Частное профессиональное образовательное учреждение
Вологодский кооперативный колледж

Рабочая программа профессионального модуля

ПМ.01. Разработка и создание дизайна рекламной продукции

42.02.01. Реклама
Форма обучения: очная

Вологда - 2020

Рассмотрена на заседании цикловой комиссией
организация и технология ведения бизнеса
Протокол № 1 от 02 сентября 2020 г.
Председатель цикловой комиссии
_____ В.А. Груничева

Утверждаю
Зам. директора по учебной работе
_____ А.А. Дроздова

Согласовано:
зам.директора по методической работе
_____/А.А. Русина/

Организация-разработчик: ЧПОУ Вологодский кооперативный колледж

Разработчики: Груничева В.А., преподаватель ЧПОУ Вологодский кооперативный колледж, Попова Н.А., преподаватель ЧПОУ Вологодский кооперативный колледж

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (ФГОС СПО) по специальности 42.02.01 Реклама/

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС СПО и потребностями рынка труда. Рекомендуется для использования в учебном процессе.

Ген.дир ООО "Кор. комм." _____ Алферова Ю.А.
место работы, должность *подпись* *ФИО*

МП

СОДЕРЖАНИЕ

1.ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ 4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ 5
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ 6
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ .. 14
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ) 16
6. ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ .. 18

1 ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.01. Разработка и создание дизайна рекламной продукции

1.1 Область применения программы

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

- Осуществлять поиск рекламных идей.
- Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.
- Разрабатывать авторские рекламные проекты.
- Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.
- Создавать визуальные образы с рекламными функциями.

Рабочая программа профессионального модуля может быть использована в дополнительном профессиональном образования (в программах повышения квалификации и переподготовки работников в области дизайна и создания рекламной продукции).

1.2 Цели и задачи 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 создания рекламного текста;
- композиционную, шрифтовую и художественную графику в рекламе;
- методы проектирования рекламного продукта;
- методы психологического воздействия на потребителя.

1.1. Рекомендуемое количество часов на освоение программы профессионального модуля

Всего **342** часов, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – **270** час, включая: обязательной аудиторной нагрузки обучающегося – **180** часа; самостоятельной работы обучающегося – **90** часов;

учебной практики – **36** часов,

производственной практики – **36** часов.

2 РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности «Разработка 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, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество
ОК 3.	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность
ОК 4.	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития
ОК 5.	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности
ОК 6.	Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями
ОК 7.	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий
ОК 8.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации
ОК 9.	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности
ОК 10.	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности
ОК 11.	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1 Тематический план профессионального модуля

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов
			Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов		
	Раздел 1. Художественное проектирование рекламного продукта								
ПК 1.2, 1.3, 1.4, 1.5	МДК.01.01. Художественное проектирование рекламного продукта	**216**	**120**	40	10	**60**	5	**18**	
	Раздел 2. Разработка творческой концепции рекламного продукта								
ПК 1.1, 1.3, 1.5	МДК.01.02. Разработка творческой концепции рекламного продукта	**126**	**60**	40	10	**30**	5	**18**	
ПК 1.1. – 1.5	**Производственная практика (по профилю специальности), часов**	**36**							**36**
	Всего:	**342**	**180**	**80**	**20**	**90**	**10**	**36**	**36**

