



1920

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

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

Институт среднего профессионального образования

УТВЕРЖДАЮ

Директор ИСПО

 И. Н. Хлопова

«23» мая 2025 г.



Рабочая программа профессионального модуля

**ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и
основных креативных решений и творческих материалов на основных
рекламных носителях**

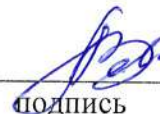
42.02.01 Реклама

Краснодар 2025

Рабочая программа профессионального модуля ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях разработана на основе требований Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее СПО) 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 21.07.2023 № 552 (зарегистрирован в Министерстве юстиции Российской Федерации 22.08.2023 № 74908)

ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях

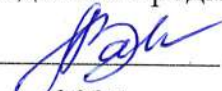
Форма обучения	очная
2-3 курсы	4-6 семестры (в соответствии с РУП)
Всего часов 480, в том числе:	
обязательная аудиторная учебная нагрузка	358 часов;
самостоятельная работа	- часов;
консультации	- часов;
курсовые	26 часов;
учебная и производственная практика	108 часов;
форма итогового контроля	экзамен квалификационный

Составитель: преподаватель  Завгородняя Анастасия Николаевна
подпись ФИО

Утверждена на заседании предметно-цикловой комиссии дисциплин направления Дизайн и Реклама

протокол № 11 от «20» мая 2025 г.

Председатель предметно-цикловой комиссии:

 Завгородняя А.Н.

«20» мая 2025 г.

Рецензент (-ы):

Директор ООО Event PR агентство «Игры разума»		Полищук Владимир Владимирович
Директор ООО «Ок пресс»		Крайних Ирина Геннадьевна

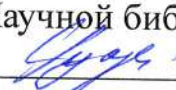
ЛИСТ

согласования рабочей программы профессионального модуля
ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных
креативных решений и творческих материалов на основных рекламных
носителях

Специальность среднего профессионального образования
42.02.01 Реклама

Зам. директора ИНСПО

_____ *Е.И. Рыбалко*
подпись
«16» мая 2025 г.

Директор Научной библиотеки КубГУ

_____ *М.А. Хуаде*
подпись
«13» мая 2025 г.

Лицо, ответственное за установку и эксплуатацию программно-
информационного обеспечения образовательной программы

_____ *И.В. Милюк*
подпись
«14» мая 2025 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	5
1.1. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля.....	5
1.2. Перечень планируемых результатов обучения по профессиональному модулю (перечень формируемых компетенций).....	6
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	8
2.1. Структура профессионального модуля	8
2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля	9
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	14
3.1. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по профессиональному модулю.....	14
3.2. Перечень необходимого программного обеспечения.....	14
3.3. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения профессионального модуля.....	15
3.3.1 Основная литература.....	15
3.3.2 Дополнительная литература.....	16
3.3.3 Нормативно-правовые документы.....	17
3.3.4 Периодические издания	19
3.3.5 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения модуля.....	19
4. ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ К ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА.....	20
4.1. Кадровое обеспечение образовательного процесса.....	20
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	21
6. ДОПОЛНИТЕЛЬНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	22
7. ОБУЧЕНИЕ СТУДЕНТОВ-ИНВАЛИДОВ И СТУДЕНТОВ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ.....	22

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.04 «Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях»

1.1. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен освоить основной вид деятельности Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта и соответствующие ему общие компетенции и профессиональные компетенции:

Перечень общих компетенций

<i>Код</i>	<i>Наименование общих компетенций</i>
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста
ОК 06	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения
ОК 07	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках

Перечень профессиональных компетенций

<i>Код</i>	<i>Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций</i>
ВД 4	Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях
ПК 4.1.	Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.
ПК 4.2.	Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.
ПК 4.3.	Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.

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

В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

Владеть навыками	подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом Уникального Торгового Предложения (УТП)
	поиска и подбора оригинального нейма и слогана
	определения оригинальной идеи для рекламной кампании
	подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом инсайта для РК.
	оформления текстовых и графических документов
	оформление рекламных носителей, в том числе текстовых и графических
	создания визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом поставленных задач в области рекламы.
Уметь	использовать поисковые системы интернета
	использовать технологии поисково-контекстной рекламы и их системы размещения
	определять эффективные УТП (уникальные торговые предложения) и офферы
	доводить информацию заказчика до ЦА
	использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество.
	использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА
	проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность.
	использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете
	создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий
	конвертировать файлы в нужные форматы
	использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат
	размещать рекламные материалы в социальных медиа
	подбирать визуальные и текстовые материалы в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для интернет-продвижения
	представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов
	обеспечивать качественное функционирование сайта
	писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов
	создавать графические материалы рекламного характера
	находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании

