для планетария.</li> <li>24. Дизайн-проект фирменного стиля для аэроклуба.</li> <li>25. Дизайн-проект фирменного стиля для учебного заведения.</li> <li>26. Дизайн-проект фирменного стиля для магазина детских товаров.</li> <li>27. Дизайн-проект фирменного стиля для спортивного комплекса.</li> <li>28. Дизайн-проект фирменного стиля для агентства недвижимости.</li> <li>29. Дизайн-проект фирменного стиля для фирмы, занимающейся организацией экстремального туризма.</li> </ol>	<b>20</b>		<p>ОК 1-11,  ПК 1.1-1.5,  ЛР 9,ЛР 22-25</p>

	30. Дизайн-проект фирменного стиля для рекламного агентства.			
Промежуточная аттестация	<b>Дифференцированный зачет</b>			ОК 1-11, ПК 1.1-1.5, ЛР 9,ЛР 22-25
<b>МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта</b>				
<b>Раздел 1. Организация процесса разработки рекламного продукта.</b>				
<b>Тема 1.1</b> <b>Творческая концепция рекламного продукта: понятие, вариации, формы воплощения.</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>30</b>		ОК 1-11, ПК 1.1-1.5, ЛР 9,ЛР 22-25
	Определение творческой концепции рекламного продукта. Процесс разработки творческой концепции, выявление УТП. Вариации творческих концепций в современной рекламе: примеры известных брендов. Формы воплощения творческих концепций рекламы.	10		
	<b>Практические занятия</b>	10	10	
	Практическая работа по теме: Разработка рекламной концепции для учебного заведения.			
	<b>Самостоятельная работа учащихся</b>	10		
	Предоставить примеры различных типов рекламных концепций для наружной, печатной, телевизионной и радиорекламы.			
<b>Тема 1.2.</b> <b>Креатив в рекламе. Основные методы и приемы генерации творческих идей</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>28</b>		ОК 1-11, ПК 1.1-1.5, ЛР 9,ЛР 22-25
	Креатив в рекламе. Основные методы генерации новых идей. Специфика креатива в рекламе: возможности и ограничения. Мозговой штурм.	10		
	<b>Практические занятия</b>	8	8	
	Практическая работа по теме:: мозговой штурм по неймингу и разработке концепции рекламной кампании для выбранного продукта.			
	<b>Самостоятельная работа учащихся</b>	10		
	Нахождение нестандартных и наиболее оригинальных решений по каждому виду рекламы.			
<b>Раздел 2. Рекламная концепция и формирование корпоративного стиля.</b>				
<b>Тема 2.1.</b> <b>Комплексная разработка корпоративного /фирменного/ стиля. Проект-</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>28</b>		ОК 1-11, ПК 1.1-1.5, ЛР 9,ЛР 22-25
	Определение корпоративного /фирменного/ стиля. Значение корпоративного стиля как вида рекламы, его роль в формировании имиджа фирмы /предприятия/. Задачи фирменного стиля. Дизайн-проект корпоративного стиля, основные этапы процесса проектирования. Концептуальное решение проекта. Составляющие фирменного стиля. Основные	10		

концеп- ция.	концептуальные стилеобразующие элементы. Носители фирменного стиля. Система идентификации.			
	<b>Практические занятия</b>	10	10	
	Практическая работа по теме: Концептуальное решение корпоративного стиля торгового /производственного/ предприятия/фирмы/.			
	<b>Самостоятельная работа учащихся</b>	8		
	Анализ фирменного стиля известных брендов			
<b>Тема 2.2.</b> Концептуальные стилеобра- зующие элементы / логотип, товарный знак, марка, эм- блема фирмы	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>30</b>		ОК 1-11, ПК 1.1-1.5, ЛР 9,ЛР 22-25
	Историография появления и развития знаковых систем. Концептуальные стилеобразующие элементы – логотип, товарный знак, торговая марка, эмблема фирмы. Формообразующие принципы и графические приёмы, применяемые в проектировании стилеобразующих элементов. Визуализация ассоциативного образа. Единство, взаимосвязь и соподчинение изображения и шрифта в композиции знаковой формы.	10		
	<b>Практические занятия</b>	10	10	
	Практическая работа по теме: Разработка логотипа /товарного знака, торговой марки, эмблемы фирмы или предприятия			
	<b>Самостоятельная работа учащихся</b>	10		
	Конкурс работ по формированию элементов фирменного стиля для учебного заведения			
<b>Тема 2.3.</b> Составляющие и функцио- нальные носители корпора- тивного /фирменного/ стиля.	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>28</b>		ОК 1-11, ПК 1.1-1.5, ЛР 9,ЛР 22-25
	Система идентификации и фирменная папка. Основные составляющие и функциональные носители корпоративного /фирменного/ стиля, их практическое значение. Принципы конструктивного построения и стилового единства в комплексном проектировании элементов корпоративной рекламы.	8		
	<b>Практические занятия</b>	10	10	
	Практическая работа по теме: Комплексное проектирование системы идентификации корпоративного /фирменного/ стиля.			
	<b>Самостоятельная работа учащихся</b>	10		
	Анализ информационно-графического комплекса рекламы для местных рекламодателей.			
<b>Раздел 3. Информационно-графический комплекс и его направления. Печатная реклама.</b>				
<b>Тема 3.1.</b> Информационно-	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>26</b>		ОК 1-11, ПК 1.1-1.5,
	Информационно-графический комплекс, его рекламные функции. Причины	8		

