

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Саратовский государственный технический университет имени Гагарина Ю.А.»
(СГТУ имени Гагарина Ю.А.)
ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ

УТВЕРЖДАЮ
Директор ППК СГТУ имени Гагарина Ю.А.
М.Ю. Захарченко
2019

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ.01 РАЗРАБОТКА И СОЗДАНИЕ
ДИЗАЙНА РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ
ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ
42.02.01 РЕКЛАМА**

г. Саратов 2019

Рабочая программа профессионального модуля разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее СПО) 42.02.01 Реклама, утверждённого приказом Министерства образования и науки РФ от 12.05.2014 г., № 510.

Разработчик программы: Гельмут Ю.А. – преподаватель ППК СГТУ имени Гагарина

Рецензенты:

Внутренний: Ниho P.З. – преподаватель ППК СГТУ имени Гагарина Ю.А.

Внешний: Комарова Е.А. – Генеральный директор «Дизайн студия - С»

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	3
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	5
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	14
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	18

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ. 01 РАЗРАБОТКА И СОЗДАНИЕ ДИЗАЙНА РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ

1.1 Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля является частью программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01. Реклама в части освоения основного вида профессиональной деятельности: «Разработка и создание дизайна рекламной продукции».

1.2 Место профессионального модуля в структуре ППССЗ

Профессиональный модуль входит в профессиональный цикл ППССЗ

1.3 Цели и задачи профессионального модуля-требования к результатам освоения профессионального модуля

Изучение профессионального модуля направлено на освоение основного вида деятельности 5.2.1 Разработка и создание дизайна рекламной продукции

1.3.1. Перечень общих компетенций

Код	Наименование результата обучения
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
--	--

1.3.2. Перечень профессиональных компетенций

Код	Наименование результата обучения
ПК 1.1.	Осуществлять поиск рекламных идей.
ПК 1.2.	Осуществлять художественное конструирование 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.

1.3.3. В результате освоения профессионального модуля 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;
знать:	– составлять рекламные тексты;
	– 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.

1.4 Количество часов на освоение программы профессионального модуля:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 596 часов, включая:
 обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 282 часа;
 самостоятельной работы обучающегося – 134 часа;
 учебная практика - 72 часа;
 производственная практика (по профилю специальности) – 108 часов.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.01 РАЗРАБОТКА И СОЗДАНИЕ ДИЗАЙНА РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ

2.1 Тематический план профессионального модуля

Коды профессиональных и общих компетенций	Наименование разделов профессионального модуля	Суммарный объем нагрузки, час. <i>(максимальная учебная нагрузка и практики)</i>	Объем времени, отведенный на освоение МДК								Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося					Самостоятельная работа обучающегося		Консультации		
			Всего часов	в т.ч. лаборатор. занятия <i>(если предусмотрено) часов</i>	в т.ч. практич. занятия <i>(если предусмотрено) часов</i>	в т.ч., курсовая работа (проект) <i>(если предусмотрено) часов</i>	в т.ч. семинар. занятия <i>(если предусмотрено) часов</i>	Всего часов	в т.ч., курсовая работа (проект) <i>(если предусмотрено) часов</i>		Учебная <i>(если предусмотрено) часов</i>	Производственная (по профилю специальности) часов
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
ОК 1-11 ПК 1.1-1.5	МДК 01.01. Художественное проектирование рекламного продукта	252	178	4	72			74	-	-		
	МДК 01.02. Разработка творческой концепции рекламного продукта».	164	104		56	-	-	60	-	-		
	УП.01.01 Учебная практика	72									72	
	ПП.01.01 Производственная практика (по профилю специальности)	108										108
	Всего:	596	282	-	128	-	-	134	-	-	72	108

2.2 Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ)

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические занятия, Самостоятельная работа обучающихся обучающегося, курсовая работа (проект) (если предусмотрены), иные виды учебной работы в соответствии с учебным планом	Объем часов	Уровень освоения	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программ
1	2	3	4	5
6 семестр				
МДК 01.01. Художественное проектирование рекламного продукта				
Тема 1. Рекламный продукт: сущность, стратегии продвижения	Содержание учебного материала	32	1	ОК 01-11, ПК 1.1-1.5
	Основные понятия предмета. Специфика рекламного продукта. Рекламный продукт. Стилиевые варианты современной рекламы.	4		
	Рекламное обращение: виды, формы, содержание, структура и композиция, творческое воплощение и художественное оформление. Язык рекламы: выразительные и художественно-изобразительные средства в рекламе.	4		
	Рекламный текст, его цели, задачи и правила создания. Рекламный слоган, его цели, функции и правила создания.	4		
	Практическое занятие № 1 Разработка рекламной модели плаката.	12	2	
	Самостоятельная работа обучающихся № 1 Выполнить шрифтовую графическую композицию (форма отчета электронная презентация)	8	3	
Тема 2. Дизайн и его роль в рекламе	Содержание учебного материала	53	1	
	Дизайн рекламы как вид художественного проектирования. Определение целей и задач. Взаимосвязь индивидуальности человека и дизайна рекламы. Психологические особенности и тип личности заказчика.	4		
	Художественные средства дизайна рекламы. Законы гармоничной композиции. Равновесие композиции рекламы. Ритм. Пропорции. Свет и форма в дизайне рекламы. Контраст. Нюанс. Статика и динамика в композиции.	4	1	

