

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МЕЖДУНАРОДНЫЙ МНОГОПРОФИЛЬНЫЙ КОЛЛЕДЖ»

УТВЕРЖДАЮ
Директор АНО ПРО «ММК»
_____ Я.А. Елиньская

Приказ № 2-ОД от «22» 03.2021 г.



**ПМ. 01 РАЗРАБОТКА И СОЗДАНИЕ ДИЗАЙНА
РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ**

рабочая программа профессионального модуля
по специальности **42.02.01 Реклама**

Новосибирск
2021

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	6
3. СТРУКТУРА И ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	8
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	12

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

«Разработка и создание дизайна рекламной продукции»

1.1. Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля (далее рабочая программа) – является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 **Реклама** в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД) **Разработка и создание дизайна рекламной продукции** и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

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

Рабочая программа профессионального модуля может быть использована при разработке программ:

- дополнительного профессионального образования при наличии начального профессионального образования по профессии «Агент рекламный»;
 - профессиональной подготовки / переподготовки работников в области дизайна, разработки и реализации рекламного продукта при наличии среднего профессионального образования.
- Опыт работы не требуется.

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 составления рекламного текста;
композицию, шрифтовую и художественную графику в рекламе;
методы проектирования рекламного продукта;
методы психологического воздействия на потребителя.

1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение программы профессионального модуля:

Всего – 677 часов, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 533 часа, включая:
обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 86 часов;
самостоятельной работы обучающегося – 447 часов;
учебной практики - 36 часов;
производственной практики (по профилю специальности) 108 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), за 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	Исполнять воинскую обязанность, в том числе с применением полученных профессиональных знаний (для юношей)
ОК 11	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности
ОК 12	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке

3. СТРУКТУРА И ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Тематический план профессионального модуля

3.1. Тематический план профессионального модуля

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики)	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., работа (проект), часов		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ПК 1.1 – 1.5	Раздел 1. Художественное проектирование рекламного продукта.	258	32	20	-	226	-	-	
ПК 1.1 – 1.5	Раздел 2. Разработка творческой концепции рекламного продукта	275	54	34	-	221	-	-	
	Учебная практика	36							36
	Производственная практика (по профилю специальности)	108							108
	Всего:	677	86	54	-	447	-	-	144

3.2. 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 работа (проект)	Объём, часов	Уровень освоения
1	2	3	4
Раздел ПМ 1 РАЗРАБОТКА И СОЗДАНИЕ ДИЗАЙНА РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ		224	
МДК. 01.01 Художественное проектирование рекламного продукта	Содержание учебного материала	16	1-2
Тема 1.1. Шрифт как средство коммуникации	Виды шрифтов. Плакат – графическое изобразительное средство в рекламе. Роль и значение шрифта в графическом дизайне и в рекламе. Выразительные возможности шрифтового изображения. Шрифтовой знак как средство коммуникации. Гармоничное единство изобразительного и текстового содержания. Приёмы создания ассоциативного образа в шрифтовой композиции.	4	1-2
	Практические занятия	4	3
	1. Макет рекламного шрифтового обращения. Рисунок – основа визуализации в рекламе.	8	3
	2. Разработка рекламного продукта Разработка графической концепции в рекламе. Защита дизайн-проекта.		3
	Самостоятельная работа	10	3
	Преобразование шрифтового знака /буквы/ в графический образ. Выражение в образной графической форме смыслового содержания слова.		

Тема 1.2. Разработка рекламного текста	Выполнение шрифтовой графической композиции, образно выражающей смысл текстового содержания фразы.			
	Содержание учебного материала		32	
	Структура рекламного текста. Виды слоганов.		6	1-2
	Практические занятия			
Тема 1.3 Формирование корпоративного стиля	1.	Стилистические особенности рекламных текстов. Приемы языкового манипулирования. Нейминг. Техника создания названия для товара.	6	1-2
	2.	Основной рекламный текст. Эхо-фраза. Разработка рекламного текста. Рекламная аргументация.	10	3
	3.	Разработка стратегии обращения. Разработка основной идеи обращения. Составление рекламных обращений. Реклама - диалог. Драматизированная реклама.	10	1-2
	Самостоятельная работа		6	
	Сбор материала для проведения практических занятий Разработать текст рекламного сообщения.			3
	Содержание учебного материала		10	
Практические занятия	Понятие фирменного стиля и его элементы. Типы товарных знаков. Определение корпоративного /фирменного/ стиля. Значение корпоративного стиля как вида рекламы, его роль в формировании имиджа фирмы /предприятия/. Задачи фирменного стиля. Дизайн-проект корпоративного стиля, основные этапы процесса проектирования. Концептуальное решение проекта. Составляющие фирменного стиля. Основные концептуальные стилиобразующие элементы. Носители фирменного стиля. Система идентификации.		2	1-2
	Практические занятия			
	1.	Разработка логотипа. Разработка корпоративного героя.	4	3