3.1.Содержание обучения по профессиональному модулю

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работ (проект)		Максим. кол-во часов	Обязательное кол-во часов		Сам. работа	Уровень освоения
				Теор.	Практ.		
Раздел 1. Художественное проектирование рекламного продукта							
МДК.01.01. Художественное проектирование рекламного продукта			**180**	**70**	**40**	**60**	
Тема 1. Понятие рекламного продукта	**Содержание:**						
	1.	Понятие рекламы, ее функции и характеристики, достоинства и недостатки	3	2		1	2
	2.	История развития рекламы	3	2		1	2
	3.	Законодательная база регулирования рекламной деятельности	3	2		1	2
	4.	Товарные знаки предприятий, их правовая защита	3	2		1	2
	Практические занятия:						
	1.	П/Р № 1. Анализ рекламных ситуаций на законность применения	3		2	1	3
Тема 2. Основные направления реализации рекламного продукта	**Содержание:**						
	1.	Виды и средства рекламы: классификация, предъявляемые требования.	3	2		1	2
	2.	Социальная реклама	3	2		1	2
	3.	Реклама в прессе: основные средства распространения	3	2		1	2
	4.	Способы привлечения внимания к рекламе в прессе	3	2		1	2
	5.	Печатная реклама: основные средства распространения. Основные приемы макетирования печатной рекламы	3	2		1	2
	6.	POS-материалы	3	2		1	2
	7.	Аудиовизуальная реклама: основные средства распространения	3	2		1	2
	8.	Телевизионная реклама: основные средства распространения	3	2		1	2
	9.	Подходы к выбору рекламного обращения по телевидению	3	2		1	2
	10.	Техника и технология производства рекламного ролика	3	2		1	2
	11.	Основные средства распространения наружной рекламы. Приёмы и техники создания наружной рекламы	3	2		1	2
	12.	Реклама на транспорте. Ландшафтная реклама	3	2		1	2
	13.	Цели и приёмы создания рекламной сувенирной продукции	3	2		1	2
	14.	Основные средства распространения рекламных сувениров	3	2		1	2
	15.	Интернет-реклама и ее роль в современном бизнеса	3	2		1	2

	16.	Подходы к формированию интернет-сайтов, флэш-анимация	3	2		1	2
	17.	Электронная почта как средство распространения информации	3	2		1	2
	18.	Цели и обоснование участия фирмы в выставке	3	2		1	2
	19.	Организация работы фирмы во время выставки	3	2		1	2
	20.	Фирменный стенд как основное средство рекламы на выставке	3	2		1	2
	21.	Понятие пиара и особенность его организации в России и в мире	3	2		1	2
	22.	Направление мероприятий пиара	3	2		1	2
	23.	Сарафанное радио	3	2		1	2
	24.	Личная продажа как инструмент рекламы	3	2		1	2
	25.	Формы личной продажи и особенность их применения	3	2		1	2
	26.	Прямая почтовая реклама, основные направления	3	2		1	2
	27.	Способы распространения прямой почтовой рекламы	3	2		1	2
	28.	Рекламная кампания на предприятии. Основные этапы планирования и проведения	3	2		1	2
	29.	Медиапланирование на предприятии	3	2		1	2
	30.	Необходимость и виды оценки эффективности рекламы	3	2		1	2
	31.	Способы определения эффективности рекламных кампаний	3	2		1	2
	Практические занятия:						2
	1	П/Р № 1. Создание макета рекламной статьи	3		2	1	3
	2	П/Р № 2. Создание макета визитки/листовки	3		2	1	3
	3	П/Р № 3. Разработка макета POS-материалов, применяемых на различных предприятиях	3		2	1	3
	4	П/Р № 4. Создание сценария радиоролика	3		2	1	3
	5	П/Р № 5. Анализ рекламно-технического фильма учебного заведения (круглый стол)	3		2	1	3
	6	П/Р № 6. Создание сценария телевизионного рекламного ролика	3		2	1	3
	7	П/Р № 7. Создание дизайна биллборда/вывески	3		2	1	3
	8	П/Р № 8. Создание дизайна ландшафтой рекламы для различных предприятий	3		2	1	3
	9	П/Р № 9. Создание дизайна рекламы на транспорте	3		2	1	3
	10	П/Р № 10. Создание дизайна календаря	3		2	1	3
	11	П/Р № 11. Создание дизайна фирменных сувенирных изделий	3		2	1	3
	12	П/Р № 12. Создание дизайна сайта предприятия	3		2	1	3
	13	П/Р № 13. Создание дизайна электронной почты	3		2	1	3
	14	П/Р № 14. Создание макета выставочного стенда	3		2	1	3