	Композиция в дизайне рекламы. Конструктивная структура рекламы. Структурные элементы рекламы и способы работы с ними. Основные схемы композиции рекламы и их зрительное восприятие. Композиционный, смысловой, оптический центр. Доминанта композиции. Способы выделения элементов.	2	1	
	Этапы проектирования визуальной рекламы. Этапы дизайн-проектирования. Становление дизайн-проектирования. Характеристики изделия.	3	2	ОК 01-11, ПК 1.1-1.5
	Рекламный образ. Оценка оптимальности проектного решения. Механизм воздействия рекламного образа. Этапы выбора оптимального проектного решения.	7	2	
	Практическое занятие № 2 Создание рекламного плаката торговой марки Другие формы контроля (Средний балл по оценкам текущей успеваемости)	16	2	
	Самостоятельная работа обучающихся № 2 Разработка товарного знака и его графического начертания (логотипа) для торговой фирмы (эскиз)	10	3	
	Самостоятельная работа обучающихся № 3 Разработка фирменного стиля для торговой компании (на выбор студента) (эскиз)	10	3	
7 семестр				
Тема 3. Средства изобразительной рекламы	Содержание учебного материала	72	2	
	Шрифт как элемент художественного оформления. Роль и значение шрифта в графическом дизайне и рекламе. Выразительные возможности шрифтового изображения. Приемы создания ассоциативного образа в шрифтовой композиции. Специфические особенности художественного языка плакатного искусства. Гармоничное единство изобразительного и текстового содержания. Специфика и принципы композиционного построения шрифтового плаката.	10		
	Цвет в дизайне рекламы. Эмоционально-пространственные свойства цветов. Цвет и цветовые гармонии.	6		
	Разработка элементов фирменного стиля. Стилеобразующие элементы.	6		
	Практическое занятие № 3 Разработка графической концепции рисунка.	16	2	
	Практическое занятие № 4 Разработка элементов фирменного стиля.	16		
	Самостоятельная работа обучающихся № 4 Разработка стилеобразующего элементы (эскиз, описание)	10	3	
	Самостоятельная работа обучающихся № 5 Разработать приглашение на	8		

	выставку.			ОК 01-11, ПК 1.1-1.5
Тема 4. Креатив создания бренда	Содержание учебного материала	65	1	
	Технологические аспекты проектирования бренда. Планирование рекламной стратегии торговой марки. Комплексная разработка корпоративного стиля.	8		
	Разработка визуальной составляющей рекламного сообщения для печатных СМИ и наружных носителей. Информационно-графический комплекс и его направления. Дизайн-проект рекламного буклета.	6		
	Реклама товарной продукции. Дизайн упаковки.	7		
	Практическое занятие № 5 Создание имени бренда и слогана.	12	2	
	Лабораторное занятие № 1 Создание имени бренда и слогана.	4		
	Самостоятельная работа обучающихся № 6 Реферат на тему: Художественная ценность и социально-психологическое воздействие рекламы, ее маркетинговая, коммуникативная и экономическая эффективность (реферат); Кросс-культурные особенности международной рекламы российских товаров (анализ рекламной видео-продукции на отечественном телевидении, отчет); Художественное воплощение рекламного продукта (дизайн, режиссура производства и т. д.) (реферат) Знак, символ, миф в рекламе (реферат) Факторы привлекательности рекламы в зависимости от ее средств (реферат) Обоснование дизайнерского решения (рекламный носитель выбирает студент, дать анализ печатной рекламной продукции) Изобразительные жанры рекламы. Жанр вывески. Современные технологии оформления витрин (реферат)	12	3	
	Самостоятельная работа обучающихся № 7 Подготовка и написание курсового проекта.	16		
	Примерная тематика курсовых проектов: 1. Создание рекламного сообщения. 2. Разработка рекламного образа фирмы. 3. Использование визуальных средств при разработке макетов рекламных носителей. 4. Создание текстового наполнения рекламной коммуникации. 5. Создание шрифтового рекламного плаката. 6. Художественное редактирование и конструирование упаковки. 7. Создание макетов нескольких видов упаковки.		30	