Тема 1.4 Основы графической композиции	2.	Подбор фирменного цвета. Разработка фирменного стиля компании.	4	3
	Самостоятельная работа		12	3
	Сравнительный анализ логотипов. Подбор фирменного цвета			
	Концептуальное решение корпоративного стиля торгового /производственного/ предприятия /фирмы/.			
	Содержание учебного материала		22	
	Основные сведения о композиции. Модуль и модульность. Объемно-пространственная композиция.		6	1-2
	Практические занятия			
	1.	Плоскостная графическая композиция. Элементы организации графической композиции. Композиция в графическом дизайне. Трансформация изображения	6	1-2
	2.	Работа с цветом в графической композиции. Графические средства визуализации.	2	1-2
	3.	Оптические и рельефные деформации плоскости. Объемное формообразование. Объемная трансформация Особенности построения и глубинно-пространственной композиции	8	3
Тема 1.5. Реклама товарной продукции	Самостоятельная работа		4	3
	Содержание учебного материала			1-2
	Практические занятия		32	
	1	Дизайн упаковки. Макетирование и моделирование упаковок (конструирование). Разработка графических элементов. Проработка упаковочной коробки в цвете Упаковка как вид рекламной продукции. Роль упаковки в повышении рейтинга товарной продукции. Виды и качественные различия упаковок. Дизайн и современные технологии, материалы изготовления упаковочной продукции.	12	1-2

Тема 1.6. Печатная реклама	2	Комплексное решение рекламы торгового предприятия. Функциональные особенности и роль фасадной рекламы. Методика разработки дизайн-проекта витрины. Визуализация рекламной идеи. Технологические возможности и современные материалы, используемые для изготовления витрин. Дизайн-проект рекламного оформления фасада торгового предприятия (входа, вывески, витрины). Методика разработки дизайн -проекта витрины. Визуализация рекламной идеи.	12	3
	3	Проект размещения рекламы товара на транспорте. Особенности композиционного построения, графического, шрифтового и колористического решений рекламы, размещаемой на транспорте.	8	1-2
	Самостоятельная работа		4	3
	Сбор материала для практических занятий			
	Содержание учебного материала		28	
Практические занятия	Информационно-графический комплекс и его направления. Информационно-графический комплекс, его рекламные функции. Причины возникновения и характер развития информационно-графических комплексов. Современные направления в информационной рекламе. Концептуальный проект информационно-графического комплекса: новизна мысли, рекламная стратегическая идея, функциональность, оригинальный графический ход, выразительность общего решения.		6	1-2
	Практические занятия			
	1.	Виды печати и печатной продукции	4	1-2
	2.	Дизайн-проект рекламного буклета, рекламного проспекта, рекламных листовок. Рекламный буклет как вид печатной продукции в информационно-графическом комплексе. Функциональные задачи буклета. Единство стиля и композиции дизайна формы и графического содержания буклета..	18	3
	Самостоятельная работа		12	

	Разработка макета рекламного объявления для издания периодической печати		3
Тема 1.7 Психологическое воздействие рекламы	Содержание учебного материала	14	
	Механизмы восприятия рекламы. Приемы повышения запоминаемости. Использование НПП в рекламе. Способы манипулятивного воздействия в рекламе. Язык манипулирования	4	1-2
	Практические занятия		
	1. Способы привлечения к рекламе. Рациональная и эмоциональная реклама	4	3
	2. Репрезентативные системы в рекламе. Использование приемов НПП. Разработка рекламного обращения с использованием техник НПП.	6	1-2
	Самостоятельная работа	6	3
	Анализ рекламных текстов в периодических изданиях		
Тема 1.8. Брендинг	Содержание учебного материала	14	
	Основные понятия брендинга. Позиционирование бренда. Атрибуты бренда. Западная и восточная модели брендинга. Проектинговая стадия брендинга. Основные подходы к разработке портфеля брендов компании. Основные модели построения архитектуры брендов. Социальные сети в России.	4	1-2
	Практические занятия		
	1. Процесс создания брендинга. Идентификаторы бренда. Создание группы в социальных сетях для продвижения рекламируемого продукта	10	3
	Самостоятельная работа	4	3
	Собрать материал для практических занятий		
	Содержание учебного материала	10	
Тема 1.9. Ребрендинг	Способы корректировки существующего бренда. Перепозиционирование бренда.	8	1-2