	на ЦА
	разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации, представляя их в виде мудборда или референсов
	составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа
	Создавать оригинальные, современные по стилю сайты
	разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику
	использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов
	повышать информационную наглядность сайтов
	создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях.
Знать	виды и инструменты маркетинговых коммуникаций
	отраслевую терминологию
	требования к визуальным и текстовым материалам в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией
	технологии воздействия на аудиторию при с применением визуальных и текстовых материалов в социальных сетей и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам.
	отраслевую терминологию
	важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании
	программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей
	возможности интернет-ресурсов для макетирования рекламных носителей
	виды сайтов, их возможности и варианты применения
	требования к качественному функционированию сайтов
	программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей
	технические средства создания визуального контента
	возможности и ресурсы для макетирования рекламных носителей
	виды и инструменты маркетинговых коммуникаций
	структуру брифа и требования к нему
	важность учета пожеланий заказчика при разработке фирменного дизайна и элементов фирменного стиля
	важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей
	требования к электронной презентации для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией
	технологии воздействия на аудиторию при проведении презентаций и защит проектов.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Структура профессионального модуля

Коды профессиональных и общих компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего, час.	В т.ч. в форме практической подготовки	Объем профессионального модуля, ак. час.						
				Обучение по МДК					Практики	
				Всего	В том числе				Учебная	Производственная
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
ПК 4.1.- ПК 4.3. ОК 01- ОК 07, ОК 09	Раздел 1. МДК 04.01. Художественное проектирование рекламного продукта	52	26	52	26	26	-	-		
ПК 4.1.- ПК 4.3. ОК 01- ОК 07, ОК 09	Раздел 2. МДК 04.02. Разработка и реализация творческой концепции рекламного продукта	154	64	154	64	64	26	-		
ПК 4.1.- ПК 4.3. ОК 01- ОК 07, ОК 09	Раздел 3. МДК 04.03. Производство рекламного продукта	160	86	152	66	86	-	8		
	Учебная практика	36	36						36	
	Производственная практика	72	72							72
	Промежуточная аттестация	6								
	Всего:	480							36	72

Курсовые проекты (работы): 26 часов

Вид аттестации: экзамен квалификационный

2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем, акад. ч / в том числе в форме практической подготовки, акад. ч		Код ПК, ОК
		Теоретическое обучение	Практические занятия и лабораторные работы	
Введение	Связь с другими дисциплинами и модулями. Форма и содержание рекламного продукта. Взаимосвязь между процессом создания рекламы и творческой идеей. Формы творческой идеи. Психология восприятия рекламного продукта потребителем. Коммуникационный характер рекламы.			ОК 01-ОК 02
Раздел 1. МДК.04.01. Художественное проектирование рекламного продукта				
Тема 1.1 Технология создания рекламного продукта	Содержание			ПК 4.1-ПК 4.3 ОК 01-ОК 07, ОК 09
	Виды рекламы, деление ее по способу воздействия, способу выражения, с точки зрения основных целей и задач. Характеристики процесса разработки рекламного обращения			
	Понятие творческих рекламных разработок. Технологические виды рекламного продукта.			
	Выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы.			
	Уровни и структура рекламного сообщения, позиционный эффект.			
	Визуальной, семантической и эстетической информации рекламного материала.			
	В том числе практических занятий и лабораторных работ			
Тема 1.2 Фирменный стиль	Практическое задание: Особенности восприятия рекламных текстов на примере рекламных объявлений			ПК 4.1-ПК 4.3 ОК 01-ОК 07, ОК 09
	Содержание			
	Понятие «фирменный стиль». Примеры фирменного стиля. Компоненты фирменного стиля. Носители фирменного стиля. Фирменный стиль в узком и широком смысле. Принципы создания фирменного стиля. Анализ удачных и неудачных вариантов, их недостатки.			
	Товарный знак. Виды товарных знаков. Торговая марка и бренд. Общая теория бренда. Законы создания бренда			
	Логотип как элемент фирменного стиля. Критерий при разработке логотипа. Анализ хороших и неудачных логотипов. Варианты создания логотипа. Шрифт в			

