



1920

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Кубанский государственный университет»

Институт среднего профессионального образования



Т.П. Хлопова

«26» мая 2020 г.

Рабочая программа профессионального модуля

ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции

42.02.01 Реклама

Краснодар 2020

Рабочая программа профессионального модуля ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее СПО) Реклама 42.02.01, утвержденного приказом Минобрнауки РФ от 12.05.2014 № 510 (зарегистрирован в Минюсте России 26.06.2014 № 32859)

Профессиональный модуль ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции

Форма обучения очная

Учебный год 2020-2021

3-4 курсы 5, 6, 7 семестры

всего часов _____ 829, в том числе:

максимальная учебная нагрузка обучающегося 514 часов, включая:

обязательная аудиторная учебная нагрузка _____ 328 часов;

самостоятельная работа _____ 148 часов;

консультации _____ 28 часов;

курсовые _____ 38 часов;

производственная практика _____ 315 часов;

форма итогового контроля экзамен квалификационный

Составитель: преподаватель _____ Иваненко О.П.

_____ Чугуевец А.Ю.

_____ Потапенко О.В.

подпись

Утверждена на заседании предметно-цикловой комиссии

_____ протокол № ____ от «25» мая 2020 г.

Председатель предметно-цикловой комиссии дисциплин направления Дизайн и

Реклама _____ Иваненко О.П.

«25» мая 2020 г.

Рецензент (-ы):

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	2
1.1 Область применения программы.....	2
1.2. Цели и задачи профессионального модуля – требования к результатам освоения профессионального модуля	2
1.3. Перечень планируемых результатов обучения по профессиональному модулю (перечень формируемых компетенций).....	3
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	7
2.1. Тематический план профессионального модуля	7
2.2. Содержание обучения по профессиональному модулю	8
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	16
3.1. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по профессиональному модулю	17
3.2. Перечень необходимого программного обеспечения	21
3.3. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения профессионального модуля	22
3.3.1. Основная литература	22
3.3.2. Дополнительная литература	22
3.3.3. Периодические издания	23
3.3.4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения модуля.....	24
4. ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ К ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА	24
4.1. Кадровое обеспечение образовательного процесса	25
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	25
6. ДОПОЛНИТЕЛЬНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	29
7. ОБУЧЕНИЕ СТУДЕНТОВ-ИНВАЛИДОВ И СТУДЕНТОВ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ.....	30

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции

1.1. Область применения рабочей программы

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

ПК 1.1 Осуществлять поиск рекламных идей.

ПК 1.2 Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.

ПК 1.3 Разрабатывать авторские рекламные проекты.

ПК 1.4 Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений

ПК 1.5 Создавать визуальные образы с рекламными функциями

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

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

иметь практический опыт:

- выбора художественной формы реализации
- рекламной идеи;
- создания визуального образа с рекламными функциями;
- художественного конструирования рекламных продуктов по заданию;
- **уметь:**
- осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги;
- разрабатывать композиционное решение рекламного продукта;
- использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы;
- составлять рекламные тексты;
- **знать:**
- выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы;
- приемы и принципы составления рекламного текста;
- композицию, шрифтовую и художественную графику в рекламе;

- методы проектирования рекламного продукта;
- методы психологического воздействия на потребителя.

1.3 Перечень планируемых результатов обучения по профессиональному модулю (перечень формируемых компетенций)

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

Код	Наименование результата обучения
ПК 1.1	Осуществлять поиск рекламных идей.
ПК 1.2	Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.
ПК 1.3	Разрабатывать авторские рекламные проекты.
ПК 1.4	Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений
ПК 1.5	Создавать визуальные образы с рекламными функциями
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3.	Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях.
ОК 4.	Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5.	Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности
ОК 6.	Работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7.	Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения заданий.
ОК 8.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9.	Быть готовым к смене технологий в профессиональной

	деятельности.
ОК 10	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.
ОК 11	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке

2.2. Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ)

МДК.01.01 Художественное проектирование рекламного продукта

Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр
		6,7
Учебная нагрузка (всего)	318	318
Аудиторные занятия (всего)	210	210
В том числе:		
занятия лекционного типа	70	70
практические занятия (практикумы)	102	102
Курсовое проектирование	38	38
Самостоятельная работа (всего)	60	60
в том числе:		
<i>Самостоятельная внеаудиторная работа в виде домашних практических заданий, индивидуальных заданий, самостоятельного подбора и изучения дополнительного теоретического материала</i>		
Консультации	20	20
Промежуточная аттестация (экзамен/зачет/дифзачет)		Другие/Экзамен
Общая трудоемкость	318	318

Структура дисциплины:

Наименование разделов и тем	Количество аудиторных часов			Самостоятельная работа обучающегося (час)	Курсовая	Консультации
	Всего	Теоретическое обучение	Практические и лабораторные занятия			
Раздел 1. Бренд-бук как основа	174	26	52	38	38	20
Раздел 2. Понятия и значения фирменного стиля	56	16	20	20	0	0
Раздел 3. Дизайн рекламы: социокультурные основания и специфика	40	10	20	10	0	0
Раздел 4. Дизайн рекламы: проектный процесс	48	18	10	20	0	0
Всего по дисциплине	318	70	102	88	38	20

Тематический план и содержание МДК.01.01

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические работы, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (если предусмотрена)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
Раздел 1. Бренд-бук как основа		174	1
	Содержание учебного материала		
	Лекции	26	
	Миссия и философия компании	4	1
	Ценности бренда	4	1
	Ключевые идентификаторы бренда	6	1
	Каналы и методы передачи бренда	6	1
	Бренд-бук элементы	6	1