8. Подготовка материалов к печати и способы печати / Разработка макета печатного издания 9. Формирование корпоративного стиля. 10. Создание элементов корпоративного стиля. 11. Разработка проекта организации и проведения выставки. 12. Рекламные константы. 13. Роль средств массовой информации в рекламной коммуникации. 14. Создание макета рекламы для СМИ. 15. Создание рекламного продукта. 16. Технологии изготовления наружной рекламы. 17. Создание макетов нескольких видов наружной рекламы. 18. Технологии изготовления транзитной рекламы. 19. Разработка макета транзитной рекламы. 20. Технологии изготовления печатной рекламы. 21. Разработка макетов нескольких видов печатной рекламы. 22. Витрины как элемент торговой рекламы. 23. Разработка макетов витрин. 24. Вывески как элемент торговой рекламы. 25. Разработка макетов вывесок. 26. Выразительные возможности шрифтового изображения. 27. Создание шрифтового изображения. 28. Объемно – пространственные рекламные конструкции. 29. Создание проекта объемно – пространственной рекламной конструкции. 30. Создание концептуального проекта информационно – графического комплекса. 31. Реклама товарной продукции. 32. Принципы изготовления и способы монтажа выставочного оборудования. 33. Создание выставочного стенда. 34. Значение и роль корпоративного стиля как вида рекламы. 35. Разработка корпоративного стиля. 36. Разработка макета рекламы, с учетом цвета и формы. 37. Разработка макета нестандартного рекламного носителя. 38. Разработка макета шрифтового плаката. 39. Разработка макета полиграфической продукции (на выбор), с учетом ГОСТов. 40. Разработка макета наружных конструкций (на выбор), с учетом ГОСТов. 41. Разработка макета упаковки (на выбор), с учетом ГОСТов и СанПинов. 42. Материалы для изготовления рекламы (по выбору носителя).			
---	--	--	--

Промежуточная аттестация: экзамен				
Итого по МДК 01.01		252		
6 семестр				
МДК 01.02. Разработка творческой концепции рекламного продукта				
Тема 1. Рекламное творчество: понятие, виды, проблематика	Содержание учебного материала	56	1	ОК 01-11, ПК 1.1-1.5
	Рекламное творчество: концепции и их реализация. Концепции рекламного творчества, организация творческой деятельности, визуальные образы в рекламе.	4		
	Креатив в рекламе. Понятие творчества и креатива. Предпосылки возникновения креатива в рекламе. Креативность: понятие, виды, проблематика. Разновидности креатива в рекламе. Креатив-бриф.	4		
	Этапы творческого процесса. Общая схема разработки рекламной идеи. Определение и функции рекламного продукта.	4		
	Творческое мышление. Историческая справка. Барьеры творческого мышления. Шаблоны рекламных идей.	2		
	Психология творческих способностей. Понятие творческих способностей. Структура творческих способностей.	6		
	Практическое занятие № 1 Создание рекламного плаката торговой марки. Другие формы контроля (Средний балл по оценкам текущей успеваемости)	20	2	
	Самостоятельная работа обучающихся № 1 Найти примеры визуальных образов в рекламе, в которых наиболее выражен «эффект вампира». Обосновать ответ. (электронная презентация).	6	3	
	Самостоятельная работа обучающихся № 2 Изучить процесс создания рекламных продуктов (1 на выбор в одной товарной категории). Выявить коммуникационное и креативное решение.	6		
	Самостоятельная работа обучающихся № 3 Найти и выбрать образцы рекламных продуктов, содержащие обращения, слоганы, рекламные тексты, художественное оформление для последующей работы на практических занятиях.	6		
7 семестр				
Тема 2.	Содержание учебного материала	66	1	

Методы и технологии рекламного творчества	Дизайн рекламы как вид художественного проектирования. Определение целей и задач. Понятийно-терминологический аппарат. Классификация рекламы: функции, цели и виды. Взаимосвязь индивидуальности человека и дизайна рекламы.	4		ОК 01-11, ПК 1.1-1.5
	Художественные средства дизайна рекламы. Законы гармоничной композиции. Свет и форма в дизайне рекламы. Контраст. Нюанс. Статика и динамика в композиции.	4		
	Конструктивная структура рекламы. Структурные элементы рекламы и способы работы с ними. Основные схемы композиции рекламы и их зрительное восприятие.	4		
	Этапы проектирования визуальной рекламы. Становление дизайн-проектирования. Этапы дизайн-проектирования. Типологии объектов рекламного дизайна.	4		
	Оценка оптимальности проектного решения. Механизм воздействия рекламного образа. Этапы выбора оптимального проектного решения. Методы оценки дизайн-решения рекламного объекта	4		
	Практическое занятие № 2 Статика и динамика в композиции – поисковый эскиз.	8	2	
	Практическое занятие № 3 Контраст и нюанс в композиции - поисковый эскиз.	8		
	Самостоятельная работа обучающихся № 4 Составить сравнительную характеристику разновидностей креативных идей. Найти примеры нетипичного использования видов креативных идей в рекламной продукции разных жанров (письменная работа, электронная презентация).	10	3	
	Самостоятельная работа обучающихся № 5 Составить сравнительную характеристику разновидностей креативных идей. Найти примеры нетипичного использования видов креативных идей в рекламной продукции разных жанров (письменная работа, электронная презентация).	10		
Самостоятельная работа обучающихся № 6 Разработать рекламные слоганы для конкретного предприятия или вашего колледжа	10			
Тема 3. Рекламное сообщение	Содержание учебного материала	42	1	
	Шрифт как элемент художественного оформления. Шрифтовой знак как средство коммуникации. Выразительные возможности шрифтового изображения.	4		
	Цвет в дизайне рекламы. Эмоционально-пространственные свойства	4		