	15	П/Р № 15. Разработка пиар-кампании. Обоснование целей	3		2	1	3
	16	П/Р № 16. Разработка и создание макета коммерческого предложения	3		2	1	3
	17	П/Р № 17. Разработка медиаплана предприятия	3		2	1	3
	18	П/Р № 18. Разработка плана рекламной кампании. Обоснование целей	3		2	1	3
	19	П/Р № 19. Оценка эффективности рекламной кампании	3		2	1	3
Обязательная аудиторная учебная нагрузка по курсовой работе (проекту) **Примерная тематика курсовых работ (проектов):** – Проект комплекта печатной рекламной продукции – Разработка и создание дизайна рекламного каталога бытовой техники – Разработка и создание дизайна рекламного буклета парикмахерских услуг – Разработка и создание дизайна рекламной листовки бытовой химии – Разработка и создание дизайна рекламного календаря предприятия – Разработка и создание дизайна рекламного плаката образовательного учреждения – Разработка и создание дизайна рекламного баннера концерта – Разработка и создание дизайна рекламного объявления туристической фирмы – Разработка и создание дизайна биллборда (призматрона) для сети магазинов спортинвентаря – Разработка и создание сценария телевизионного ролика для сети магазинов бытовой техники – Разработка рекламного модуля в журнале для продвижения продукции предприятия – Разработка и создание дизайна вывески (оформления витрины) для кафе-бара – Разработка сценария рекламного аудиоспота для развлекательного комплекса – Разработка и создание дизайна внутреннего оформления спортивного центра – Разработка и создание дизайна логотипа для сети супермаркетов – Разработка и создание дизайна упаковочных материалов для парфюмерного магазина – Разработка материалов пиар-кампании для кондитерской фабрики – Разработка материалов личной продажи для предприятия производственно-технического назначения – Актуальные проблемы современности в социальной рекламе. (экология, права человека, молодежная субкультура, терроризм, расизм/шовинизм). – Разработка мероприятий по продвижению спортивных событий, мероприятий, брендов – Разработка материалов ландшафтной рекламы предприятия – Разработка и создание дизайна сайта учебного заведения – Разработка элементов фирменного стиля для предприятия услуг связи			15	10		5	

– Разработка фирменных шрифтов торговой организации – Разработка сувенирной продукции для строительной организации						
Самостоятельная работа по разделу 1 ПМ **Примерная тематика домашних заданий:** – Составить конспект на тему «Основные периоды и направления в развитии рекламы» – Составить презентацию «Реклама в России» – Проанализировать размещение рекламы в предложенном журнале. – Провести исследования печатной рекламы конкретного предприятия или одного товара, но разных производителей – Проанализировать телерекламу конкретного предприятия или одного товара, но разных производителей – Провести исследования наружной рекламы в г. Вологда по выбранному направлению. – Разработать собственный фирменный сувенир. – Проанализировать Интернет-рекламу (сайт ВКК) – Написать отчет о посещении выставки/ярмарки – Привести примеры по различным направлениям пиар. – Написать отчет о применении POS-материалов на конкретном предприятии. – Привести примеры конкретных товаров, которые реализуются посредством личных продаж – Составить медиаплан для конкретного предприятия, обосновать целесообразность. – Разработать рекламную кампанию для выбранного предприятия. – Оценить эффективность рекламной кампании предприятия.						
Учебная практика **Виды работ:** – Проанализировать виды и средства рекламы, применяемые на предприятии, дать их полное описание: вид рекламы, средство рекламы, используемые образы и средства передачи информации – Оценить эффективность применяемых рекламных средств – Изучить медиаплан (медиалист) фирмы. Произвести его анализ и предложить меры по корректировке			**18**			
Раздел 2. Разработка творческой концепции рекламного продукта						
МДК.01.02. Разработка творческой концепции рекламного продукта			**90**	**10**	**40**	**30**
Тема 1. Характеристика основных элементов рекламного	**Содержание:**					
	1.	Психология воздействия и восприятия в рекламе: гештальт-психология	3	2		1	2
	2.	Жанры рекламы	3	2		1	2