Практические (лабораторные) занятия			
	Разработка элементов фирменного стиля	52	
Курсовая работа		38	
Разработка бред-бука			
	Консультации	20	
Самостоятельная работа обучающихся		38	1
Поиск и решение задач по подбору цвета, шрифта и проч. Элементов фирменного стиля. Анализ фирменных стилей. Брендбуков.			
Раздел 2. Понятия и значения фирменного стиля		56	1
Содержание учебного материала			
Лекции		16	1
	Элементы фирменного стиля	4	1
	Носители фирменного стиля	2	1
	Цвет как элемент фирменного стиля	2	1
	Шрифт как элемент фирменного стиля	4	1
	Товарный знак как элемент фирменного стиля	2	1
	Визитная карточка как носитель фирменного стиля	2	1
Практические (лабораторные) занятия		20	2
	Разработки серий логотипов, шрифтов	20	
Самостоятельная работа обучающихся		20	2
Анализ наружной рекламы города с точки зрения привязки к целевой аудитории			
Раздел 3 .Дизайн рекламы: социокультурные основания и специфика		40	1
Содержание учебного материала			
Лекции		10	1

	Тема 1. Графический дизайн как явление.	2	1
	Тема 2. Графический дизайн и реклама.	4	1
	Тема 3. Проектные приемы разработки рекламного образа.	4	1

Практические (лабораторные) занятия		20	2
	Эффективная рекламная кампания: анализ, примеры, выявление общих закономерностей	20	
Самостоятельная работа обучающихся Анализ наружной рекламы города с точки зрения привязки к целевой аудитории		10	2

Раздел 4. Дизайн рекламы: проектный процесс		48	1
--	--	----	---

Содержание учебного материала			
Лекции		18	1
	Тема 1. Этапы проектирования визуальной рекламы.	10	1
	Тема 2. Композиция и цвет в дизайне рекламы.	4	1
	Тема 3. Оценка оптимальности проектного решения.	4	1

Практические (лабораторные) занятия			2
	Разработка стратегии интернет-продвижения (практическое задание)	10	
Самостоятельная работа обучающихся Анализ готовых бренд-буков с точки зрения привязки к целевой аудитории		20	2

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

1. – ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
2. – репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством)
3. – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач)

Содержание разделов дисциплины

Занятия лекционного типа

№ раздела	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма текущего контроля
1	2	3	4
6, 7 семестр			
1	Раздел 1. Бренд-бук как основа	Тема 1. Миссия и философия компании Тема 2. Ценности бренда Тема 3. Ключевые идентификаторы бренда Тема 4. Каналы и методы передачи бренда Тема 5. Бренд-бук элементы	У
2	Раздел 2. Понятия и значения фирменного стиля	Тема 1. Элементы фирменного стиля Тема 2. Носители фирменного стиля Тема 3. Цвет как элемент фирменного стиля Тема 4. Шрифт как элемент фирменного стиля Тема 5. Товарный знак как элемент фирменного стиля Тема 6. Визитная карточка как носитель фирменного стиля	У
1	Раздел 3. Дизайн рекламы: социокультурные основания и специфика	Тема 1. Графический дизайн как явление. Тема 2. Графический дизайн и реклама. Тема 3. Проектные приемы разработки рекламного образа.	У
2	Раздел 4. Дизайн рекламы: проектный процесс	Тема 1. Этапы проектирования визуальной рекламы. Тема 2. Композиция и цвет в дизайне рекламы. Тема 3. Оценка оптимальности проектного решения.	У
Примечание: Т – тестирование, Р – написание реферата, У – устный опрос, КР – контрольная работа			

Практические занятия (Лабораторные занятия)

№	Наименование раздела	Наименование практических (лабораторных) работ	Форма текущего контроля
<i>6,7 семестр</i>			

1	2	3	4
1.	Раздел 1. Бренд-бук как основа	Разработка элементов фирменного стиля	У
2.	Раздел 2. Понятия и значения фирменного стиля	Разработки серий логотипов, шрифтов	У
3	Раздел 3. Дизайн рекламы: социокультурные основания и специфика	Эффективная рекламная кампания: анализ, примеры, выявление общих закономерностей	У
4	Раздел 4. Дизайн рекламы: проектный процесс	Разработка стратегии интернет-продвижения (практическое задание)	У

Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

№	Наименование раздела, темы, вида СРС	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
1	2	3
1.	Раздел 1. Бренд-бук как основа	Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Поляков, А. А. Романов. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 502 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00728-2. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/1BF53170-0D1A-43E0-A621-D5AD21B3C08E
2.	Раздел 2. Понятия и значения фирменного стиля	Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для СПО / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 552 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03716-6. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/BE32DC43-A352-43FF-834B-973D452A4D33
3.	Раздел 3. Дизайн рекламы: социокультурные основания и специфика	
4.	Раздел 4. Дизайн рекламы: проектный процесс	

МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта

Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	<i>Объем часов</i>
Максимальная учебная нагрузка (всего)	196
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	132
в том числе:	-
занятия лекционного типа	32
практические занятия	96
лабораторные занятия	
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	60
в том числе:	-
Консультации	8
Курсовой проект	
<i>Промежуточная аттестация в форме экзамена</i>	Экзамен

Структура дисциплины:

Наименование разделов и тем	Количество аудиторных часов			Самостоятельная работа обучающегося (час)	Консультации
	Всего	Теоретическое обучение	Практические и лабораторные занятия		
Раздел 1. Рекламный продукт: стратегии разработки и продвижения	25	4	12	8	1
Раздел 2. Процесс разработки и реализации творческой концепции	23	4	10	8	1
Раздел 3. Технологии рекламной деятельности	23	4	10	8	1
Раздел 4. Печатная реклама: технологии создания.	29	4	14	10	1
Раздел 5. Наружная реклама: технологии производства	25	4	14	6	1
Раздел 6. Видео-и радиореклама: технологии производства	23	4	12	6	1
Раздел 7. Мультимедиа и интернет-реклама	27	4	14	8	1
Раздел 8. Оценка эффективности рекламной деятельности	21	4	10	6	1
Всего по дисциплине	196	32	96	60	8

Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические работы, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (если предусмотрена)	Объем часов	Уровень освоения	
1	2	3	4	
Раздел 1. Рекламный продукт: стратегии разработки и продвижения		25		
Тема 1.1. Понятия «реклама», «продукт», «товар». Технологическая цепочка рекламной кампании. Классификация рекламных услуг.	Содержание учебного материала			
	Лекции		-	
	1	Реклама как сфера экономических, юридических, общественных отношений.	1	1
	2	Рекламный атрибут как необходимая часть рекламной кампании.		
	3	Три этапа технологической цепочки. Виды рекламного продукта и услуг.		
	Практические (лабораторные) занятия		-	1
	1	Продукт в маркетинге как составная часть товара, выступающая в качестве первоосновы	3	
	2	Товар как объект рекламирования. Специфика рекламной деятельности		
	3	Классификация рекламных продукт и услуг		
	Самостоятельная работа обучающихся 1. Различие понятий «продукт» и «товар» 2. Понятие «маркетинг» применительно к рекламной сфере		2	1
Тема 1.2. Концепция товара в маркетинге	Содержание учебного материала			
	Лекции		-	
	1	Понятие товара в маркетинге. Информационные модели рекламного воздействия на потребителя	1	1
	2	Девять концепций формирования рекламы товара		
	3	(креативности, имиджа товарных марок и др.)		
	Практические (лабораторные) занятия		3	1
	1	Концепция креативности, имиджа товарных марок, рекламного позиционирования товара		
	2	Мультирендовая, квазибрендовая, перекрестная концепции.		
	3	Концепция вовлеченности и ключевой компетенции		
	Самостоятельная работа обучающихся 1. Маркетинг в рекламной сфере: концепции, системы, воздействие на целевую аудиторию		2	
Тема 1.3. Стратегии рекламной деятельности и рекламных обращений	Содержание учебного материала			
	Лекции		-	
	1	Понятие «стратегия», «рекламная стратегия». Подходы к стратегическому управлению рекламной деятельностью	1	1
	2	Базовые стратегии рекламной компании. Понятие стратегии рекламных обращений (творческая стратегия)		
	3	Рационалистическая и эмоциональная реклама: характеристика, особенности применения, преимущества и недостатки		
	Практические (лабораторные) занятия		-	1
	1	Специфика рыночного подхода и его инструментарий. Подход с позиции управления	3	
	2	Коммуникационная, марочная и конкурентная стратегии. Стратегия рекламы в зависимости от долевой ситуации рекламодателя на рынке. Стратегия выбора средств рекламы и др.		
	3	Процесс разработки стратегии рекламного сообщения. Виды стратегий рекламного обращения		
	Самостоятельная работа обучающихся 1. Анализ рекламных стратегий региональных и федеральный агентства		2	2

	2.Анализ зарубежного опыта стратегического управления и его адаптация в российских условиях		
Тема 1.4 Бриф: модели, структура	Содержание учебного материала		
	Лекции	-	-
	1 Понятие, цель и функции брифа	1	1
	2 Структура брифа		
	3 Значение брифа в современной рекламной деятельности		
	Практические (лабораторные) занятия	-	3
	1 Основные разделы клиентского брифа	3	
	2 Оценка брифа: критерии		
	3 Подготовка собственного брифа (практическое задание)		
	Самостоятельная работа обучающихся 1.Понятие «креативный бриф» : определение, специфика, отличие от традиционного брифа, методика создания 2.Анализ современных рекламных брифов: секреты эффективности	2	2
Раздел 2. Процесс разработки и реализации творческой концепции			
Тема 2.1 Разработка рекламного сообщения: методика, механизмы и приемы привлечения внимания, требования, каналы распространения.	Содержание учебного материала		
	Лекции	-	1
	1 Рекламное сообщение: сущность и значение.	1	
	2 Методика создания рекламного сообщения и его оценка согласно существующим требованиям		
	3 Механизмы привлечения внимания и каналы распространения рекламного сообщения		
	Практические (лабораторные) занятия	-	3
	1 Создание рекламного сообщения (практическое задание)	2	
	2 Оценка рекламного сообщения: соответствие общим требованиям		
	3 Анализ доступных каналов распространения рекламного сообщения		
	Самостоятельная работа обучающихся 1.Анализ современных рекламных сообщений: выявление общих тенденций	1	2
Тема 2.2 Формирование рекламного сообщения: идея, структура, оценивание.	Содержание учебного материала		
	Лекции	-	-
	1 Формирование идеи рекламного сообщения: методы	1	2
	2 Структура рекламного сообщения		
	3 Методы оценивания рекламного сообщения: с позиций потребителя, заказчика и др.		
	Практические (лабораторные) занятия	-	-
	1 Анализ современных рекламных сообщений: эффективность, соответствие требованиям, восприятие	2	2
	2 Современные методы совершенствования рекламного сообщения: приемы воздействия на аудиторию, размещение рекламы, составление «портрета» потенциального клиента и др.		
	Самостоятельная работа обучающихся 1.Приемы воздействия на целевую аудиторию: взгляд со стороны рекламодателя, исполнителя и целевой аудитории	1	1
	Тема 2.3 Мотивация покупателя. Креативное творчество в рекламе	Содержание учебного материала	
Лекции		-	-
1 Теории мотивации: общее и различное. Адаптация в современных условиях		0,5	2
2 Рациональные, эмоциональные и нравственные мотивы			
3 Способности, необходимые для создания креативной рекламы. Ключевые параметры креативности			
Практические (лабораторные) занятия		-	-
1 Мотивация покупателя: основные законы	1	3	