	Основные причины перепозиционирования. Ребрендинг. Рестайлинг. Ренейминг. Реиталайзинг.			
	Практические занятия			
	1.	Анализ проведения ребрендинга мировых компаний. Разработка предложений по рестайлингу и ренеймингу существующих брендов.	2	3
	Самостоятельная работа		4	
	Собрать материал для практических занятий			3
Тема 1.10 Объемно-пространственные рекламные конструкции	Содержание учебного материала		18	
	Рекламные конструкции в пространстве города. Виды наружной рекламы. Рекламная композиция в пространстве города. Виды, функциональное назначение, психология воздействия наружной рекламы. Специфика проектирования наружной рекламы, технические особенности и возможности конструкций. Материалы и технологии изготовления наружной рекламы. Экспозиционно-рекламные комплексы, их роль и задачи. Последовательность процесса создания экспозиции. Приёмы режиссуры пространства, реализации рекламной идеи, творческого замысла. Методы организации экспозиционного пространства, создания функциональных объёмов и структур. Типовые стендовые конструкции. Современные материалы и технологии изготовления экспозиций. Свет и цвет в рекламной экспозиции.		8	1-2
	Практические занятия			
	1.	Технология изготовления наружной рекламы. Процесс создания наружной рекламы	4	1-2
	2.	Световая реклама. Светотехнические эффекты в наружной рекламе. Дизайн-проект наружной рекламы. Оформление информационной наружной рекламы. Разработка макета наружной рекламы.	6	1-2
	Самостоятельная работа		20	3

Тема 1.11. Изобразительный рекламный плакат	Создать композицию комплексного решения Визуализировать перспективу.			
	Содержание учебного материала		32	
	Современные виды печати. Технологические виды печати. Виды печатной продукции. Классификация плакатов. Особенности социальной рекламы.		8	1-2
	Практические занятия			
	1. Технология проектирования рекламной продукции. Технология производства рекламной продукции		8	1-2
	2. Специальные приемы и язык изобразительного рекламного плаката. Использование фототехнологий в работе над плакатом. Агитационный плакат в политической рекламе. Рекламный плакат как вид коммуникативного дизайна. Новизна идеи, оригинальность мысли, нестандартность решения – необходимые условия выразительности плаката. Специфические особенности художественного языка плакатного искусства. Изобразительные приёмы ассоциативного выражения темы: гипербола, метафора, иносказание, подтекст.		12	3
	3. Виды социальной рекламы. Разработка идеи социальной рекламы. Дизайн-проект социального плаката. Разработка изобразительного рекламного плаката Презентация рекламного плаката		12	1-2
	Самостоятельная работа		20	3
	Создать эскиз шрифтового плаката.			
	Самостоятельная работа при изучении раздела 1 ПМ 1 Тематика внеаудиторной самостоятельной работы: Разработать текст рекламного сообщения. Разработать макет рекламного сообщения Нарисовать схему основных элементов букв. Создать композицию из элементов букв. Создать композицию на единство, определив основные функции и структуры шрифтовой		102	

	композиции. Создать композицию на соподчинение шрифтовых структур по масштабности и по контрасту. Создать композицию на соразмерение, простой и сложный ритм, гармоничное пропорционирование. Создать композицию на видоизменение, создание пластических структур и тональных растяжек с помощью градиентных заливок. Создать композицию на равновесие, принципы симметричности и асимметричности, особенности тектоники. Собрать материал и компоновать элементы шрифтов в определенном стиле. Создать эскиз модульной сетки с иллюстрациями и текстом. Создать эскиз шрифтового плаката. Создать композицию комплексного решения Визуализировать перспективу.		
МДК 01. 02 Разработка творческой концепции рекламного продукта Введение	Цель и задачи модуля «Разработка и создание дизайна рекламной продукции», его роль в формировании у студентов профессиональных компетенций. Краткая характеристика основных разделов модуля. Порядок и форма проведения занятий, особенности использования источников литературы и сети Интернет. Рекомендации по организации самостоятельной работы студентов при изучении модуля. Осуществление поиска рекламных идей на основе художественного эскизирования, выбор оптимальных изобразительных средств в рекламе	2	
	Содержание	12	
Раздел 1 Организация процесса разработки рекламного продукта	1 Осуществления поиска идеи рекламного продукта при помощи первичных источников и материалов. 2 Элементы организации графической композиции в рекламе. Свойства композиции. Закон композиции. Методы проектирования рекламного продукта. 3 Выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы. Средства гармонизации композиции.		1
Тема 1.1 Творческая концепция рекламного продукта: понятие, вариации, формы воплощения.	История шрифта. Электронные версии шрифтовых гарнитур. Типографика Современные технологии реализации. Текст и изображение в рекламе в рекламном плакате.	4	1
Тема 1.2. Креатив в рекламе. Основные методы и приемы генерации творческих идей.	Стилевое единство шрифта и изображения. Композиционные приемы в рекламе. Гипербола, метафора, аллегория в изображении. Визуализация ассоциативного образа.	2	2
	Практическое занятие	6	