	логотипе			
	Фирменный персонаж как элемент фирменного стиля. Анализ фирменных персонажей. Их значение. Разработка фирменного персонажа. Варианты.			
	В том числе практических занятий			
	Практическое задание: Разработка элементов фирменного стиля. Эскизы вариантов. Знак, образ, персонаж (индивидуальные задания)			
	Практическое задание: Разработка элементов фирменного стиля. Эскизы вариантов. Логотип			
	Практическое задание: Разработка графического, цветофактурного и колористического решения товарного знака			
	Практическое задание: Проект фирменного стиля. (Графическая подача проекта			
	Практическое задание : Разработка и создание фирменной печатной рекламы (деловые бумаги)			
	Практическое задание : Разработка макета бланка для письма.			
	Практическое задание : Создание эскизов визиток по индивидуальным заданиям.			
	Практическое задание : Разработка рекламного модуля.			
	Лабораторное занятие: Разработка макета рекламного плаката.			
	Лабораторное занятие: Разработка и создание фирменного буклета			
	Лабораторное занятие: Разработка макета упаковки. Разработка и создание фирменной этикетки			
	Лабораторное занятие: Разработка дизайн-проекта рекламного буклета			
	Практическое задание :Нейминг, разработка легенды			
	Лабораторное занятие:: Макет презентационного плаката А1 по проекту			
	Практическое задание : Коллаж впечатлений			
Всего		52		
Раздел 2. МДК.04.02. Разработка и реализация творческой концепции рекламного продукта				
Тема 2.1 Творческая концепция в рекламе	Содержание			ПК 4.1- ПК 4.3 ОК 01- ОК 07, ОК 09
	Историческое формирование рекламных жанров. Жанровое разнообразие рекламного творчества. Рекламное творчество в русской культуре	4		
	Понятие рекламной концепции и рекламной идеи.	4		
	Основные жанры современной печатной рекламы. Публицистические жанры современного рекламного пространства	4		
	Эстетика в рекламном деле и теория "вампиризма" Р.Ривза.	4		
	Рекламный продукт: технологические и творческие аспекты. Творческие решения рекламной задачи: рациональный и эмоциональный подходы	4		
	Методы поиска творческих идей. Этапы создания рекламного продукта	4		
	Основы выработки стратегии разработки фирменного	4		

наименования. (Нейминг). Рекламные стратегии разработки торговых марок (брендов)		
Креативное обеспечение рекламного процесса. Формы и функции рекламного креатива. Этапы разработки креативной концепции, структурные элементы креативной концепции.	6	
Семиотика рекламы: реклама как семиотическая система. Семантическая структура рекламного продукта. Типология знака. Виды и классификация рекламных знаков.	4	
Типология моделей рекламного образа. Образно-выразительные средства рекламного творчества. Мифотехнологии в рекламной коммуникации	4	
Креативный бриф. Структура брифа. Модели креативных рекламных брифов.	4	
Этапы творческого процесса создания рекламы: определение проблемы. Творческая стратегия и ее компоненты: обращение и его виды ("агрессивный" и «мягкий» подход), Неформальный стиль рекламного обращения; активизация позитивных эмоций у потребителя.	6	
Формирование творческой концепции (поисковое эскизирование). Комплексное решение элементов наружной рекламы.	4	
Основные элементы маркетинговой информации рекламного текста. Интралингвистические особенности рекламного текста. Стилистические приемы рекламного текста.	4	
Особенности текстового оформления рекламной продукции.	4	
В том числе практических занятий		
Практическое задание: Анализ и оценка рекламы разных видов. Анализ и оценка интернет-рекламы разных видов.		2
Практическое задание: Традиционные и креативные формы в современной рекламной индустрии		2
Практическое задание: Составление рекламного сообщения по жанрам		2
Практическое задание: Составление рекламного сообщения публицистическо-информационного характера		2
Практическое задание: Анализ ситуаций, влияющих на принятие потребителем решения о покупке (решение ситуационных задач или разбор ситуаций).		2
Практическое задание: Создание слогана по индивидуальным заданиям		2
Практическое задание: Создание нескольких вариантов заголовков к готовым текстам		2
Практическое задание: Разработка рекламного текста по заданной теме		2
Практическое задание: Выполнение эскиза рекламы с использованием особенности психологии цвета		2
Практическое задание: Анализ ситуаций, влияющих на		2

	принятие потребителем решения о покупке (решение ситуационных задач или разбор ситуаций).			
	Практическое задание: Создание текста для интернет-рекламы по индивидуальным заданиям		2	
	Практическое задание: Анализ рекламных обращений известной потребительской торговой марки. Составление «колеса бренда».		2	
	Лабораторное занятие: Создание зрительного образа фирмы.		2	
	Лабораторное занятие: Разработка основных фирменных констант.		2	
	Практическое задание: Разработка метафорического рекламного сообщения.		2	
	Лабораторное занятие: Разработка макета рекламного плаката (образные средства).		2	
	Лабораторное занятие: Разработка макета рекламной листовки		2	
	Практическое задание: Разработать план рекламного игрового представления		2	
	Лабораторное занятие: Работа над проектом-концепцией корпоративного фирменного стиля.		2	
	Практическое задание: Разработка проекта-концепции фирменного стиля. (эскизирование)		2	
	Лабораторное занятие: Разработка проекта-концепции фирменного стиля. (Графическая подача проекта)		6	
	Лабораторное занятие: Разработка основных компонентов рекламного текста по индивидуальным заданиям.		4	
	Лабораторное занятие: Разработка дизайна наружной рекламы – билборд		6	
	Лабораторное занятие: Разработка дизайна POS–материалов торгового пространства		4	
	Лабораторное занятие: Разработка дизайна выставочного пространства – выставочный стенд		4	
Всего			154	
Раздел 3. МДК 04.03. Производство рекламного продукта				
Тема 3.1 Технологии производства рекламного продукта	Содержание			ПК 4.1- ПК 4.3 ОК 01- ОК 07, ОК 09
	Рекламное обращение: форма, содержание структура. Использование инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта. Копирайтинг, его составляющие. Правила разработки и оформления текстовой и изобразительной части рекламного обращения.			
	Взаимодействие вербальной и невербальной информации в рекламном продукте. Приемы увеличения эффективности рекламного обращения Запечатываемые материалы и носители для производства рекламного продукта. Структура и параметры печатных изданий. Структура полосы издания.			
	Авторский замысел и режиссёрское воплощение. Приёмы реализации рекламной идеи. Определение и сущность. Схема разработки. Принципы успеха. Приёмы творческого замысла			