	2 Приемы для создания креативной рекламы			
	3 Создание креативной рекламы (практическое задание)			
	Самостоятельная работа обучающихся	1	1	
	1.Примеры креативной рекламы российского и зарубежного рынка			
Тема 2.4 Создание рекламного текста. Копирайтинг, рерайтинг и др.	Содержание учебного материала			
	Лекции	-	-	
	1 Основные требования к рекламному тексту. Создание эффективности рекламного текста: методика, приемы, оценивание.	0,5	2	
	2 Применение механизмов мотивации. Методы увеличения эффективности сообщения			
	Практические (лабораторные) занятия	-	-	
	1 Применение различных методов увеличения эффективности рекламного сообщения: характеристика и примеры	1	3	
	2 Методы создания и оценки рекламного текста			
	3 Создание рекламного текста (практическое задание)			
	Самостоятельная работа обучающихся	1	1	
	1.Копирайтинг и рерайтинг: общее и различное			
	2.Рынок интернет-копирайтинга: фриланс			
Тема 2.5 Визуальный образ в рекламе: процесс формирования и методы тестирования	Содержание учебного материала			
	Лекции	-	-	
	1 Основные визуальные средства и возможности их применения	0,5	2	
	2 Значение цвета в рекламе. Фоторекламы: секреты эффективности. Видеореклама: этапы разработки идеи и подготовки сценария			
	3 Различные виды тестирования рекламы. Контрольные вопросы для тестирования рекламы различных типов			
	Практические (лабораторные) занятия	-	-	
	1 Факторы эффективности визуальных образов.	2	2	
	2 Методика создания эффективного рекламного видеоролика и фотографии			
	3 Тестирование различных типов рекламы (анализ современных примеров)			
		Самостоятельная работа обучающихся	2	
	1.Использование линий в рекламе: примеры и значение			
	2.Рекламная фотография: история и современность			
	3. Рекламное видео: яркие примеры отечественного и зарубежного производства			
Тема 2.6 Организация творческой деятельности в организации	Содержание учебного материала			
	Лекции	-	-	
	1 Договор с рекламным агентством: основные пункты.	0,5	1	
	2 Структура рекламного отдела (агентства)			
	3 Технические и кадровые моменты управления			
	Практические (лабораторные) занятия	-	-	
	1 Современное рекламное агентство: структура, управление	2	1	
	2 Виды конфликтов в рекламной деятельности и методы их урегулирование			
	3 Управление рекламной деятельностью: возможности и инструменты			
		Самостоятельная работа обучающихся	2	1
	1.Проблемы управления рекламной организацией в современных условиях			
	2.Правовые и этические аспекты рекламной деятельности			
	3. Творческий процесс в организации: методы контроля			
Раздел 3. Технологии рекламной деятельности				
Тема 3.1 Инструменты и технологии	Содержание учебного материала			
	Лекции	-	-	
	1 Сущность, основные понятия и виды рекламных технологий	2	1	

рекламной деятельности	2 Использование рекламных технологий в управлении рекламной деятельностью		
	3 Инструментарий продвижения в рекламной деятельности		
	Практические (лабораторные) занятия	-	-
	1 Пять групп инструментов. Технологии их применения	5	1
	2 Виды и свойства рекламных технологий		
	Самостоятельная работа обучающихся	4	1
	1.Примеры использования различных технологий рекламной деятельности		
Тема 3.2 Протореклама: история, технология, специфика	Содержание учебного материала		
	Лекции	-	
	1 Технологии средств проторекламы	2	1
	2 Использование технологий проторекламы в развитии современной рекламы		
	3 Тенденции в глобализации рекламного пространства		
	Практические (лабораторные) занятия	-	-
	1 Исторические средства проторекламы	5	1
	2 Протореклама в современных условиях		
	Самостоятельная работа обучающихся	4	1
		1. Проторекламы: возможности использования в современных условиях (анализ с примерами)	
Раздел 4. Печатная реклама: технологии создания.			
Тема 4.1 Понятие «оригинал-макет» и технологии его создания	Содержание учебного материала		
	Лекции	-	-
	1 Понятие «оригинал-макет». Три вида издательских оригиналов	2	1
	2 Макетирование. Этапы разработки оригинал-макетов.		
	3 Технические требования оригинал-макета.		
	Практические (лабораторные) занятия	-	-
	1 Основные принципы разработки оригинал-макета	4	1
	2 Виды печати и материалов		
Самостоятельная работа обучающихся	2	2	
	1.Составление таблицы зависимости запоминаемости рекламы от формата объявления		
Тема 4.2 Шрифты в макетировании и полиграфические технологии	Содержание учебного материала		
	Лекции	-	-
	1 Шрифт и его основные характеристики. Основная группа шрифтов.	1	1
	2 Полиграфические услуги.		
	3 Виды печати		
	Практические (лабораторные) занятия	-	-
	1 Гарнитура в типографике	5	1
	2 Три группы полиграфических технологий		
Самостоятельная работа обучающихся	4	2	
	1. Анализ современного полиграфического рынка: инструменты и возможности рекламной сферы		
Тема 4.3 Основные носители и материалы в рекламной полиграфии	Содержание учебного материала		
	Лекции	-	-
	1 Виды печатной рекламы: основные носители	1	1
	2 Бумага в полиграфии. Виды полиграфической бумаги		
	Практические (лабораторные) занятия	-	-
	1 Создание печатной рекламы (практическое задание)	5	1
	2Характеристика четырех видов печати		
	3 Косвенный и прямой способ плоской печати		
Самостоятельная работа обучающихся	4	2	
	1.Анализ эффективности позиции обращения на странице газеты.		