обращения	3.	Рекламное сообщение: понятие, принципы формирования и размещения	3	2		1	2
	Практические занятия:						
	1.	П/Р № 1. Анализ и оценка влияния цветов на восприятие рекламы	3		2	1	3
	2.	П/Р № 2. Анализ и оценка влияния формы на восприятие рекламы	3		2	1	3
	3.	П/Р № 3. Анализ звукового оформления рекламного обращения	3		2	1	3
	4.	П/Р № 4. Содержание композиции в рекламе	3		2	1	3
	5.	П/Р № 5. Разработка рекламных слоганов	3		2	1	3
	6.	П/Р № 6. Разработка фирменных шрифтов	3		2	1	3
	7.	П/Р № 7. Анализ и оценка фонового оформления различных видов рекламы	3		2	1	3
	8.	П/Р № 8. Анализ жанров, применяемых в различных видах рекламы	3		2	1	3
Тема 2. Формирование корпоративной культуры	**Содержание:**						
	1.	Фирменный стиль: понятие, функции, основные составляющие, направления использования	3	2		1	2
	2.	Брэндинг. Нэйминг	3	2		1	2
	Практические занятия:						
	1.	П/Р № 9. Разработка составных элементов фирменного стиля	3		2	1	3
	2.	П/Р № 10. Разработка творческой концепции фирменного стиля	3		2	1	3
	3.	П/Р № 11. Разработка дизайна логотипа	3		2	1	3
	4.	П/Р № 12. Разработка творческой концепции товарного знака3	3		2	1	3
	5.	П/Р № 13. Разработка дизайна товарного знака	3		2	1	3
	6.	П/Р № 14. Разработка фирменных цветов предприятия	3		2	1	3
	7.	П/Р № 15. Создание образа брэнда	3		2	1	3
	8.	П/Р № 16. Анализ существующих брэндов. Достоинства и недостатки	3		2	1	3
	9.	П/Р № 17. Процесс нейминга	3		2	1	3
	10.	П/Р № 18. Анализ наименований предприятий	3		2	1	3
	11.	П/Р № 19. Разработка рекламного персонажа	3		2	1	3
	12.	П/Р № 20. Разработка механизма привлечения спонсоров	3		2	1	3
Обязательная аудиторная учебная нагрузка по курсовой работе (проекту) **Примерная тематика курсовых работ (проектов):** – Проект комплекта печатной рекламной продукции – Разработка и создание дизайна рекламного каталога бытовой техники – Разработка и создание дизайна рекламного буклета парикмахерских услуг			15	10		5	

– Разработка и создание дизайна рекламной листовки бытовой химии – Разработка и создание дизайна рекламного календаря предприятия – Разработка и создание дизайна рекламного плаката образовательного учреждения – Разработка и создание дизайна рекламного баннера концерта – Разработка и создание дизайна рекламного объявления туристической фирмы – Разработка и создание дизайна биллборда (призматрона) для сети магазинов спортинвентаря – Разработка и создание сценария телевизионного ролика для сети магазинов бытовой техники – Разработка рекламного модуля в журнале для продвижения продукции предприятия – Разработка и создание дизайна вывески (оформления витрины) для кафе-бара – Разработка сценария рекламного аудиоспота для развлекательного комплекса – Разработка и создание дизайна внутреннего оформления спортивного центра – Разработка и создание дизайна логотипа для сети супермаркетов – Разработка и создание дизайна упаковочных материалов для парфюмерного магазина – Разработка материалов пиар-кампании для кондитерской фабрики – Разработка материалов личной продажи для предприятия производственно-технического назначения – Актуальные проблемы современности в социальной рекламе. (экология, права человека, молодежная субкультура, терроризм, расизм/шовинизм). – Разработка мероприятий по продвижению спортивных событий, мероприятий, брендов – Разработка материалов ландшафтной рекламы предприятия – Разработка и создание дизайна сайта учебного заведения – Разработка элементов фирменного стиля для предприятия услуг связи – Разработка фирменных шрифтов торговой организации – Разработка сувенирной продукции для строительной организации					
Самостоятельная работа по разделу 2 ПМ **Примерная тематика домашних заданий:** – Написать реферат «Особенности сочетания цветов в рекламе современных предприятий» – Привести примеры различных рекламных жанров. – Разработать слоган для выбранного предприятия или товара – Разработать шрифтовой рекламный плакат – На примере образцов рекламной продукции торговой фирмы, работающей в сфере оказания услуг, разработать составляющие и функциональные носители фирменного стиля, определить их практическое значение – На примере известного бренда раскрыть его особенности и значение					