	цветов.		2	
	Разработка элементов фирменного стиля. Комплексная разработка корпоративного стиля. Стилеобразующие элементы. Составляющие и функциональные носители корпоративного стиля. Бриф.	2		
	Практические занятия № 4 Разработка шрифтового рекламного плаката.	10		
	Практические занятия № 5 Разработка элементов фирменного стиля.	10		
	Самостоятельная работа обучающихся № 7 Создать рекламный ассоциативно-образный текст.	2	3	ОК 01-11, ПК 1.1-1.5
	Самостоятельная работа обучающихся № 8 Придумать название для собственного торгового дома. Условие: в названии должны обыгрываться ваше имя, отчество и фамилия.	2		
	Самостоятельная работа обучающихся № 9 Придумать слоган для сети магазинов « Арбуз » опираясь на: а) слоган обыгрывающий название супермаркетов б) подчеркивающий основные достоинства сети: повсеместность, демократичность, универсальность в) яркий и запоминающийся	8		
Промежуточная аттестация: экзамен				
Итого по МДК. 01.02		164		
Учебная практика УП 01.01		72		
Виды работ: Предложение и обоснование своих вариантов визуального оформления. Воплощение концепции с помощью графических средств. Корпоративная визитная карточка. Личная визитная карточка. Деловая документация. Фирменный бланк. Фирменный конверт. Выбор предметов по каталогам. Способы нанесения изображений (логотипов): тампонная печать, гравировка, ультрафиолетовая печать и др. Создание оригинал-макетов с элементами фирменного стиля. Креативная идея, объединяющая различные рекламные носители. Символы и стилевое оформление названий.				

Определение стиля, цвета, фона под текст, подбор шрифта для текста, заголовков. Описание процедуры участия в проведении консультации в области оказания дизайнерских услуг. Тестирование рекламы. Узнаваемость рекламы, оценка узнаваемости.			
Производственная (по профилю специальности) практика ПП.01.01 Виды работ: Разработка брифа на создание фирменного стиля компании. Проведение сравнительного конкурентного анализа для разработки фирменного стиля. Определение целевой аудитории компании. Разработка и описание концепции создания фирменного стиля. Подбор цветовых решений для создания фирменного стиля. Выбор шрифтов, их пропорций, начертаний, сочетаний для создания фирменного стиля. Выбор графических образов в соответствии с концепцией создания фирменного стиля. Разработка основных элементы фирменного стиля (логотип, фирменные цвета и шрифты, слоган, паттерн, фирменный бланк) с учетом законов композиции и основ цветового восприятия. Разработка текста рекламных обращений для листовки, буклета, баннера, рекламного постера в автобусную остановку, афиши, рекламной интернет-статьи на информационном городском ресурсе. Составление технического задания на разработку серии рекламных продуктов. Разработка, используя фирменный стиль, следующих рекламных продуктов. Тестирование рекламы. Узнаваемость рекламы, оценка узнаваемости.	108		ОК 01-11, ПК 1.1-1.5
Всего:			
Промежуточная аттестация по ПМ - экзамен квалификационный	596		

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению профессионального модуля

Реализация программы профессионального модуля требует наличия кабинета проектирования рекламного продукта, лаборатории компьютерного дизайна для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, в том числе групповых, индивидуальных, письменных, устных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Кабинет социально-экономических дисциплин

Оборудование:

- рабочее место преподавателя;
- специализированная мебель (столы, стулья по количеству обучающихся);
- доска ученическая.

Технические средства обучения:

- компьютер (ноутбук);
- мультимедийный проектор, экран.

Учебно-наглядные пособия: плакаты, учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации по рабочей программе дисциплины, в том числе, видео-аудио материалы, компьютерные презентации.

Компьютер имеет доступ к электронно-библиотечным системам, выход в глобальную сеть Интернет, оснащен лицензионным программным обеспечением.

3.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение реализации профессионального модуля

Основные учебные издания:

1. Лютов, В. П. Цветоведение и основы колориметрии : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. П. Лютов, П. А. Четверкин, Г. Ю. Головастиков. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 224 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-07008-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/441202>

2. Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 552 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-8974-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/426478>

3. Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства : учебник и практикум для среднего профессионального образования /

В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 514 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10539-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/430788>

Дополнительные учебные издания:

4. Колышкина, Т. Б. Основы рекламы: реклама в местах продаж : учебное пособие для среднего профессионального образования / Т. Б. Колышкина, И. В. Шустина, Е. В. Маркова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 222 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13048-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/448838>

5. Ёлочкин М.Е. и др. Дизайн-проектирование (композиция, макетирование, современные концепции в искусстве): Учебник для СПО.- М.: Академия, 2019

Интернет-ресурсы:

6. Информационно-правовой портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.garant.ru>

7. Справочная правовая системы «Консультант Плюс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://base.consultant.ru/>

Методические указания для обучающихся по освоению профессионального модуля

8. Методические указания для обучающихся по выполнению практических работ.

9. Методические указания для обучающихся по выполнению заданий самостоятельной работы.

10. Методические указания по выполнению заданий практики.