	Телереклама: приемы разработки. Радиореклама: приемы разработки. Реклама в прессе: особенности восприятия Транзитная реклама: условия восприятия, задачи разработчика, приемы разработки.			
	Наружная реклама: условия воздействия, задачи разработчика, приемы разработки. Директ-мейл: особенности восприятия, задачи разработчика, приемы разработки конверта, письма и вложения			
	В том числе практических занятий и лабораторных работ			
	Лабораторная работа: Приемы создания рекламных слоганов. Разработка текстов для полиграфической рекламы и POS- материалов			
	Лабораторная работа: Разработка рекламного продукта для основных медиаканалов.			
	Лабораторная работа: Разработка макета рекламной продукции на заданную тему (разворот страницы журнала, директ-мейл)			
Тема 3.2 Технология производства Интернет-рекламы.	Содержание			ПК 4.1- ПК 4.3 ОК 01- ОК 07, ОК 09
	Основные сервисы интернета. WEB-документы. Технология анонсирования рекламы в Интернете. Виды Интернет-рекламы и способы их классификации, основные достоинства и недостатки.			
	Основные принципы и технология размещения рекламы. Особенности методов оценки эффективности вирусных рекламных акций			
Тема 3.3 Применение средств графического дизайна для создания рекламного продукта	Содержание			ПК 4.1- ПК 4.3 ОК 01- ОК 07, ОК 09
	Проектная графика. Место проектной графики на различных этапах создания рекламного продукта. Виды компьютерной графики. Особенности технического и программного оснащения в работе дизайнера			
	Векторная компьютерная графика и программы её обработки. в графическом редакторе «Illustrator»			
	Графический редактор Adobe Photoshop, его форматы изображений и роликов, применение. редактора в создании рекламного продукта. Растровая компьютерная графика и программы её обработки. Интерфейс программы Adobe Photoshop CS5.			
	Компьютерный дизайн. Дизайн в Интернете. Векторная графика в Интернете. Web-сайты и интернет-реклама			
	В том числе практических занятий и лабораторных работ			
	Лабораторное занятие: Рисование в программе Photoshop CS5			
	Лабораторное занятие: Импортирование фотографий в графический редактор Adobe Photoshop. Изменение экспозиции, цветового баланса фотографии..Создание художественной рамки для фотографии Наложение эффектов и фильтров на фотографию. Создание нового фона на фотографии.			
Тема 3.4 Рекламное портфолио	Содержание			ПК 4.1- ПК 4.3 ОК 01- ОК 07,
	Нелинейный монтаж. Программа Adobe Premiere. Интерфейс программы Adobe Premiere. Редактирование клипов в программе Adobe Premiere			

	История возникновения анимации. Преимущества анимации. Режиссура анимационного фильма. Изобразительное решение анимационного фильма. Программное обеспечение позволяющее создать компьютерную анимацию. Программа Macromedia Flash. Основные возможности Macromedia Flash			ОК 09
	В том числе практических занятий и лабораторных работ			
	Лабораторное занятие: Обработка фотографий под рекламные материалы: плакат, афиша, журнальная реклама. Создание рекламного фото с моделью или объектом			
	Лабораторное занятие: Съёмка и монтаж видео под рекламную продукцию. Создание рекламного ролика-социальной рекламы.			
	Лабораторное занятие: Интерьерная съёмка: фото и видео. Создание рекламного портфолио			
	Лабораторное занятие: Натурная съёмка (по индивидуальному заданию). Создание промо-ролика.			
	Лабораторное занятие: Организация данных и интерфейс Adobe Premiere 6.5. Редактирование клипов в программе Adobe Premiere 6.5			
	Лабораторное занятие: Организация данных и интерфейс программы Macromedia Flash. Создание простых графических объектов			
	Лабораторное занятие: Создание анимации движения. Создание анимации формы и маски. Создание анимации с интерактивностью.			
Всего		152		

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

Реализация образовательного процесса по профессиональному модулю осуществляется в специально оборудованном кабинете.