Раздел 5. Наружная реклама: технологии производства			
Тема 5.1 Особенности макетирования и установки	Содержание учебного материала		
	Лекции	-	-
	1 Создание макета наружной рекламы: основные принципы	2	1
	2 Оценка рекламного макета наружной рекламы: методика		
	3 Размещение и установка наружной рекламы: основные правила		
	Практические (лабораторные) занятия	-	-
	1 Создание макета наружной рекламы (практическое задание)	5	1
	2 Оценка созданных макетов (работа в группах)		
	3 Разработка рекомендаций по размещению наружной рекламы		
	Самостоятельная работа обучающихся	2	2
1. Анализ наружной рекламы города с точки зрения размещения			
Тема 5.2 Технологии производства. Основные материалы в наружной рекламе	Содержание учебного материала		
	Лекции	-	-
	1 Материалы в наружной рекламе	1	1
	2 Виды изготовления изображений в наружной рекламе		
	3 Технологии производства различных видов наружной рекламы		
	Практические (лабораторные) занятия	-	-
	1 Характеристика основных материалов в наружной рекламе: преимущества и недостатки	5	1
	2 Производство наружной рекламы: основные моменты		
	Самостоятельная работа обучающихся	2	2
	1. Анализ наружной рекламы города с точки зрения привязки к целевой аудитории		
Тема 5.3 Стационарная наружная реклама. Световые, проекционные и динамические рекламные установки. Реклама на движущихся носителях.	Содержание учебного материала		
	Лекции	-	-
	1 Виды наружной рекламы. Стационарная (билборд, растяжка и ин.)	1	1
	2 Виды наружной рекламы. Световая и динамическая (лайтбоксы, экраны и др.)		
	3 Реклама на движущихся материалах: виды, способы размещения		
	Практические (лабораторные) занятия	-	-
	1 Выбор вида рекламы в зависимости от цели рекламной кампании	4	1
	2 Выбор места размещения наружной рекламы		
	Самостоятельная работа обучающихся	2	2
	1. Анализ наружной рекламы города с точки зрения коммуникативности		
Раздел 6. Видео-и радиореклама: технологии производства			
Тема 6.1 Средства видеорекламы. Технологические этапы производства, особенности подготовки и создания.	Содержание учебного материала		
	Лекции	-	-
	1 Видеореклама: понятие, виды, технические характеристики различных видеорекламы.	2	1
	2 Препродакшн и постпродакшн.		
	3 Подготовка видеорекламы: последовательность и основные правила.		
	Практические (лабораторные) занятия	-	-
	1 Принципы создания видеорекламы	4	1
	Самостоятельная работа обучающихся	2	1
1. Эффективная видеореклама: секреты производства			
Тема 6.2 Технологии видеосъемки и видеомонтажа.	Содержание учебного материала		
	Лекции	-	-
	1 Базовые технологии съемки: точка съемки, движение камеры, последовательность киноповествования, выбор объектива, освещение на натуре и в павильоне, монтаж, звук в рекламном	1	1

	ролике		
	2 Видеомонтаж: понятие, технологии		
	Практические (лабораторные) занятия	-	-
	1 Разработка сценария рекламного видеоролика (практическое задание)	4	3
	Самостоятельная работа обучающихся	2	1
	1. Примеры эффективной видеорекламы		
	2. Креативная съемка и монтаж: определение и составляющие		
Тема 6.3 Типология радиорекламы. Особенности создания сценария и производство радиорекламы.	Содержание учебного материала		
	Лекции	-	-
	1 Типология радиорекламы. Особенности производства	1	1
	2 Создание сценария радиорекламного сообщения.		
	3 Организация рекламной компании с использованием радиорекламы		
	Практические (лабораторные) занятия	-	-
	1 Разработка сюжета и текста радиорекламы (практическое задание)	4	3
	2 Обоснование ситуации выбора радиорекламы для продвижения того или иного продукта		
	3 Джингл: структура и особенности разработки. Бриф радиоролика.		
Самостоятельная работа обучающихся	2	1	
1. Современная радиореклама: специфика			
Раздел 7. Мультимедиа и интернет-реклама			
Тема 7.1 Понятие и классификация мультимедиа. Современные мультимедийные технологии в рекламе	Содержание учебного материала		
	Лекции	-	-
	1 Мультимедиа: понятие и три принципа функционирования. Классификация мультимедиа	2	1
	2 Носители мультимедиа		
	Практические (лабораторные) занятия	-	-
	1 Мультимедийная презентация. Flash-презентации и заставки. Мультимедийные открытки. Электронный каталог. Рекламные терминалы. Скринсейверы. Мультимедийные игры и др.	7	1
	Самостоятельная работа обучающихся	4	1
1. Мультимедийная & традиционная реклама: взаимодействие и перспективы			
Тема 7.2 Рекламные технологии и виды рекламы в Интернете	Содержание учебного материала		
	Лекции	-	-
	1 Интернет-реклама: пассивная и активная. Рекламная сеть. Способы передачи рекламного сообщения пользователю средствами интернета.	2	1
	2 Поисковая реклама: оптимизация сайта и продвижение в поисковых системах, контекстная и банерная реклама		
	3 Непоисковая реклама (SMM, E-mail-маркетинг и др.)		
	Практические (лабораторные) занятия	-	-
	1 Основные рекламоносители в Интернете.	7	3
	2 Характеристика различных видов поисковой и непоисковой рекламы в Интернете		
	3 Разработка стратегии интернет-продвижения (практическое задание)		
Самостоятельная работа обучающихся	4	1	
1. Продвижение в сети Интернет – сфера деятельности рекламистов или узкоспециализированных профессионалов?			
Раздел 8. Оценка эффективности рекламной деятельности			
Тема 8.1. Бюджет рекламной	Содержание учебного материала		
	Лекции	-	-