11. Методические указания по выполнению курсовых работ

3.3. Общие требования к организации образовательного процесса

При реализации компетентного подхода программа профессионального модуля предусматривает использование в образовательном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (применение электронных образовательных ресурсов, деловых игр, разбора конкретных ситуаций, психологических тренингов, групповых дискуссий) в сочетании с внеаудиторной работой для формирования и развития общих и профессиональных компетенций обучающихся.

Реализация практических занятий осуществляется непосредственно в ППК СГТУ имени Гагарина Ю.А.

Образовательная деятельность в форме практической подготовки организована при реализации МДК 01.01 Художественное проектирование рекламного продукта, МДК 01.02. Разработка творческой концепции рекламного продукта, учебной практики, производственной (по профилю специальности) практики, предусмотренных учебным планом следующим образом:

- при реализации МДК 01.01 Художественное проектирование рекламного продукта, МДК 01.02. Разработка творческой концепции рекламного продукта практическая подготовка организуется путем проведения практических занятий, предусматривающих участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью;

- при проведении практики практическая подготовка организуется путем непосредственного выполнения обучающимися определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Учебная практика проводится на базе ППК СГТУ имени Гагарина Ю.А.

Производственная (по профилю специальности) практика проводится в организациях, направление деятельности которых соответствует профилю подготовки обучающихся. Производственная (по профилю специальности) практика проводится концентрировано по завершении МДК 01.01 Художественное проектирование рекламного продукта, МДК 01.02. Разработка творческой концепции рекламного продукта.

Формы проведения консультаций для обучающихся: групповые, индивидуальные, письменные, устные.

Программа профессионального модуля реализуется в 6,7 семестрах 3,4 курсов обучения. Освоению профессионального модуля должно предшествовать изучение учебных дисциплин и профессиональных модулей: ЕН.02 Экологические основы природопользования, ОП.01 Рисунок с основами перспективы, ОП.02 Живопись с основами цветоведения, ОП. 07 Основы предпринимательства

3.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарным курсам:

- наличие высшего профессионального образования соответствующего профилю преподаваемого модуля, направление деятельности которых соответствует области организации и проведения коммерческой деятельности;

- опыт работы в организациях соответствующей профессиональной сферы не менее 3 лет;

- прохождение стажировки в профильных организациях в организациях, направление деятельности которых соответствует области организации и проведения коммерческой деятельности, не реже 1 раза в 3 года.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Критерии оценки, формы и методы контроля и оценки результатов обучения

Код, наименование профессиональных компетенций	Критерии оценки	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.	Выбор художественной формы реализации рекламной идеи	Текущий контроль успеваемости: - опрос устный (фронтальный); - выполнение письменной работы; - выполнение практической работы (индивидуальная и групповая форма работы); - защита рефератов - собеседование по результатам выполненной работы; - наблюдение за процессом выполнения заданий; - демонстрация выполнения видов работ практики; - выполнение письменной работы "Отчет по практике". Межсессионная аттестация – тестирование. Промежуточная аттестация по МДК.01.01 в форме экзамена. Промежуточная аттестация по МДК.01.02 в форме экзамена. Промежуточная аттестация по УП.01.01 в форме дифференцированного зачета. Промежуточная аттестация по ПП.01.01 в форме дифференцированного зачета. Промежуточная аттестация по ПМ.01 в форме экзамена квалификационного.
ПК 1.2. Осуществлять художественное конструирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.	Осуществление поиска различных решений при создании рекламного продукта, услуги	
ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.	Разработка композиционное решение рекламного продукта	
ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.	Составление рекламных текстов	
ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.	Создание визуального образа с рекламными функциями	