Оборудование учебного кабинета:

- 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) NanoCad (данное программное обеспечение фирмой Нанософт распространяется бесплатно для учебных учреждений);
- GIMP – свободно распространяемый растровый графический редактор, используемый для создания и обработки растровой графики (свободное программное обеспечение, не ограничено, бессрочно);
- Krita – свободно распространяемый растровый графический редактор, используемый для создания и обработки растровой графики (свободное программное обеспечение, не ограничено, бессрочно);
- Inkscape – свободно распространяемый векторный графический редактор, используемый для создания и обработки векторной графики (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 04.01 Художественное проектирование рекламного продукта

1. Колышкина, Т. Б. Проектирование и оценка рекламного образа : учебник для среднего профессионального образования / Т. Б. Колышкина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 262 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18737-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/568999>
2. Крайнов, Г. Н. Технология подготовки и реализации кампании по рекламе и связям с общественностью / Г. Н. Крайнов. — 2-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2023. — 372 с. — ISBN 978-5-507-45867-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/288947>
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, 2025. — 502 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10539-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/566021>
4. Трищенко, Д. А. Разработка творческой концепции рекламного продукта : учебник для спо / Д. А. Трищенко. — 3-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2025. — 152 с. — ISBN 978-5-507-50785-6. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/463460>

МДК 04.02 Разработка и реализация творческой концепции рекламного продукта

1. Крайнов, Г. Н. Технология подготовки и реализации кампании по рекламе и связям с общественностью / Г. Н. Крайнов. — 2-е изд., стер. — СанктПетербург: Лань, 2023. — 372 с. — ISBN 978-5-507-45867-7. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/288947>
2. Малькевич, А. А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью : учебник для вузов / А. А. Малькевич. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 127 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17564-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/563888>

МДК 04.03 Производство рекламного продукта

1. Колышкина, Т. Б. Проектирование и оценка рекламного образа : учебник для среднего профессионального образования / Т. Б. Колышкина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 262 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18737-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/568999>
2. Пименов, В. И. Видеомонтаж : учебник для среднего профессионального образования / В. И. Пименов. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 159 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-20729-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/566413>
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, 2025. — 502 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10539-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/566021>
4. Селезнева, Л. В. Написание рекламных текстов : учебник для среднего профессионального образования / Л. В. Селезнева. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 185 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13318-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/567391>
5. Трищенко, Д. А. Техника и технологии рекламного видео : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Д. А. Трищенко. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 177 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12575-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/566467>

3.3.2. Дополнительная литература

МДК 04.01 Художественное проектирование рекламного продукта

1. Селезнева, Л. В. Написание рекламных текстов : учебник для среднего профессионального образования / Л. В. Селезнева. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 185 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13318-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/567391>

МДК 04.02 Разработка и реализация творческой концепции рекламного продукта

1. Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 502 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-

10539-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/566021>

МДК 04.03 Производство рекламного продукта

1. Крайнов, Г. Н. Технология подготовки и реализации кампании по рекламе и связям с общественностью / Г. Н. Крайнов. — 2-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2023. — 372 с. — ISBN 978-5-507-45867-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/288947>

2. Малькевич, А. А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью : учебник для вузов / А. А. Малькевич. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 127 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17564-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/563888>

3. Трищенко, Д. А. Разработка творческой концепции рекламного продукта : учебник для спо / Д. А. Трищенко. — 3-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2025. — 152 с. — ISBN 978-5-507-50785-6. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/463460>

3.3.3. Нормативные правовые акты Российской Федерации

Кодексы

1. Российская Федерация. Законы. Гражданский кодекс Российской Федерации : часть первая : ГК : текст с изменениями и дополнениями на 31 октября 2024 года : принят Государственной Думой 21 октября 1994 года // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. — Москва, 1997— . — Загл. с титул. экрана.

2. Российская Федерация. Законы. Гражданский кодекс Российской Федерации : часть вторая : ГК : текст с изменениями и дополнениями на 13 декабря 2024 года : принят Государственной Думой 22 октября 1995 года // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. — Москва, 1997— . — Загл. с титул. экрана.

3. Российская Федерация. Законы. Гражданский кодекс Российской Федерации : часть третья : ГК : текст с изменениями и дополнениями на 8 августа 2024 года : принят Государственной Думой 1 ноября 2001 года : одобрен Советом Федерации 14 ноября 2001 года // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. — Москва, 1997— . — Загл. с титул. экрана.

4. Российская Федерация. Законы. Гражданский кодекс Российской Федерации : часть четвертая : ГК : текст с изменениями и дополнениями на 22 июля 2024 года : принят Государственной Думой 24 ноября 2006 года : одобрен Советом Федерации 8 декабря 2006 года // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. — Москва, 1997— . — Загл. с титул. экрана.

5. Российская Федерация. Законы. Земельный кодекс Российской Федерации : ЗК : текст с изменениями и дополнениями на 20 марта 2025 года : принят Государственной Думой 28 сентября 2001 года : одобрен Советом Федерации 10 октября 2001 года // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. — Москва, 1997— . — Загл. с титул. экрана.

Федеральные законы

1. Российская Федерация. Законы. О защите конкуренции : Федеральный закон № 135-ФЗ : текст с изменениями и дополнениями от 14 октября 2024 года : принят Государственной Думой 8 июля 2006 года : одобрен Советом Федерации 14 июля 2006 года // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. — Москва, 1997— . — Загл. с титул. экрана.