<b>графиче- ский комплекс и его направления. рекламный плакат.</b>	возникновения и характер развития информационно-графических комплексов. Современные направления в информационной рекламе. Концептуальный проект информационно-графического комплекса: новизна мысли, рекламная стратегическая идея, функциональность, оригинальный графический ход, выразительность общего решения.			ЛР 9,ЛР 22-25
	<b>Практические занятия</b>	8	8	
	Практическая работа по теме: Разработка концептуального проекта информационно – графического рекламного комплекса.			
	<b>Самостоятельная работа учащихся</b>	10		
	Анализ информационно-графического комплекса рекламы для местных рекламодателей.			
<b>Тема 3.2. Виды печати и печатной продукции.</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>24</b>		ОК 1-11, ПК 1.1-1.5, ЛР 9,ЛР 22-25
	Значение и роль печатной рекламной продукции. Современные виды печати /офсетная, цифровая, трафаретная, широкоформатная и др./ Технологические процессы печати, их преимущества и недостатки. Виды печатной продукции. Новые технологии проектирования и производства печатной продукции. Плакат как вид печатной рекламной продукции. Классификация плакатов. Специфические приёмы и язык изобразительного рекламного плаката. Лаконичная выразительность формы и содержания. Использование фото-технологий в работе над плакатом.	6		
	<b>Практические занятия</b>	8	8	
	Практическая работа по теме: Разработка изобразительного рекламного плаката.			
	<b>Самостоятельная работа учащихся</b>	10		
Анализ 5 различных экземпляров печатной рекламы.				
<b>Тема 3.3. Дизайн-проект рекламного буклета.</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>26</b>		ОК 1-11, ПК 1.1-1.5, ЛР 9,ЛР 22-25
	Рекламный буклет как вид печатной продукции в информационно-графическом комплексе. Функциональные задачи буклета. Единство стиля и композиции дизайна формы и графического содержания буклета. Фотография и шрифт, типографика и цвет в буклете.	6		
	<b>Практические занятия</b>	8	8	
	Практическая работа по теме: Разработка дизайн-проекта рекламного буклета			
	<b>Самостоятельная работа учащихся</b>	12		
Анализ дизайн-решений различных упаковок по выбранному сектор				

	продовольственных товаров.			
<b>Курсовая работа</b>	<p>Примерный перечень тем курсовых работ:          Особенности современного рекламного рынка в России.          2. Анализ и оценка рекламных идей, используемых при продвижении бренда «Первый Вкус».          3. Разработка креативной концепции наружной рекламы продуктов питания на примере компании «ДИКСИ».          4. Новые идеи для креативной концепции шокирующей социальной рекламы о вреде курения/алкоголя/наркотиков.          5. Рекламные идеи и концепции в политике для продвижения политической партии на выборах.          6. Использование креативных концепций при продвижении в Интернете, специфика подачи информации в различных социальных сетях.          7. Рекламные идеи и концепции продвижения розничных сетей на примере выбранной компании.          8. Креативные концепции вирусной рекламы.          9. Разработка названий товаров и торговых марок.          10. Оптимизация цветовых решений в наружной рекламе.          11. Реклама и массовая культура.          12. Имиджевая реклама и пути ее совершенствования.          13. Фирменный стиль предприятия и его роль в позиционировании предприятия на рынке. 14. Телереклама как средство психологического воздействия на потребителя.          15. Нейролингвистическое программирование в рекламе.          16. Разработка и проведение мероприятий по стимулированию сбыта на производственном предприятии.          17. Имидж: психологические механизмы формирования.          18. Реклама как семиотическая система.          19. Метафора, метонимия и аналогия в рекламном обращении.          20. Косвенная реклама на ТВ.          21. Креативные и прагматические составляющие в рекламном творчестве.          22. Фонетика и ритмика в разработке слоганов.          23. Слоганы: типология и особенности разработки.          24. Заголовки в печатной рекламе.          25. Наружная реклама: творческие возможности и ограничения в разработке обращения.          26. Реклама и искусство.          27. Юмор в рекламе: функции, факторы эффективности.</p>	<b>20</b>		ОК 1-11, ПК 1.1-1.5, ЛР 9,ЛР 22-25