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	- Определение социальной значимости профессиональной деятельности; - определение и характеристика задач и видов трудовых действий; - умение аргументировать свой профессиональный выбор; - поиск информации о профессиональной деятельности; - анализ информации о профессиональной деятельности.	Текущий контроль успеваемости: - опрос устный (фронтальный); - выполнение письменной работы; - выполнение практической работы (индивидуальная и групповая форма работы); - защита рефератов
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	- выявление задачи в профессиональном контексте; - анализ задачи, выделение её составных частей; - определение этапов решения задачи; - поиск информации необходимой для решения задачи; - планирование деятельности; - определение необходимых ресурсов; - контроль деятельности; - проведение оценки результатов собственных действий	- собеседование по результатам выполненной работы; - наблюдение за процессом выполнения заданий; - демонстрация выполнения видов работ практики; - выполнение письменной работы "Отчет по практике". Межсессионная аттестация – тестирование.
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	- анализ стандартных и нестандартных ситуаций; - описание ситуации; - выявление причинно-следственных связей; - поиск путей решения ситуации; - несение ответственность за принятое решение	Промежуточная аттестация по МДК.01.01 в форме экзамена. Промежуточная аттестация по МДК.01.02 в форме экзамена.
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	- определение задачи для поиска информации; - определение необходимых источников информации; - планирование процесса поиска; - структурирование получаемой информации; - выделение наиболее значимого в перечне информации; - оценка практической значимости результатов поиска; - оформление результатов поиска	Промежуточная аттестация по УП.01.01 в форме дифференцированного зачета. Промежуточная аттестация по ПП.01.01 в форме дифференцированного зачета.
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	- применение средств информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности; - осуществление поиска, обработки и хранения информации при помощи информационно-коммуникационных технологий; - решение профессиональных задач при помощи информационно-коммуникационных технологий; - использование современного программного обеспечения.	Промежуточная аттестация по ПМ.01 в форме экзамена квалификационного.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	- выполнение задач в рамках задания команды; - анализ и верная оценка собственной деятельности и деятельности коллег по команде; - позиционирование себя в команде; - презентация собственных идей; - эффективное взаимодействие посредством письменных и устных коммуникаций с коллегами, руководством, потребителями.	
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	- определение цели; - планирование деятельности; - распределение ресурсов; - координирование деятельности подчиненных; - осуществление контроля за деятельностью; - несение ответственность за результат выполнения задания	
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	- определение актуальности нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; - применение современной научной профессиональной терминологии; - определение задач профессионального и личностного развития; - определение и выстраивание траектории профессионального развития и самообразования; - планирование повышения своей квалификации	
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	- определение технологий, используемых в профессиональной деятельности; - определение источников информации о технологиях профессиональной деятельности; - определение условий и результатов успешного применения технологий.	
ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности	- владение основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности; - демонстрация способности понимать сущность предпринимательской деятельности в сфере рекламы; - владение основными навыками предпринимательской культуры	
ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке	- проявление эффективности, бесконфликтности, этичности норм общения при взаимодействии с людьми; - владение иностранным языком для профессионального общения; - понимание общего смысла четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и	

	бытовые); - участие в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; - построение простых высказываний о себе и о своей профессиональной деятельности; - краткое обоснование и объяснение своих действий (текущих и планируемых); - написание простых связных сообщений на знакомые или интересующие профессиональные темы	
--	---	--

4.2. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по профессиональному модулю

Показатели и критерии оценивания компетенций

Показатели и критерии оценивания компетенций, описание шкал оценивания содержатся в приложении 1.

Контрольные и тестовые задания

Контрольные задания содержатся в приложении 1.

Методические материалы

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, характеризующих формирование компетенций, содержатся в приложении 1.

**Контрольно-оценочные средства
для проведения промежуточной аттестации
по профессиональному модулю
ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции**

1.1. Форма промежуточной аттестации: Экзамен квалификационный (7 семестр).

1.2. Система оценивания результатов выполнения заданий

Оценивание результатов выполнения заданий промежуточной аттестации осуществляется на основе следующих принципов:

достоверности оценки – оценивается уровень сформированности знаний, умений, практического опыта, общих и профессиональных компетенций, продемонстрированных обучающимися в ходе выполнения задания;

адекватности оценки – оценка выполнения заданий должна проводиться в отношении тех компетенций, которые необходимы для эффективного выполнения задания;

надежности оценки – система оценивания выполнения заданий должна обладать высокой степенью устойчивости при неоднократных оценках уровня сформированности знаний, умений, практического опыта, общих и профессиональных компетенций обучающихся;

комплексности оценки – система оценивания выполнения заданий должна позволять интегративно оценивать общие и профессиональные компетенции обучающихся;

объективности оценки – оценка выполнения конкурсных заданий должна быть независимой от особенностей профессиональной ориентации или предпочтений преподавателей, осуществляющих контроль или аттестацию.

При выполнении процедур оценки заданий используются следующие основные методы:

- метод экспертной оценки;
- метод расчета первичных баллов;
- метод расчета сводных баллов;
- метод агрегирования.

Результаты выполнения заданий оцениваются в соответствии с разработанными критериями оценки.

Используется столбальная шкала оценки для оценивания результатов обучения.

Перевод столбальной шкалы учета результатов в пятибалльную оценочную шкалу:

Оценка	Количество баллов, набранных за выполнение теоретического и практического задания
Оценка 5 «отлично»	90-100
Оценка 4 «хорошо»	76-89
Оценка 3 «удовлетворительно»	50-75
Оценка 2 «неудовлетворительно»	≤ 49

1.3. Контрольно-оценочные средства

1.3.1 Задание:

1. Собеседование по вопросам

2. Практическое задание

МДК 01.01 Художественное проектирование рекламного продукта

1. Понятие «бренд», его отличие от торговой марки
2. Брендинг, его цели
3. Классификация брендов
4. Основные модели брендинга, их отличия, преимущества и недостатки
5. Виды маркетинговых исследований, особенности их использования в брендинге
6. Сегментация рынка, критерии сегментирования
7. Репозиционирование бренда, его причины
8. Ребрендинг, его причины
9. Рестайлинг, его причины
10. Ренейминг, его причины
11. Атрибуты бренда, их характеристика
12. Архитектура бренда.
13. Портфель брендов
14. Виды брендов
15. Этапы создания бренда
16. Программа лояльности к бренду
17. Идентичность бренда, уровни идентичности, отличие идентичности от имиджа
18. Виды конкурентов, конкретные позиции
19. Идентификаторы бренда
20. Имидж территории, его виды
21. Стратегии управления имиджем территории
22. Инструменты формирования имиджа территории
23. Логотип, его виды. Особенности дизайна
24. Оценка логотипа, процесс работы над логотипом
25. Макет печатной рекламы, принципы создания
26. Макет мондриан, сетка
27. Макет окно, рамка, цирк
28. Макет текстовая реклама, под обрез, полоса
29. Макет аксиальное положение, комикс, перенасыщенная текстом реклама
30. Макет алфавит, силуэт, мультиреклама
31. Приемы организации выставочного пространства
32. Виды выставочных стендов: линейный, анклав
33. Виды выставочных стендов: угловой, сквозной
34. Виды выставочных стендов: остров, полуостров
35. Виды выставочных стендов: лицом к лицу, карэ
36. Виды выставочных стендов: двухэтажный, смешанный
37. Оборудование выставочных стендов
38. Шрифтовой рекламный плакат, типографика
39. Изобразительный рекламный плакат, история его появления
40. Требования к дизайну рекламных плакатов
41. Особенности социальных рекламных плакатов
42. Классификация видов рекламных кампаний
43. Этапы планирования рекламной кампании
44. Особенности ситуационного анализа конкурентов
45. Требования к брифам по разработке рекламных продуктов
46. Стратегия рекламной кампании, ее типы
47. Медиапланирование, особенности построения медиалана

- 48. Рекламный бюджет, его основные статьи
- 49. Разработка рекламных обращений
- 50. Тесты, проводимые в процессе создания рекламы

МДК 01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта

- 1. Информационно-графический комплекс и его направления
- 2. Виды печати
- 3. Виды печатной продукции, требования к ней
- 4. Композиционное решение рекламного буклета
- 5. Композиционное решение рекламного плаката
- 6. Композиционное решение наружной рекламы
- 7. Композиционное решение рекламного проспекта
- 8. Композиционное решение рекламного каталога
- 9. Композиционное решение сувенирной продукции
- 10. Композиционное решение упаковки товара
- 11. Подготовка оригинал-макетов рекламной продукции
- 12. Подготовка рекламной продукции к печати
- 13. Использование фотографии при создании рекламной продукции
- 14. Виды и качественные различия упаковки
- 15. Конструктивные решения упаковки
- 16. Особенности технологии разработки упаковки товара
- 17. Решение рекламы торгового предприятия
- 18. Особенности проектирования витрины магазина
- 19. Выносная наружная реклама магазина
- 20. Материалы наружной рекламы
- 21. Световая реклама
- 22. Реклама на остановках
- 23. Реклама на транспорте
- 24. Психология восприятия транспортной рекламы
- 25. Графическое решение транспортной рекламы
- 26. Шрифтовое решение транспортной рекламы
- 27. Композиционное решение транспортной рекламы
- 28. Колористическое решение транспортной рекламы
- 29. Особенности дизайн-проекта транспортной рекламы
- 30. Фирменный стиль, его элементы
- 31. Фирменный стиль, этапы его разработки
- 32. Фирменный стиль, требования к нему
- 33. Требования к телевизионной рекламе
- 34. Виды телевизионных роликов
- 35. Разработка литературного сценария
- 36. Раскадровка
- 37. Календарно-постановочный план
- 38. Смета телевизионной рекламы
- 39. Специфика радиорекламы
- 40. Виды аудиороликов
- 41. Разработка сценария аудиоролика
- 42. Психология восприятия аудиорекламы
- 43. Процесс производства радиорекламы
- 44. Бриф для разработки фирменного стиля
- 45. Бриф для разработки наружной рекламы

- 46.Бриф для разработки упаковки
- 47.Бриф для разработки транспортной рекламы
- 48.Бриф для разработки телевизионной рекламы
- 49.Бриф для разработки печатной рекламы
- 50.Бриф для разработки радиорекламы

Примерные практические задания

Задание 1: Практическая работа на тему «Карманный календарь»
 Проверяемые результаты обучения: Проверяемый раздел дисциплины: Тема Формирование корпоративного стиля
 Проверяемые компетенции: ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-1.5, ОК-2, ОК-4, ОК-5.
 Текст задания: Студентам необходимо разработать лицевую художественную часть карманного календаря. Каждому студенту предлагается выбор художественной составляющей лицевой стороны карманного календаря

Задание 2: Групповое творческое задание №2
 Проверяемые результаты обучения: Проверяемый раздел дисциплины: Тема Шрифт как средство коммуникации
 Проверяемые компетенции: ПК1.4, ОК9, ОК10
 Текст задания: «Шрифтовой плакат» Используя одни и те же буквы, составить композиции на плакате в разных стилях

Задание 3: Индивидуальное творческое задание
 Проверяемые результаты обучения: Проверяемый раздел дисциплины: Тема Виды печати и печатной продукции.
 Текст задания: Написать дома рекламную статью в газету, цель которой убедить потребителя в необходимости купить предложенный продукт. Объем – 3000-6000 знаков с пробелами. Название и слоган должны быть выбраны из тех, которые были разработаны в творческих группах. На практических занятиях провести презентацию своей статьи.