2. Российская Федерация. Законы. О защите прав потребителей : Закон РФ № 2300-1 : текст с изменениями и дополнениями от 8 августа 2024 года : принят 7 февраля 1992 года // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. – Москва, 1997–. – Загл. с титул. экрана.
3. Российская Федерация. Законы. О рекламе : Федеральный закон № 38-ФЗ : текст с изменениями и дополнениями от 26 декабря 2024 года : принят Государственной Думой 22 февраля 2006 года : одобрен Советом Федерации 3 марта 2006 года // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. – Москва, 1997–. – Загл. с титул. экрана.
4. Российская Федерация. Законы. О средствах массовой информации : Закон РФ № 2124-1 : текст с изменениями и дополнениями от 23 ноября 2024 года : принят 27 декабря 1991 года // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. – Москва, 1997–. – Загл. с титул. экрана.
5. Российская Федерация. Законы. Об информации, информационных технологиях и о защите информации : Федеральный закон № 149-ФЗ : текст с изменениями и дополнениями от 23 ноября 2024 года : принят Государственной Думой 8 июля 2006 года : одобрен Советом Федерации 14 июля 2006 года // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. – Москва, 1997–. – Загл. с титул. экрана.

Нормативные правовые акты Правительства Российской Федерации

1. О федеральном государственном контроле (надзоре) в сфере рекламы (вместе с "Положением о федеральном государственном контроле (надзоре) в сфере рекламы") : в редакции от 29 декабря 2021 года : Постановление Правительства Российской Федерации от 30 июня 2021 года № 1073 // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. – Москва, 1997–. – Загл. с титул. экрана.
2. Об утверждении Положения о Федеральной антимонопольной службе : в редакции от 13 февраля 2025 года : Постановление Правительства Российской Федерации от 30 июня 2004 года № 331 // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. – Москва, 1997–. – Загл. с титул. экрана.
3. Об утверждении Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе : в редакции от 7 мая 2022 года : Постановление Правительства Российской Федерации от 24 ноября 2020 года № 1922 // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. – Москва, 1997–. – Загл. с титул. экрана.

Нормативные правовые акты федеральных органов исполнительной власти

1. Об утверждении перечня нормативных правовых актов в сфере организации деятельности средств массовой информации и распространения массовой информации, содержащих обязательные требования, подлежащих оценке применения в 2024 году : Приказ Министерства цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации от 23 ноября 2023 года № 1014 // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. – Москва, 1997–. – Загл. с титул. экрана.
2. Об утверждении Порядка подтверждения соответствия национальной продукции средства массовой информации требованиям, установленным в Федеральном законе «О рекламе» : Приказ Федеральной антимонопольной службы от 1 июня 2015 года № 405/15 // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. – Москва, 1997–. – Загл. с титул. экрана.

Нормативные правовые акты Краснодарского края

1. Градостроительный кодекс Краснодарского края : текст с изменениями и дополнениями от 13 февраля 2025 года : принят Законодательным Собранием Краснодарского края 16 июля 2008 года // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. – Москва, 1997–. – Загл. с титул. экрана.

2. Об утверждении Порядка размещения рекламных конструкций на территории муниципального образования город Краснодар : в редакции от 28 января 2021 года : Решение городской Думы Краснодара от 25 апреля 2013 года № 47 п. 4 // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. – Москва, 1997– . – Загл. с титул. экрана.

Государственные стандарты

1. ГОСТ Р 52044-2003. Наружная реклама на автомобильных дорогах и территориях городских и сельских поселений. Общие технические требования к средствам наружной рекламы. Правила размещения : государственный стандарт : утвержден и введен в действие Постановлением Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 22 апреля 2003 г. № 124-ст : введен впервые : дата введения 2005–09–01 / разработан Государственным предприятием «РОСДОРНИИ», Главным управлением государственной инспекции безопасности дорожного движения Службы общественной безопасности Министерства внутренних дел России и Научно-исследовательским центром Государственной инспекции безопасности дорожного движения Министерства внутренних дел России // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. – Москва, 1997– . – Загл. с титул. экрана.

3.3.4. Периодические издания

1. Маркетинг в России и за рубежом. – URL: <https://eivis.ru/browse/publication/18966>

3.3.5. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения профессионального модуля

Электронная библиотека Научной библиотеки КубГУ <http://megapro.kubsu.ru/MegaPro/Web>

Электронный каталог

Поступления литературы в библиотеки филиалов

Поступления диссертаций и авторефератов

Статьи из периодики и научных сборников с 2016 г.

Статьи из периодики и научных сборников до 2016 г.