Учебная практика **Виды работ:** – Проанализировать используемые психологические приемы в рекламных средствах фирмы – Выявить используемые рекламные жанры – Проанализировать составляющие фирменного стиля. Выявить достоинства и недостатки, обосновать корректировочные меры	**18**				
Производственная практика **Виды работ:** – Разработка и создание дизайна рекламного продукта	**36**				
Всего:	**342**	**40**	**140**	**90**	

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1.Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы модуля требует наличия учебных кабинетов: проектирования рекламного продукта, лабораторий: компьютерного дизайна, информатики и вычислительной техники, информационных и коммуникационных технологий.

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета: персональные компьютеры, обеспеченные выходом в Internet.

Технические средства обучения: персональные компьютеры, обеспеченные выходом в Internet, видеопроектор, специализированное программное обеспечение, сканер, принтер.

Оборудование лаборатории и рабочих мест лаборатории: персональные компьютеры, обеспеченные выходом в Internet, специализированное программное обеспечение.

4.2.Информационное обеспечение обучения

Нормативные документы

1. Российская Федерация. Конституция. Конституция Российской Федерации : (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ) – Текст : электронный // СПС «КонсультантПлюс» : [сайт] / ООО «КонсультантПлюс». – Еженедельное обновление. – URL: https://www.consultant.ru (дата обращения).
2. Российская Федерация. Законы. Гражданский кодекс Российской Федерации от 30 ноября 1994 года № 51-ФЗ (в ред. Постановлением Конституционного Суда РФ от 03.07.2019 № 26-П) – Текст : электронный // СПС «КонсультантПлюс» : [сайт] / ООО «КонсультантПлюс». – Еженедельное обновление. – URL: https://www.consultant.ru (дата обращения).
3. Российская Федерация. Законы. Трудовой кодекс Российской Федерации: кодекс : от 30 декабря 2001 г. № 197-ФЗ (ред. от 12.11.2019) – Текст : электронный // СПС «КонсультантПлюс» : [сайт] / ООО «КонсультантПлюс». – Еженедельное обновление. – URL: https://www.consultant.ru (дата обращения).
4. Российская Федерация. Законы. Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации: фед. закон : от 28.12.2009, № 381-ФЗ / – Текст : электронный // СПС «КонсультантПлюс» : [сайт] / ООО «КонсультантПлюс». – Еженедельное обновление. – URL: https://www.consultant.ru (дата обращения).
5. Российская Федерация. Законы. О защите прав потребителей : закон Российской Федерации : от 07.02.92, № 2300-1 (в действующей редакции) / – Текст : электронный // СПС «КонсультантПлюс» : [сайт] / ООО «КонсультантПлюс». – Еженедельное обновление. – URL: https://www.consultant.ru (дата обращения).
6. Российская Федерация. Законы. О рекламе: фед. закон: от 13.03.2006, №38-ФЗ / – Текст : электронный // СПС «КонсультантПлюс» : [сайт] / ООО «КонсультантПлюс». – Еженедельное обновление. – URL: https://www.consultant.ru (дата обращения).

