

Документ подписан: 28.09.2025 11:41:22
Информация о владельце:
ФИО: Загвоздина Любовь Генриховна
Должность: Директор
Дата подписания: 28.09.2025 11:41:22
Уникальный программный ключ:
8ea9eca0be4f6fdd53da06ef67a1ff16a1480ab

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 21 июля 2023 г. N 552

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании цикловой методической комиссии дисциплин дизайна и рекламы, протокол № 10 от 27.05.25 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	ЛР 9
Необходимость самообразования и стремящийся к профессиональному развитию по выбранной специальности.	ЛР 22
Иметь базовую подготовленность к самостоятельной работе по своей специальности на уровне специалиста с профессиональным образованием	ЛР 23
Открытость к текущим и перспективным изменениям в мире труда и профессий.	ЛР 24
Активно применять полученные знания на практике.	ЛР 25

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							Самостоятельная работа, час.	Экзамен по профессиональному модулю, час.
			Обучение по МДК			Практическая подготовка			Консультации, час.		
			Всего час.	В том числе		Лаб. раб./ практические занятия	Курсовых работ	Лаб. раб./ практические занятия			
Лаб. раб./ практические занятия	Курсовых работ	Лаб. раб./ практические занятия		Учебная час.	Производственная (по профилю специальности) час.						
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	603	603	208	20	208				201	
	МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта	459	459	160		160				153	
	УП.01 Учебная практика	36					36				
	ПП.01 Производственная практика(по профилю специальности)	252						252			
	ПМ.01.ЭК Экзамен по профессиональному модулю										
	Всего:	1350	1062	368	20	368	36	252		354	

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
МДК 01.01 Художественное проектирование рекламного продукта				
Тема 1.1. Дизайн в рекламе	Содержание учебного материала	96		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		
	Практические занятия	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»			
Тема 1.2. Шрифт как средство коммуникации.	Содержание учебного материала	96		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		
	Практические занятия	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»			

Тема 1.3. Формирование корпоративного стиля.	Содержание учебного материала	95		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		
	Практические занятия	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»			
Тема 1.4. Информационно- графический комплекс. Печатная реклама	Содержание учебного материала	296		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		
	Практические занятия	52	52	
	Разработка концептуального проекта информационно-графического комплекса, создание его номенклатуры. Создание оригинала макета буклета. Создание эскиза плаката Контрольная работа по теме « Печатная реклама»			
	Самостоятельная работа учащихся	201		
	Самостоятельная работа при изучении Раздела 1. Разработка творческих проектов, изучение учебной, учебно-методической и специальной литературы Самостоятельная работа с пособиями и другими информационными ресурсами Разработка презентаций, учебных схем и инструкций. Примерная тематика самостоятельной внеаудиторной работы 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.			

	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.			
Курсовая работа	Примерный перечень тем курсовых работ: 1. Дизайн-проект фирменного стиля для предприятия газовой промышленности. 2. Дизайн-проект фирменного стиля для предприятия легкой промышленности. 3. Дизайн-проект фирменного стиля для предприятия машиностроения. 4. Дизайн-проект фирменного стиля для магазина канцтоваров. 5. Дизайн-проект фирменного стиля для зоопарка. 6. Дизайн-проект фирменного стиля для магазина спорттоваров. 7. Дизайн-проект фирменного стиля для хлебокомбината. 8. Дизайн-проект фирменного стиля для кондитерской. 9. Дизайн-проект фирменного стиля для театра. 10. Дизайн-проект фирменного стиля для кинотеатра. 11. Дизайн-проект фирменного стиля для музея. 12. Дизайн-проект фирменного стиля для салона мебели. 13. Дизайн-проект фирменного стиля для водно-оздоровительного центра. 14. Дизайн-проект фирменного стиля для аквапарка. 15. Дизайн-проект фирменного стиля для студии флористики. 16. Дизайн-проект фирменного стиля для ювелирного магазина. 17. Дизайн-проект фирменного стиля для книжного магазина. 18. Дизайн-проект фирменного стиля для библиотеки. 19. Дизайн-проект фирменного стиля для студии дизайна. 20. Дизайн-проект фирменного стиля для фотоателье. 21. Дизайн-проект фирменного стиля для рыболовного магазина. 22. Дизайн-проект фирменного стиля для санатория. 23. Дизайн-проект фирменного стиля для планетария. 24. Дизайн-проект фирменного стиля для аэроклуба. 25. Дизайн-проект фирменного стиля для учебного заведения. 26. Дизайн-проект фирменного стиля для магазина детских товаров. 27. Дизайн-проект фирменного стиля для спортивного комплекса. 28. Дизайн-проект фирменного стиля для агентства недвижимости. 29. Дизайн-проект фирменного стиля для фирмы, занимающейся организацией экстремального туризма.	20		ОК 1-11, ПК 1.1-1.5, ЛР 9, ЛР 22-25