1.3.2. Критерии оценки

	Критерии оценки к теоретическому заданию	Баллы за критерии оценки
	Наименование критерия	Максимальный балл – 1 балл
	демонстрирует глубокое, полное знание и понимание программного материала; последовательно, самостоятельно раскрывает основное содержание вопроса; выводы полностью аргументированные, в обобщениях прослеживается собственное наблюдение и опыт; четко и верно даны определения понятий и научных терминов дает верные, самостоятельные ответы на сопутствующие вопросы	1
	демонстрирует недостаточно глубокое, полное знание и понимание программного материала; недостаточно последовательно, но самостоятельно раскрывает основное содержание вопроса;	0,5

	выводы недостаточно аргументированные, в обобщениях прослеживается собственное наблюдение и опыт; недостаточно четко и верно даны определения понятий и научных терминов; при ответе на сопутствующие вопросы допускает несущественные ошибки, которые может исправить самостоятельно	
	демонстрирует неглубокое, неполное, с существенными пробелами знание и понимание программного материала; излагает программный материал фрагментарно, не всегда последовательно, раскрывает содержание материала, опираясь на помощь преподавателя; допущены ошибки и неточности в использовании научной терминологии; при ответе на сопутствующие вопросы допускает существенные ошибки, при исправлении которых испытывает трудности	0,25
	студент демонстрирует незнание и непонимание программного материала; основное содержание учебного материала не раскрыто; допущены грубые ошибки в определении понятий, при использовании терминологии; не даны ответы на вспомогательные вопросы преподавателя	0
	Итого	1

Критерии оценки практического задания

	Критерии оценки практического задания №1:	Балл за критерий оценки
1	2	3
		Максимальный балл за задание -3 балла
	Верно выполнено задание в заданном формате, слоган полностью соответствует задаче, съемка портрета выполнена со всеми условиями	3
	Верно выполнено задание в заданном формате, слоган требует смысловой корректировке, съемка портрета выполнена с незначительными погрешностями	2
	выполнено задание в не заданном формате, слоган частично соответствует задаче, съемка портрета выполнена с грубыми ошибками	1
	выполнено задание в не заданном формате, слоган не соответствует задаче, съемка портрета выполнена с грубыми ошибкам	0
	ИТОГО	3

	Критерии оценки практического задания № 2:	Балл за критерий оценки
1	2	3

		Максимальный балл за задание -3 балла
	Верно выполнено задание в заданном формате, стилистика шрифта полностью соответствует поставленной задаче, композиция плаката соблюдена грамотно	3
	Владеет теорией вопроса, материал в большей степени читается, чем рассказывается, соблюдает временной регламент, при ответах на некоторые вопросы испытывает затруднения	2
	Владеет терминологическим аппаратом, материал зачитывается, не соблюдает временной регламент, студент не может ответить на большинство вопросов	1
	Содержание статьи не соответствует теме	0
	ИТОГО	3

	Критерии оценки практического задания № 3:	Балл за критерий оценки
1	2	3
		Максимальный балл за задание -3 балла
	Владеет терминологическим аппаратом, материал в большей степени рассказывается, а не читается, соблюдает временной регламент, ориентируется в теме, свободно отвечает на вопросы	3
	Верно выполнено задание в заданном формате, стилистика шрифта частично соответствует поставленной задаче, композиция плаката соблюдена грамотно	2
	выполнено задание в заданном формате, стилистика шрифта не полностью соответствует поставленной задаче, композиция плаката соблюдена неграмотно	1
	выполнено задание в не заданном формате, стилистика шрифта не соответствует поставленной задаче, композиция плаката отсутствует	
	ИТОГО	3

1.4. Материально-техническое обеспечение для проведения промежуточной аттестации

Аттестация проводится в кабинете проектирования рекламного продукта, лаборатории компьютерного дизайна

1.5. Учебно-методическое и информационное обеспечение для проведения промежуточной аттестации

Основные учебные издания:

1. Лютов, В. П. Цветоведение и основы колориметрии : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. П. Лютов, П. А. Четверкин, Г. Ю. Головастиков. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 224 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-07008-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. —

URL: <https://urait.ru/bcode/441202>

2. Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 552 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-8974-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/426478>

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

Дополнительные учебные издания:

4. Колышкина, Т. Б. Основы рекламы: реклама в местах продаж : учебное пособие для среднего профессионального образования / Т. Б. Колышкина, И. В. Шустина, Е. В. Маркова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 222 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13048-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/448838>

5. Ёлочкин М.Е. и др. Дизайн-проектирование (композиция, макетирование, современные концепции в искусстве): Учебник для СПО.- М.: Академия, 2019

Интернет-ресурсы:

6. Информационно-правовой портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.garant.ru>

7. Справочная правовая системы «Консультант Плюс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://base.consultant.ru/>

Методические указания для обучающихся по освоению профессионального модуля

8. Методические указания для обучающихся по выполнению практических работ.

9. Методические указания для обучающихся по выполнению заданий самостоятельной работы.

10. Методические указания по выполнению заданий практики.

11. Методические указания по выполнению курсовых работ