Основные источники

1. Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Юрайт, 2020. — 514 с. — (Профессиональное образование). — Текст : непосредственный.
2. Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва

: Юрайт, 2020. — 514 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10539-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/456737

3. Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Юрайт, 2020. — 552 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03716-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/466183
4. Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Юрайт, 2020. — 552 с. — (Профессиональное образование). — Текст : непосредственный.

Дополнительные источники

1. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Юрайт, 2019. — 431 с. — (Бакалавр. Прикладной курс). — Текст : непосредственный.
2. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Юрайт, 2019. — 431 с. — (Бакалавр. Прикладной курс). — ISBN 978-5-9916-3912-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/425227
3. Селезнева, Л. В. Написание рекламных текстов : учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. В. Селезнева. — Москва : Юрайт, 2020. — 159 с. — (Профессиональное образование). — Текст : непосредственный.
4. Селезнева, Л. В. Написание рекламных текстов : учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. В. Селезнева. — Москва : Юрайт, 2020. — 159 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13318-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/457495

Интернет-ресурсы

№ п/п	Наименование ресурса	Электронный адрес
1.	Компьютерная графика	http://dolinin-infografika/
2.	Библиотека фотографа	http://www.photographerslib.ru/books.php?book_id=0016.0001
3.	Основы теории и практики - ВИДЕОТОН	http://www.videoton.ru/theory_practica.html
4.	Мерчандайзинг.	http://www.mystery-shopping.su/merchendayzing2.html
5.	«Фотошоп-мастер» — уроки по Adobe Photoshop	http://www.photoshop-master.ru/
6.	Видео Уроки Corel Draw	http://www.ypoku-corel.ru/

4.3.Общие требования к организации образовательного процесса

Аудиторные занятия проводятся в кабинетах и лабораториях обеспеченных компьютерной техникой рассредоточено.

Практика является обязательным разделом профессионального модуля. Она предполагает выполнение обучающимися практико-ориентированных задач будущей профессиональной деятельности. При реализации профессионального модуля предусматривается учебная практика и производственная практика (по профилю специальности).

Производственная практика (по профилю специальности) проводится образовательным учреждением при освоении студентами профессиональных компетенций в рамках профессионального модуля и реализуется концентрированно.

Цели и задачи, программы и формы отчетности производственной практики определяются образовательным учреждением.

Производственная практика должна проводиться в рекламных агентствах и фирмах, направление деятельности которых соответствует профилю подготовки обучающихся.

Аттестация по итогам производственной практики проводится с учетом (или на основании) результатов, подтвержденных документами соответствующих организаций.

Для изучения модуля необходимы знания дисциплин: Информатика, Психология делового общения, Экономика организации.

4.4.Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу (курсам): наличие высшего профессионального образования, соответствующего профилю профессионального модуля. Опыт деятельности на предприятиях является обязательным для преподавателей, отвечающих за освоение обучающимися профессионального модуля. Преподаватели получают дополнительное профессиональное образование по программа повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

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	– оценка соблюдения рекламного продукта нормам законодательства о рекламе – корректность использования в рекламном продукте конкретных элементов и способов – правильность оценки факторов внешней и внутренней среды для поиска рекламных идей	Выполнение и защита практических работ. Наблюдение за выполнением заданий на учебной практике
ПК 1.2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы	– правильность выбора изобразительных средств рекламы для конкретного товара (услуги, фирмы, идеи и т.д.) – гармоничность и правильность построения художественных эскизов рекламного продукта – учет психологических особенностей воздействия и восприятия рекламы на потребителя	Выполнение и защита практических работ. Наблюдение за выполнением заданий
ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.	– правильность определения рекламных средств для представления проекта – точность и грамотность определения и построения элементов фирменного	Выполнение и защита практических работ. Наблюдение за выполнением заданий