деятельности: разработка и контроль	1 Понятие «бюджет», «смета». Постановка задачи расчета рекламного бюджета.	2	1
	2 Экономический эффект рекламной кампании.		
	Практические (лабораторные) занятия	-	
	1 Основные факторы рекламного бюджета.	5	1
	2 Этапы достижения целей рекламной компании		
	Самостоятельная работа обучающихся 1. Бюджет современной рекламной кампании: анализ с выявлением основных тенденций	3	2
Тема 8.2 Оценка рекламной деятельности, определение эффективности	Содержание учебного материала		
	Лекции	-	-
	1 Понятие эффективности маркетинговой коммуникации: экономический, коммуникативный и социальный эффекты	2	1
	2 Источники комплексной оценки эффективности рекламной кампании.		
	Практические (лабораторные) занятия	-	-
	1 Инструментарий оценки эффективности рекламной кампании	5	1
	Самостоятельная работа обучающихся 1. Эффективная рекламная кампания: анализ, примеры, выявление общих закономерностей	3	2

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

1. – ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
2. – репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством)
3. – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач)

Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

№	Наименование раздела, темы, вида СРС	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
1	2	3
5.	Раздел 1. Рекламный продукт: стратегии разработки и продвижения	Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта: учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Поляков, А. А. Романов. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 502 с. — (Серия: Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00728-2. https://bibli-online.ru/book/1BF53170-0D1A-43E0-A621-D5AD21B3C08E/razrabotka-i-tehnologii-proizvodstva-reklamnogo-produkta
6.	Раздел 2. Процесс разработки и реализации творческой концепции	Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта: учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Поляков, А. А. Романов. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 502 с. — (Серия: Бакалавр. Академический

		курс). — ISBN 978-5-534-00728-2. https://bibli-online.ru/book/1BF53170-0D1A-43E0-A621-D5AD21B3C08E/razrabotka-i-tehnologii-proizvodstva-reklamnogo-produkta
7.	Раздел 3. Технологии рекламной деятельности	Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта: учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Поляков, А. А. Романов. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 502 с. — (Серия: Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00728-2. https://bibli-online.ru/book/1BF53170-0D1A-43E0-A621-D5AD21B3C08E/razrabotka-i-tehnologii-proizvodstva-reklamnogo-produkta
8.	Раздел 4. Печатная реклама: технологии создания	Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта: учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Поляков, А. А. Романов. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 502 с. — (Серия: Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00728-2. https://bibli-online.ru/book/1BF53170-0D1A-43E0-A621-D5AD21B3C08E/razrabotka-i-tehnologii-proizvodstva-reklamnogo-produkta Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для СПО / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 431 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-04657-1. https://bibli-online.ru/book/558C825F-4352-4F07-9AA1-7A6C4CAF2DE7/reklamnoe-delo
9.	Раздел 5. Наружная реклама: технологии производства	Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта: учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Поляков, А. А. Романов. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 502 с. — (Серия: Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00728-2. https://bibli-online.ru/book/1BF53170-0D1A-43E0-A621-D5AD21B3C08E/razrabotka-i-tehnologii-proizvodstva-reklamnogo-produkta Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для СПО / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 431 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-04657-1. https://bibli-online.ru/book/558C825F-4352-4F07-9AA1-7A6C4CAF2DE7/reklamnoe-delo
10.	Раздел 6. Видео-и радиореклама: технологии производства	Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта: учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Поляков, А. А. Романов. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 502 с. — (Серия: Бакалавр. Академический

		курс). — ISBN 978-5-534-00728-2. https://bibli-online.ru/book/1BF53170-0D1A-43E0-A621-D5AD21B3C08E/razrabotka-i-tehnologii-proizvodstva-reklamnogo-produkta Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для СПО / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 431 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-04657-1. https://bibli-online.ru/book/558C825F-4352-4F07-9AA1-7A6C4CAF2DE7/reklamnoe-delo
11.	Раздел 7. Мультимедиа и интернет-реклама	Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта: учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Поляков, А. А. Романов. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 502 с. — (Серия: Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00728-2. https://bibli-online.ru/book/1BF53170-0D1A-43E0-A621-D5AD21B3C08E/razrabotka-i-tehnologii-proizvodstva-reklamnogo-produkta Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для СПО / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 431 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-04657-1. https://bibli-online.ru/book/558C825F-4352-4F07-9AA1-7A6C4CAF2DE7/reklamnoe-delo
12.	Раздел 8. Оценка эффективности рекламной деятельности	Щепилова, Г. Г. Маркетинговое и правовое обеспечение рекламной деятельности : учебник для СПО / Г. Г. Щепилова, К. В. Щепилов. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 381 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-01247-7. https://bibli-online.ru/book/9464C294-56C2-44C8-8E0E-D00856951E8E/marketingovoe-i-pravovoe-obespechenie-reklamnoy-deyatelnosti

Производственная практика (по профилю специальности) ПП.01.01.

ПП.01.01.— 315 часов, в том числе консультации – 27 часов (7 недель) – 8 сем.

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по профессиональному модулю

Материально-техническое обеспечение

Лаборатория художественно-конструкторского проектирования, ул. Мира, 29 ауд. 2

Специализированная мебель и системы хранения (доска классная, стол и стул учителя, столы и стулья ученические, шкафы для хранения учебных пособий, системы хранения таблиц и плакатов);

технические средства обучения (рабочее место учителя: компьютер учителя, видеопроектор, экран, лицензионное ПО);

демонстрационные учебно-наглядные пособия (комплект стендов).