<b>Раздел 4 Реклама товарной продукции.</b>					
<b>Тема 4.1</b> <b>Дизайн упаковки</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>45</b>		ОК 1-11, ПК 1.1-1.5, ЛР 9,ЛР 22-25	
	Реклама товара, её виды, функциональные задачи. Принципы проектирования рекламы товара, способствующее его продвижению в условиях современных рыночных отношений. Упаковка как вид рекламной продукции. Роль упаковки в повышении рейтинга товарной продукции. Виды и качественные различия упаковок. Дизайн и современные технологии, материалы изготовления упаковочной продукции.	10			
	<b>Практические занятия</b>	20	20		
	Практическая работа по теме: Разработка дизайн-проекта упаковки товара.				
	<b>Самостоятельная работа учащихся</b>	15			
	Анализ дизайн-решений различных упаковок по выбранному сектор продовольственных товаров.				
<b>Тема 4.2.</b> <b>Дизайн-проект наружной рекламы</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>45</b>		ОК 1-11, ПК 1.1-1.5, ЛР 9,ЛР 22-25	
	Рекламная композиция в пространстве города. Виды, функциональное назначение, психология воздействия наружной рекламы. Специфика проектирования наружной рекламы, технические особенности и возможности конструкций. Материалы и технологии изготовления наружной рекламы. Световая реклама и светотехника.	10			
	<b>Практические занятия</b>	20	20		
	Практическая работа по теме: Проектное предложение размещения рекламы в пространстве города.				
	<b>Самостоятельная работа учащихся</b>	15			
	фотографии рекламы в транспорте с анализом их рекламной концепции.				
<b>Тема 4.3.</b> <b>Реклама на транспорте.</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>45</b>		ОК 1-11, ПК 1.1-1.5, ЛР 9,ЛР 22-25	
	Целесообразность размещения рекламы на транспортных средствах. Функциональность и психология восприятия рекламы на транспорте. Особенности композиционного построения, графического, шрифтового и колористического решений в рекламе, размещаемой на транспорте. Современные технологии реализации проекта.	10			
	<b>Практические занятия</b>	20	20		
	1. Особенности композиционного построения, размещаемой на транспорте. 2. Особенности графического решения в рекламе, размещаемой на транспорте. 3. Особенности шрифтового и колористического решений в рекламе, размещаемой на транспорте. 4. Особенности композиционного построения, графического, шрифтового и				

	колористического решений в рекламы, размещаемой на транспорте. 5. Проектное предложение размещения рекламы на транспорте.			
	<b>Самостоятельная работа учащихся</b>	15		
	Фотографии рекламы в транспорте с анализом их рекламной концепции.			
<b>Раздел 5 Специфика разработки теле- и -радиорекламы.</b>				
<b>Тема 5.1 Процесс производства теле- визионной рекламной про- дукции</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>84</b>		ОК 1-11, ПК 1.1-1.5, ЛР 9,ЛР 22-25
	Сущность рекламной телепродукции. История развития в России и за рубежом. Специфика телевизионной рекламы. Этапы процесса производства телевизионной рекламы. Креатив в телерекламе. Требования к телевизионной рекламе и действующие ограничения.	28		
	<b>Практические занятия</b>	28	28	
	Создание сценария рекламных роликов для различных категорий товаров			
	<b>Самостоятельная работа учащихся</b>	28		
	Просмотр рекламных работ фестиваля «Каннские львы», выбор и письменный анализ самого интересного и нестандартного решения в рекламе.			
Промежуточная аттестация	<b>Дифференцированный зачет</b>			ОК 1-11, ПК 1.1-1.5, ЛР 9,ЛР 22-25
<b>Итого</b>		<b>1062</b>	<b>368</b>	
Практическая подготовка	<b>2 семестр</b>			ОК 1-11, ПК 1.1-1.5, ЛР 9,ЛР 22-25
	УП.01 Учебная практика	<b>36</b>	36	
	ПП.01 Производственная практика ( по профилю специальности)	<b>72</b>	72	
	<b>4 семестр</b>			
	ПП.01 Производственная практика ( по профилю специальности)	<b>72</b>	72	
	<b>5 семестр</b>			
	ПП.01 Производственная практика ( по профилю специальности)	<b>36</b>	36	
	<b>6 семестр</b>			
ПП.01 Производственная практика ( по профилю специальности)	<b>72</b>	72		
Промежуточная аттестация	<b>Квалификационный экзамен</b>			ОК 1-11, ПК 1.1-1.5, ЛР 9,ЛР 22-25
<b>Всего</b>		<b>1350</b>	<b>656</b>	