Газеты и журналы

Электронная библиотека трудов ученых КубГУ

Электронно-библиотечные системы (ЭБС)

1. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru/>
2. ЭБС «Лань» <https://e.lanbook.com>
3. Образовательная платформа «Юрайт» <https://urait.ru/>
4. ЭБС «ZNANIUM» <https://znanium.ru/>
5. ЭБС «BOOK.ru» <https://www.book.ru>
6. ЭБС ОИЦ «Академия» <https://academia-moscow.ru/elibrary/>

Профессиональные базы данных

1. Виртуальный читальный зал Российской государственной библиотеки (РГБ) <https://ldiss.rsl.ru/>
2. Национальная электронная библиотека <https://rusneb.ru/>
3. Базы данных компании «ИВИС» <https://eivis.ru/>
4. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU (НЭБ) <http://www.elibrary.ru/>
5. МИАН. Полнотекстовая коллекция математических журналов <http://www.mathnet.ru>

6. Полнотекстовая коллекция журналов на платформе РЦНИ (Электронные версии научных журналов РАН) <https://journals.rcsi.science/>
7. Президентская библиотека им. Б.Н. Ельцина <https://www.prilib.ru/>
8. Электронная библиотечная система социо-гуманитарного знания «SOCHUM» <https://sochum.ru/>

Информационные справочные системы

1. Консультант Плюс - справочная правовая система (доступ по локальной сети с компьютеров библиотеки)

Базы данных открытого доступа

1. КиберЛенинка <http://cyberleninka.ru/>;
2. Лекториум ТВ - видеолекции ведущих лекторов России <http://www.lektorium.tv/>
3. Федеральный портал «Российское образование» <http://www.edu.ru/>
4. Портал «Образование на русском»: Проект Государственного института русского языка им. А.С. Пушкина <https://pushkininstitute.ru/>
5. Справочно-информационный портал «Грамота.ру» <http://gramota.ru/>
6. Словари и энциклопедии на Академике <http://dic.academic.ru/>

Базы данных КубГУ

1. Открытая среда модульного динамического обучения КубГУ <https://openedu.kubsu.ru/>
2. База учебных планов, учебно-методических комплексов, публикаций и конференций <http://infoneeds.kubsu.ru/>
3. Электронный архив документов КубГУ <http://docspace.kubsu.ru/>

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.

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

Код и наименование профессиональных и общих компетенций, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
ПК 4.1 Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.	– проявляет способности и интерпретировать стили, жанры и направления; – создает высокохудожественные творческие работы с использованием различных художественных материалов; – формирует рекламное обращение на основе соотнесения утилитарного целевого назначения рекламы с эстетическими требованиями к ней; – создаёт оригинальный дизайн-проект рекламного обращения средствами компьютерных технологий.	Наблюдение и оценка в ходе выполнения: – практических заданий аудиторных занятий, – видов работ учебной и производственной практики. Наблюдение и оценка в ходе выполнения практической части экзамена (квалификационного).
ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.	-способность логично, последовательно и аргументированно высказывать свои предложения по планированию кампании. –владение навыками проектирования коммуникационных кампаний в интернете. – владеет навыками использования методов наглядного изображения при моделировании и гармонизации рекламной программы.	Наблюдение и оценка в ходе выполнения: – практических заданий аудиторных занятий, – видов работ учебной и производственной практики. Наблюдение и оценка в ходе выполнения практической части экзамена (квалификационного).
ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.	-владение методами и технологиями проведения рекламных интернет-кампаний; - владение современными методами оценки интернет-продвижения; – методами оптимизации интернет-ресурсов с целью	Наблюдение и оценка в ходе выполнения: – практических заданий аудиторных занятий, – видов работ учебной и производственной

	привлечения большего числа интернет-клиентов.	практики. Наблюдение и оценка в ходе выполнения практической части экзамена (квалификационного).
--	---	---

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.

РЕЦЕНЗИЯ

**на программу модуля ПМ.04 «Создание ключевых вербальных
и визуальных сообщений и основных креативных решений
и творческих материалов на основных рекламных носителях»**

42.02.01 Реклама

ИНСПО ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет»

Программа модуля по специальности 42.02.01 Реклама (базовой подготовки) очной формы обучения содержит пять программ: МДК 04.01 Художественное проектирование рекламного продукта; МДК 04.02 Разработка и реализация творческой концепции рекламного продукта; МДК 04.03. Производство рекламного продукта; УП 04.01 Учебная практика; ПП 04.01 Производственная практика (по профилю специальности) и завершается экзаменом по профессиональному модулю ПМ.04, разработанных на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по указанному направлению, утвержденного Приказом Минпросвещения России от 21 июля 2023 г. № 552 (далее – ФГОС СПО)(зарегистрирован в Минюсте России 22.08.2023 № 74908).

Программа модуля регламентирует цели, ожидаемые результаты, содержание, условия и технологии реализации образовательного процесса, оценку качества подготовки выпускника по данной специальности и включает в себя: цели, задачи, компетенции, тематику теоретического курса изучаемых дисциплин, тематику и методические указания по выполнению практических работ. Такая структура построения учебных предметов способствует формированию знаний о проектной деятельности, умений применять различные методы и формы организации художественно-конструкторской деятельности.