3.2. Перечень необходимого программного обеспечения

- Операционная система Microsoft Windows 10
- Пакет программ Microsoft Office Professional Plus (
- Система автоматизированного проектирования (САПР) AutoCad (2019) (данное программное обеспечение фирмой Autodesk распространяется бесплатно для учебных учреждений);
- Многофункциональный графический редактор Adobe Photoshop Extended CS6 13 Multiple Platforms Russian AOO License CLP Level 2 (50,000 - 99,999) Academic Edition (контракт 114-ОАЭФ/2012 от 27.09.2012, бессрочно);
- GIMP – свободно распространяемый растровый графический редактор, используемый для создания и обработки растровой графики License (свободное программное обеспечение, не ограничено, бессрочно);
- 7-zip GNU Lesser General Public License (свободное программное обеспечение, не ограничено, бессрочно);
- Интернет браузер Google Chrome (бесплатное программное обеспечение, не ограничено, бессрочно);
- K-Lite Codec Pack — универсальный набор кодеков (кодировщиков-декодировщиков) и утилит для просмотра и обработки аудио- и видеофайлов (бесплатное программное обеспечение, не ограничено, бессрочно);
- WinDjView – программа для просмотра файлов в формате DJV и DjVu (свободное программное обеспечение, не ограничено, бессрочно);

3.3. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения профессионального модуля

3.3.1. Основная литература:

МДК.01.01

1. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Поляков, А. А. Романов. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 502 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00728-2. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/1BF53170-0D1A-43E0-A621-D5AD21B3C08E.

МДК.01.02

1. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта: учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Поляков, А. А. Романов. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 502 с. — (Серия: Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00728-2. <https://biblio-online.ru/book/1BF53170-0D1A-43E0-A621-D5AD21B3C08E/razrabotka-i-tehnologii-proizvodstva-reklamnogo-produkta>

2. Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для СПО / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 552 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03716-6. <https://biblio-online.ru/book/BE32DC43-A352-43FF-834B-973D452A4D33/osnovy-reklamy>

3. Щепилова, Г. Г. Маркетинговое и правовое обеспечение рекламной деятельности : учебник для СПО / Г. Г. Щепилова, К. В. Щепилов. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 381 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-01247-7. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/9E3BC42F-BA1D-4E53-9F8A-559A01D0F2F8.

4. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для СПО / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 431 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-04657-1. <https://biblio-online.ru/book/558C825F-4352-4F07-9AA1-7A6C4CAF2DE7/reklamnoe-delo>

Информационные технологии в маркетинге : учебник и практикум для СПО / С. В. Карпова [и др.] ; под общ. ред. С. В. Карповой. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 367 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9115-4. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/392D9025-B690-4BDC-A2DC-C7C48D764C1E

3.3.2. Дополнительная литература:

МДК.01.01

1. Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для СПО / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 552 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03716-6. <https://biblio-online.ru/book/BE32DC43-A352-43FF-834B-973D452A4D33/osnovy-reklamy>

МДК.01.02

1. Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью [Электронный ресурс] : учебник для бакалавров / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. - М. :Юрайт, 2017. - 552 с. - <https://biblio-online.ru/book/C22451DB-704D-4373-87DC-32CA2CE273BF>.

2. Федотова, Л. Н. Реклама: теория и практика : учебник для академического бакалавриата / Л. Н. Федотова. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 391 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-01290-3. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/769871C5-2B19-4E94-B9F1-9923FE706F5E.

3.3.3. Периодические издания:

1. Журнал «Новости рекламы»

2. Электронная библиотека "Издательского дома "Гребенников" (www.grebennikon.ru);

3. Базы данных компании «Ист Вью» (<http://dlib.eastview.com>).

3.3.4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. Министерство образования и науки Российской Федерации (<http://минобрнауки.пф/>);
2. Федеральный портал "Российское образование" (<http://www.edu.ru/>);
3. Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам" (<http://window.edu.ru/>);
4. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов (<http://school-collection.edu.ru/>);
5. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов (<http://fcior.edu.ru/>);
6. Образовательный портал "Учеба" (<http://www.uceba.com/>);
7. Проект Государственного института русского языка имени А.С. Пушкина "Образование на русском" (<https://pushkininstitute.ru/>);
8. Научная электронная библиотека (НЭБ) (<http://www.elibrary.ru/>);
9. Национальная электронная библиотека (<http://нэб.пф/>);
10. КиберЛенинка (<http://cyberleninka.ru/>).
11. Справочно-информационный портал "Русский язык" (<http://gramota.ru/>);
12. Служба тематических толковых словарей (<http://www.glossary.ru/>);
13. Словари и энциклопедии (<http://dic.academic.ru/>);
14. Консультант Плюс - справочная правовая система (доступ по локальной сети)

4. ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ К ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА

4.1 Кадровое обеспечение образовательного процесса

-наличие высшего профессионального образования, соответствующего профилю модуля.

-опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы, преподаватели должны проходить стажировку в профильных организациях не реже 1 раза в 5 лет.

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой

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

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.	Нахождение и использование различных источников информации, в том числе электронной, для эффективного поиска рекламных идей.	Практические работы. Отчет по производственной практике. Самостоятельная работа.
	Результативность поиска различных решений при создании рекламного продукта, услуги в соответствии с поставленной задачей	Практические работы. Творческие работы. Отчет по производственной практике. Самостоятельная работа.
	Результативность поиска графической концепции рекламного продукта в соответствии с поставленной задачей.	Практическая работа. Отчет по производственной практике. Самостоятельная работа.
ПК 1.2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных	Соответствие эскиза композиционного решения рекламного продукта рекламной идее;	Практическая работа. Творческие работы. Отчет по производственной практике. Самостоятельная работа.