### 3. Условия реализации профессионального модуля

#### 3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Для реализации программы дисциплины должно быть предусмотрено следующее специальное помещение: **Кабине рисунка и живописи**. Помещение кабинета должно соответствовать требованиям Санитарно-эпидемиологических правил и нормативов (СанПиН 2.4.2 № 178–02): оснащено типовым оборудованием, в том числе специализированной учебной мебелью и средствами обучения, необходимыми для выполнения требований к уровню подготовки обучающихся.

Кабине рисунка и живописи.

*Оборудование учебного кабинета:*

Парты (2-х местная)

Стулья

Стол преподавателя

Стул преподавателя

Компьютер

Доска меловая

Кабинетрисунка и живописиобеспечен необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения

#### **Библиотека, читальный зал с выходом в Интернет**

*Материальное оснащение, компьютерное и интерактивное оборудование:*

Автоматизированное рабочее место библиотекаря

Автоматизированное рабочее место читателей

Автоматизированное рабочее место для лиц с ОВЗ

Принтер

Сканер

Стеллажи для книг

Кафедра

Выставочный стеллаж

Каталожный шкафа

Посадочные места (столы и стулья для самостоятельной работы)

#### **Помещение для самостоятельной работы**

*Материальное оснащение, компьютерное и интерактивное оборудование:*

Автоматизированные рабочие места обучающихся

Парты (2-х местные)

Стулья

Автоматизированные рабочие места обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду АНОПО «Челябинский колледж Комитент», с выходом в информационно-коммуникационную сеть «Интернет».

#### 3.2. Информационное обеспечение обучения

*Основная литература:*

1. Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 552 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15083-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/487158>

*Дополнительная литература:*

1. Кузвесова, Н. Л. История дизайна: от викторианского стиля до ар-деко : учебное пособие для среднего профессионального образования / Н. Л. Кузвесова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 139 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11946-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/473722>

2. Пименов, В. И. Видеомонтаж. Практикум : учебное пособие для среднего профессионального образования / В. И. Пименов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 159 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11405-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/476245>

#### Интернет-ресурсы

1. Электронный каталог Библиотеки МосГУ - <http://elib.mosgu.ru/>
2. Реклама на сайте с точки зрения дизайна: правила и способы применения рекламы. - <https://idbi.ru/blogs/blog/reklama-na-sayte-s-tochki-zreniyadizayna>
5. Электронно-библиотечная система «Urait». Режим доступа <https://biblio-online.ru/>

#### 4. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
<p><b>иметь практический опыт:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-выбора художественной формы реализации рекламной идеи;</li> <li>-создания визуального образа с рекламными функциями;</li> <li>-художественного конструирования рекламных продуктов по заданию;</li> </ul> <p><b>уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги;</li> <li>-разрабатывать композиционное решение рекламного продукта;</li> <li>-использовать выразительные и художественно-образительные средства при моделировании рекламы;</li> <li>-составлять рекламные тексты;</li> </ul> <p><b>знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-выразительные и художественно-образительные средства рекламы;</li> <li>-приемы и принципы составления рекламного текста;</li> <li>-композицию, шрифтовую и художественную графику в рекламе;</li> <li>-методы проектирования рекламного продукта;</li> <li>-методы психологического воздействия на потребителя.</li> </ul>	<p>Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил программный материал курса, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами и вопросами, не затрудняется с ответами при видоизменении заданий, правильно обосновывает принятые решения, владеет разносторонними дискуссионными навыками и приемами, активно проявляет себя в групповой работе;</p> <p>Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал курса, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении дискуссионных вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения, способен проявлять себя в групповой работе;</p> <p>Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении поставленных задач, не активен в групповой работе;</p> <p>Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями решает поставленных задачи или не справляется с ними самостоятельно, не принимает участие в групповой работе.</p>	<p>Оценка результата в выполнении практических работ. Проверка рефератов. Выполненных заданий</p> <p>Устный опрос</p> <p>Заслушивание и оценивание сообщений, обсуждение и размышления.</p> <p>Дифференцированный зачет.</p> <p>Квалификационный экзамен.</p>