	30. Дизайн-проект фирменного стиля для рекламного агентства.			
Промежуточная аттестация	Дифференцированный зачет			ОК 1-11, ПК 1.1-1.5, ЛР 9,ЛР 22-25
МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта				
Раздел 1. Организация процесса разработки рекламного продукта.				
Тема 1.1 Творческая концепция рекламного продукта: понятие, вариации, формы воплощения.	Содержание учебного материала	30		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		
	Практические занятия	10	10	
	Практическая работа по теме: Разработка рекламной концепции для учебного заведения.			
	Самостоятельная работа учащихся	10		
	Предоставить примеры различных типов рекламных концепций для наружной, печатной, телевизионной и радиорекламы.			
Тема 1.2. Креатив в рекламе. Основные методы и приемы генерации творческих идей	Содержание учебного материала	28		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		
	Практические занятия	8	8	
	Практическая работа по теме:: мозговой штурм по неймингу и разработке концепции рекламной кампании для выбранного продукта.			
	Самостоятельная работа учащихся	10		
	Нахождение нестандартных и наиболее оригинальных решений по каждому виду рекламы.			
Раздел 2. Рекламная концепция и формирование корпоративного стиля.				
Тема 2.1. Комплексная разработка корпоративного /фирменного/ стиля. Проект-	Содержание учебного материала	28		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.	10		
	Дизайн-проект корпоративного стиля, основные этапы процесса проектирования.			
	Концептуальное решение проекта. Составляющие фирменного стиля. Основные			

концеп- ция.	концептуальные стилеобразующие элементы. Носители фирменного стиля. Система идентификации.			
	Практические занятия	10	10	
	Практическая работа по теме: Концептуальное решение корпоративного стиля торгового /производственного/ предприятия/фирмы/.			
	Самостоятельная работа учащихся	8		
	Анализ фирменного стиля известных брендов			
Тема 2.2. Концептуальные стилеобра- зующие элементы / логотип, товарный знак, марка, эм- блема фирмы	Содержание учебного материала	30		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		
	Практические занятия	10	10	
	Практическая работа по теме: Разработка логотипа /товарного знака, торговой марки, эмблемы фирмы или предприятия			
	Самостоятельная работа учащихся	10		
	Конкурс работ по формированию элементов фирменного стиля для учебного заведения			
Тема 2.3. Составляющие и функцио- нальные носители корпора- тивного /фирменного/ стиля.	Содержание учебного материала	28		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		
	Практические занятия	10	10	
	Практическая работа по теме: Комплексное проектирование системы идентификации корпоративного /фирменного/ стиля.			
	Самостоятельная работа учащихся	10		
	Анализ информационно-графического комплекса рекламы для местных рекламодателей.			
Раздел 3. Информационно-графический комплекс и его направления. Печатная реклама.				
Тема 3.1. Информационно-	Содержание учебного материала	26		ОК 1-11, ПК 1.1-1.5,
	Информационно-графический комплекс, его рекламные функции. Причины	8		

графиче- ский комплекс и его направления. рекламный плакат.	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
	Практические занятия	8	8	
	Практическая работа по теме: Разработка концептуального проекта информационно – графического рекламного комплекса.			
	Самостоятельная работа учащихся	10		
	Анализ информационно-графического комплекса рекламы для местных рекламодателей.			
Тема 3.2. Виды печати и печатной продукции.	Содержание учебного материала	24		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		
	Практические занятия	8	8	
	Практическая работа по теме: Разработка изобразительного рекламного плаката.			
	Самостоятельная работа учащихся	10		
	Анализ 5 различных экземпляров печатной рекламы.			
Тема 3.3. Дизайн-проект рекламного буклета.	Содержание учебного материала	26		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		
	Практические занятия	8	8	
	Практическая работа по теме: Разработка дизайн-проекта рекламного буклета			
	Самостоятельная работа учащихся	12		
	Анализ дизайн-решений различных упаковок по выбранному сектор			

	продовольственных товаров.			
Курсовая работа	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.	20		ОК 1-11, ПК 1.1-1.5, ЛР 9, ЛР 22-25

Раздел 4 Реклама товарной продукции.

Тема 4.1 Дизайн упаковки	Содержание учебного материала	45		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		
	Практические занятия	20	20	
	Практическая работа по теме: Разработка дизайн-проекта упаковки товара.			
	Самостоятельная работа учащихся	15		
	Анализ дизайн-решений различных упаковок по выбранному сектор продовольственных товаров.			
Тема 4.2. Дизайн-проект наружной рекламы	Содержание учебного материала	45		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		
	Практические занятия	20	20	
	Практическая работа по теме: Проектное предложение размещения рекламы в пространстве города.			
	Самостоятельная работа учащихся	15		
	фотографии рекламы в транспорте с анализом их рекламной концепции.			
Тема 4.3. Реклама на транспорте.	Содержание учебного материала	45		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		
	Практические занятия	20	20	
	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. Особенности композиционного построения, графического, шрифтового и			

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

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 дизайнера: 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/>

1. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
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.	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; 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; 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; 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.	Оценка результатов выполнения практических работ. Проверка рефератов. Выполненных заданий Устный опрос Заслушивание и оценивание сообщений, обсуждение и размышления. Дифференцированный зачет. Квалификационный экзамен.