изобразительных средств рекламы.		
	Оптимальность выбора изобразительных средств рекламы в соответствии с композиционным решением рекламной идеи	Практическая работа. Творческие работы. Отчет по учебной и производственной практике. Самостоятельная работа.
	Оптимальность выбора художественной формы реализации рекламной идеи в соответствии с поставленной задачей	Практическая работа. Отчет по учебной и производственной практике. Самостоятельная работа.
	Верность выполнения эскиза рекламного плаката в заданном стилевом формате в соответствии с поставленной задачей	Практическая работа. Творческие работы. Отчет по производственной практике. Самостоятельная работа.
ПК 1.3. Разрабатывать авторские Рекламные проекты.	Соответствие авторского проекта рекламного продукта принципам и законам рекламного проектирования	Практическая работа. Творческие работы. Отчет по производственной практике. Самостоятельная работа.
ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.	Правильность создания рекламного слогана на заданную тему в соответствии с основополагающими принципами и законами составления рекламного текста	Практическая работа. Творческие работы. Отчет по производственной практике. Самостоятельная работа.
	Правильность составления и оформления текстов рекламных объявлений на заданную тему в соответствии с основополагающими принципами и законами составления и оформления рекламного текста	Практическая работа. Творческие работы. Отчет по производственной практике. Самостоятельная работа.
ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.	Соответствие визуальных образов с рекламными функциями поставленным задачам	Практическая работа. Творческие работы. Отчет по производственной практике. Самостоятельная работа.

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

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии,	Активность, инициативность в процессе освоения программы модуля	Собеседование. Творческие работы. Отчет по производственной практике.

проявлять к ней устойчивый интерес.	Эффективность и качество выполненной самостоятельной работы.	Собеседование. Творческие работы. Отчет по производственной практике.
	Участие в конкурсах профессионального мастерства, выставках-ярмарках, мастер-классах и т. п.	Собеседование. Творческие работы. Отчет по производственной практике.
	Систематичность в изучении дополнительной, справочной литературы, периодических изданий по профессии	Анализ библиотечного формуляра обучающегося, оценка результатов самостоятельной работы
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Результативность организации собственной деятельности для выполнения профессиональных задач	Собеседование. Творческие работы. Отчет по производственной практике.
	Адекватный выбор методов и способов решения профессиональных задач;	Собеседование. Творческие работы. Отчет по производственной практике.
	Точность подбора критериев и показателей оценки эффективности и качества выполнения профессиональных задач	Собеседование. Отчет по производственной практике.
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Обоснованность принятия решения в стандартных и нестандартных ситуациях;	Собеседование. Отчет по производственной практике.
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Нахождение и использование информации для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития;	Собеседование. Отчет по производственной практике.
	Адекватность использования нескольких источников информации для решения профессиональных задач.	Собеседование. Отчет по производственной практике.
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	Своевременность решения профессиональных задач на основе самостоятельно найденной информации с использованием ИКТ;	Собеседование. Отчет по производственной практике.
	Результативность использования различных информационных источников с использованием ИКТ;	Собеседование. Отчет по производственной практике.
	Качество оформления результатов работы с использованием ИКТ;	Собеседование. Отчет по производственной практике.
ОК 6. Работать в коллективе и	Ясность и аргументированность	Собеседование.

команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	изложения собственного мнения	Отчет по Производственной практике.
	Правильность выбора стратегии поведения при организации работы в команде	Собеседование. Отчет по производственной практике.
	Результативность взаимодействия с коллегами, руководством, потребителями	Собеседование. Отчет по производственной практике.
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	Адекватность оценки и анализа эффективности и качества результатов работы членов команды (подчиненных)	Собеседование. Отчет по производственной практике.
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	Результативность внеаудиторной самостоятельной работы при изучении профессионального модуля;	Собеседование. Отчет по производственной практике.
	Верность выбора способов коррекции результатов собственной деятельности;	Собеседование. Отчет по производственной практике.
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	Систематичность в изучении дополнительной, справочной литературы, периодических изданий в области профессиональной деятельности;	Анализ библиотечного формуляра обучающегося. Собеседование. Отчет по учебной и производственной практике.
ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями Предпринимательства в профессиональной деятельности.	Точность определения порядка организации предпринимательской деятельности в профессиональной области	Тест. Собеседование. Отчет по учебной и производственной практике.
	Точность определения видов ответственности в сфере профессиональной деятельности в соответствии с законодательством РФ	Тест. Собеседование. Отчет по производственной практике
ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке	Аргументированность оценки информации с использованием информационно-коммуникационных технологий.	Собеседование. Отчет по производственной практике.
	Обоснованность отбора средств решения профессиональных задач с учетом экологических требований	Собеседование. Отчет по производственной практике.

	<p>Ясность и правильность изложения информации, собственных мыслей на иностранном языке с использованием несложных речевых оборотов для решения профессиональных задач</p>	<p>Собеседование. Отчет по производственной практике.</p>
--	--	---

6. ДОПОЛНИТЕЛЬНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Не предусмотрено

7. ОБУЧЕНИЕ СТУДЕНТОВ-ИНВАЛИДОВ И СТУДЕНТОВ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Порядок обучения инвалидов и студентов с ограниченными возможностями определен Положением КубГУ «Об обучении студентов-инвалидов и студентов с ограниченными возможностями здоровья»

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрены образовательные технологии, учитывающие особенности и состояние здоровья таких лиц.