	стиля – грамотность представления авторского рекламного проекта	
ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений	– точность и грамотность формулировки фраз и построения предложений в рекламном тексте – правильность определения оптимального места в рекламном средстве для размещения рекламного объявления – оптимальность выбора рекламного средства для размещения рекламы	Выполнение и защита практических работ. Наблюдение за выполнением заданий Наблюдение за выполнением заданий на учебной практике
ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями	– правильность оценки целевой аудитории рекламного сообщения – грамотность выбора и использования мультимедиа при разработке рекламного продукта – правильность и точность создания визуального образа рекламного продукта	Выполнение и защита практических работ. Наблюдение за выполнением заданий Наблюдение за выполнением заданий на учебной практике

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, проявлять к ней устойчивый интерес	– демонстрация интереса к будущей профессии	Наблюдение и оценка на занятиях при выполнении работ
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	– выбор и применение методов и способов решения профессиональных задач в области создания рекламного продукта – оценка эффективности и качества выполнения	Экспертное наблюдение и оценка при выполнении работ по учебной и производственной практике
ОК 3. Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях	– решение стандартных и нестандартных задач и ситуаций в области создания рекламного продукта	Экспертное наблюдение и оценка при выполнении работ по учебной и производственной практике
ОК 4. Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	– эффективный поиск необходимой информации – использование различных источников, включая электронные	Экспертное наблюдение и оценка при выполнении работ по учебной и производственной практике
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности	– взаимодействие со студентами, преподавателями – использование различных источников, включая электронные	Экспертное наблюдение и оценка при выполнении работ по учебной и производственной практике

ОК 6. Работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	– взаимодействие со студентами, преподавателями – проявлять организаторские и управленческие навыки	Экспертное наблюдение и оценка при выполнении работ по учебной и производственной практике
ОК 7. Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения задания	– взаимодействие со студентами, преподавателями – проявлять организаторские и управленческие навыки – организация работы трудового коллектива	Экспертное наблюдение и оценка при выполнении работ по учебной и производственной практике
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	– организация самостоятельных занятий при изучении профессионального модуля	Экспертное наблюдение и оценка при выполнении работ по учебной и производственной практике
ОК 9. Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности	– следить за научно-техническим прогрессом в области проектирования рекламного продукта	Экспертное наблюдение и оценка при выполнении работ по учебной и производственной практике
ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности	– знание норм законодательства о рекламе в стране и в мире – ориентироваться в ситуации в стране и в отрасли	Экспертное наблюдение и оценка при выполнении работ по учебной и производственной практике
ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.	– использование различных источников информации – соотношение понятий и слов иностранного происхождения	Экспертное наблюдение и оценка при выполнении работ по учебной и производственной практике

6. ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ

По итогам изучения профессионального модуля предусмотрены экзамен по междисциплинарному курсу и квалификационный экзамен по профессиональному модулю. Для экзамена по междисциплинарному курсу экзаменационные билеты состоят из двух теоретических заданий и одного практического задания. Для квалификационного экзамена экзаменационные билеты составлены в форме ситуаций, для решения которых необходимы знания теоретических вопросов, умение решать практические задачи.

Перечень теоретических вопросов для экзамена по МДК:

1. Дайте понятие рекламы. Раскройте ее достоинства и недостатки.
2. Расскажите об основных этапах развития рекламы.
3. Расскажите об общих требованиях к рекламе, регламентированных в Федеральном законе «О рекламе».
4. Раскройте классификацию рекламы в зависимости от характера объекта рекламирования.
5. Расскажите об этапах проектирования рекламного продукта.
6. Расскажите об основных видах печатной рекламы и раскройте средства ее распространения.