С целью реализации компетентностного подхода при подготовке студентов предполагается широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий, которые в сочетании с внеаудиторной работой позволяют сформировать и развить у студентов профессиональные навыки.

Оценка рабочих программ учебных дисциплин позволяет сделать вывод о высоком их качестве, и достаточном уровне методического обеспечения. Содержание дисциплин соответствует компетентностной модели выпускника.

Помимо основного содержания рабочая программа включает необходимые сведения для работы преподавателя и задания для практических и самостоятельных работ, оценочные средства текущего контроля успеваемости, учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.

Между разделами целесообразно проведено распределение количества часов и трудоемкости, что даёт возможность в полной мере использовать технические средства и оборудование, формирует необходимые знания и умения. Тематика практических работ соответствует требованиям подготовки выпускника по специальности 42.02.01 Реклама.

Рабочая программа учебных дисциплин ПМ.04 является полным и адекватным отображением требований ФГОС СПО и образовательной программы. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам - освоения дисциплины включают оценивание практических работ, письменный контроль, устный опрос, реферат и демонстрация практических навыков.

Подводя итоги рассмотрения, можно сделать следующие выводы.

Структура программы модуля ПМ.04 «Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях» по специальности 42.02.01 Реклама полностью соответствует требованиям ФГОС СПО по данной специальности.

Требования к содержанию, обновлению, реализации компетентностного подхода и созданию условий для всестороннего развития личности в целом выполнены. Программа модуля и ее отдельные элементы соответствуют современному уровню развития науки, техники, культуры, экономики, технологий и социальной сферы, что обеспечивается соблюдением требований ФГОС СПО.

Рассмотренная программа безусловно может быть использована для обучения студентов Института среднего профессионального образования ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет», по специальности 42.02.01 Реклама (базовой подготовки).

Директор ООО Event PR
агентство «Игры разума»



В.В. Полищук

« 20 » май 2025 г.

РЕЦЕНЗИЯ

**на программу модуля ПМ.04 «Создание ключевых вербальных
и визуальных сообщений и основных креативных решений
и творческих материалов на основных рекламных носителях»**

42.02.01 Реклама

ИНСПО ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет»

Программа модуля по специальности 42.02.01 Реклама (базовой подготовки) очной формы обучения содержит пять программ: МДК 04.01 Художественное проектирование рекламного продукта; МДК 04.02 Разработка и реализация творческой концепции рекламного продукта; МДК 04.03. Производство рекламного продукта; УП 04.01 Учебная практика; ПП 04.01 Производственная практика (по профилю специальности) и завершается экзаменом по профессиональному модулю ПМ.04, разработанных на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по указанному направлению, утвержденного Приказом Минпросвещения России от 21 июля 2023 г. № 552 (далее – ФГОС СПО) (зарегистрирован в Минюсте России 22.08.2023 № 74908).

Программа определяет цели, ожидаемые результаты, содержание, условия и методы реализации образовательного процесса, а также критерии оценки качества подготовки выпускников по данной специальности. В программе подробно описаны цели, задачи, компетенции, темы теоретических курсов и практические задания. Такая структура учебных предметов способствует формированию знаний и умений применять различные методы и формы проектной деятельности.

Для реализации компетентного подхода в обучении студентов используются активные и интерактивные методы проведения занятий, а также внеаудиторная работа. Это позволяет студентам развивать профессиональные навыки.

Анализ рабочих программ учебных дисциплин показывает, что они соответствуют высоким стандартам качества и имеют достаточное методическое обеспечение. Содержание дисциплин соответствует компетентной модели выпускника.

В рабочей программе также указаны необходимые сведения для преподавателей и задания для практических и самостоятельных работ, оценочные средства для текущего контроля успеваемости, учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.

В программе предусмотрено распределение часов и трудоёмкости между разделами, что позволяет эффективно использовать технические средства и оборудование и формировать необходимые знания и умения.

Темы практических работ соответствуют требованиям подготовки выпускников по специальности 42.02.01 Реклама.

Рабочая программа учебных дисциплин ПМ.04 полностью соответствует требованиям ФГОС СПО и образовательной программы.

Для оценки текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины используются различные методы, такие как оценка практических работ, письменный контроль, устный опрос, написание рефератов и демонстрация практических навыков.

В результате анализа можно сделать следующие выводы:

- Структура программы модуля ПМ.04 «Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях» по специальности 42.02.01 Реклама соответствует требованиям ФГОС СПО по данной специальности.
- Программа обеспечивает выполнение требований к содержанию, обновлению, реализации компетентностного подхода и созданию условий для всестороннего развития личности.
- Программа и её отдельные элементы соответствуют современному уровню развития науки, техники, культуры, экономики, технологий и социальной сферы, что обеспечивается соблюдением требований ФГОС СПО.

Программа может быть успешно использована для обучения студентов Института среднего профессионального образования ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет» по специальности 42.02.01 Реклама (базовой подготовки).

Директор ООО «Ок пресс»



И.Г. Крайних

«20» мая 2025 г.