7. Расскажите об основных видах рекламы в прессе и раскройте средства ее распространения.
8. Расскажите об основных видах наружной рекламы, приемах и техниках ее создания.
9. Опишите этапы создания радиорекламы и раскройте средства ее распространения.
10. Опишите этапы создания телевизионной рекламы и раскройте средства ее распространения.
11. Расскажите о психологии воздействия и восприятии в рекламе.
12. Расскажите о влиянии цвета и формы на восприятие рекламы.
13. Расскажите о композиции в рекламе.
14. Расскажите о роли звукового сопровождения рекламных обращений.
15. Расскажите о роли и значении рекламного слогана в рекламном обращении.
16. Дайте характеристику фирменного стиля. Раскройте функции, основные составляющие и направления использования.
17. Раскройте понятие и функции слогана.
18. Дайте характеристику шрифта, как выразительного средства коммуникации.
19. Дайте характеристику основных стилеобразующих элементов предприятия.

Примеры практических заданий (ситуаций) для подготовки к экзамену по МДК:

Задание 1. Выполните графическое решение биллборда для сети супермаркетов при помощи редактора Photoshop (кратко изложите этапы проектирования, обоснуйте выбор художественного образа, визуальной концепции, обоснуйте проект).

Задание 2. Создайте графический рекламный образ плаката при помощи редактора Photoshop (кратко изложите этапы проектирования, обоснуйте выбор художественного образа, визуальной концепции, обоснуйте проект).

Задание 3. Разработайте шрифтовой рекламный плакат.

Задание 4. Разработайте рекламный слоган, используя приемы создания рекламного текста.

Критерии оценки экзамена по МДК

Оценка 5 «отлично» - за правильные ответы на теоретические вопросы и решение задач в полном объеме;

Оценка 4 «хорошо» - за правильные ответы на теоретические вопросы и решение задач в полном объеме; допускаются незначительные неточности в расчетах или незначительное нарушение алгоритма выполняемого задания;

Оценка 3 «удовлетворительно» - за неполные ответы на теоретические вопросы и решение задач в объеме не менее половины задания;

Оценка 2 «неудовлетворительно» - за частичные теоретические ответы и решение задач; в объеме менее половины заданий

Квалификационный экзамен по профессиональному модулю ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции осуществляется в форме демонстрационного экзамена. Оснащение демонстрационного экзамена: персональные компьютеры по количеству обучающихся с необходимым программным обеспечением.

Примеры ситуаций для подготовки к квалификационному экзамену:

Ситуация:

Пиццерия с круглосуточной доставкой в одном городе обратилась в рекламное агентство для разработки рекламной кампании, с целью увеличения охвата аудитории, привлечения новых постоянных клиентов, проинформировать целевую аудиторию о проводимой акции.

Задание: разработайте рекламную кампанию для предприятия-заказчика, используя полученные знания, умения и навыки:

1) предложите виды и средства рекламы и обоснуйте их с точки зрения принадлежности предприятия, характера реализуемой продукции, состояния спроса и предложения;
2) произведите расчет экономической эффективности предлагаемых к внедрению рекламных средств;
3) произведите публичную защиту и обоснуйте предложенные меры.

Критерии оценивания результатов экзамена квалификационного

Оценка «5» («отлично») выставляется при условии, если задание выполнено в полном объеме, студент представил защиту в виде презентации без погрешностей и замечаний, на все вопросы при защите задания дал правильные ответы.

Оценка «4» («хорошо») выставляется при условии, если задание выполнено в полном объеме, студент представил выполнение задания с небольшими погрешностями, презентация в целом соответствует требованиям, на защите задания затруднялся при ответах на некоторые вопросы, нуждался в уточняющих вопросах и подсказках со стороны преподавателя.

Оценка «3» («удовлетворительно») выставляется при условии, если задание выполнено в соответствии с требованиями, студент представил выполнение задания с существенными погрешностями, неспособен правильно интерпретировать полученные результаты, на защите затруднялся и/или не ответил на большинство вопросов, нуждался в уточняющих вопросах и подсказках со стороны преподавателя. В презентации отсутствует логика в структуре.

Оценка «2» («неудовлетворительно») выставляется при условии, если студент не выполнил задание, не способен пояснить выполнение задания, не ответил ни на один контрольный вопрос на защите.