	1	Принципы создания творческой концепции		3
	2	Вариации творческих концепций в современной рекламе: примеры известных брендов.		2
	3	Разработка бренда		3
	4	Специфика кретива в рекламе: возможности и ограничения.		2
	5	Мозговой штурм.		3
	Самостоятельная работа		14	2,3
	Подбор материала для практических работ			
	Содержание		30	1
	1 Комплексная разработка корпоративного /фирменного/ стиля. Проект-концепция 2 Концептуальные стилиобразующие элементы / логотип, товарный знак, марка, эмблема фирмы/ 3 Составляющие и функциональные носители корпоративного /фирменного/ стиля			
Тема 2.1. Комплексная разработка корпоративного /фирменного/ стиля. Проект-концепция.	Основные составляющие и функциональные носители корпоративного /фирменного/ стиля, их практическое значение.		2	1
Тема 2.2. Концептуальные стилиобразующие элементы / логотип, товарный знак, марка, эмблема фирмы	Принципы конструктивного построения и стиливого единства в комплексном проектировании элементов корпоративной рекламы.		2	1
Тема 2.3. Составляющие и функциональные носители корпоративного /фирменного/	Концептуальные стилиобразующие элементы - логотип, товарный знак, торговая марка, эмблема фирмы. Формообразующие принципы и графические приёмы, применяемые в проектировании стилиобразующих элементов.		2	2

стиля.				
	Практическое занятие			
	6	Роль корпоративного стиля в формировании имиджа фирмы /предприятия/.	24	3
	7	Дизайн-проект корпоративного стиля, основные этапы процесса проектирования		3
	8	Концептуальное решение проекта.		3
	9	Составляющие фирменного стиля.		3
	10	Основные концептуальные стилиобразующие элементы.		3
	11	Носители фирменного стиля. Система идентификации		3
	12	Концептуальные стилиобразующие элементы – логотип, товарный знак, торговая марка, эмблема фирмы.		3
	13	Формообразующие принципы и графические приёмы, применяемые в проектировании стилиобразующих элементов		3
	14	Визуализация ассоциативного образа.		
	15	Шрифт и слово		
	16	Единство, взаимосвязь и соподчинение изображения и шрифта в композиции знаковой формы.		
	17	Функциональные носители корпоративного /фирменного/ стиля, их практическое значение.		
	18	Принципы конструктивного построения и стилового единства в комплексном проектировании элементов корпоративной рекламы		
	Самостоятельная работа		14	2,3
	Подбор материала для практических работ			
	Содержание			
	Раздел 3. Информационно-			

графический комплекс и его направления. Печатная реклама.	1 Комплексная разработка информационно-графического комплекса. Проект-концепция		
	2 Концептуальные стилеобразующие элементы.		
	3 Составляющие и функциональные носители информационно-графического комплекса.		
Тема 3.1. Информационно-графический комплекс и его направления. рекламный плакат.	Современные направления в информационной рекламе. Концептуальный проект информационно-графического комплекса: новизна мысли, рекламная стратегическая идея, функциональность, оригинальный графический ход, выразительность общего решения.	4	
Тема 3.2. Виды печати и печатной продукции.	Информационно-графический комплекс, его рекламные функции. Разработка концептуального проекта информационно – графического рекламного комплекса.	10	
Тема 3.3. Дизайн-проект рекламного буклета.	Единство стиля и композиции дизайна формы и графического содержания буклета. Фотография и шрифт, типографика и цвет в буклете. Функциональные задачи буклета.	2	
	Практическое занятие	24	
	19 Причины возникновения и характер развития информационно-графических комплексов.		
	20 Концептуальный проект информационно-графического комплекса: новизна мысли, рекламная стратегическая идея, функциональность, оригинальный графический ход, выразительность общего решения		
	21 Разработка концептуального проекта информационно – графического рекламного комплекса.		
	22 Разработка проекта открытки, визитки.		
	23 Современные виды печати /офсетная, цифровая, трафаретная, широкоформатная и др./		
	24 Виды печатной продукции.		
	25 Новые технологии проектирования и производства печатной продукции.		
	26 Классификация плакатов.		
	2 Специфические приёмы и язык изобразительного рекламного плаката.		

	28	Шрифтовой рекламный плакат			
	29	Лаконичная выразительность формы и содержания.			
	30	Использование фототехнологий в работе над плакатом.			
	31	Функциональные задачи буклета.			
	32	Разработка макета буклета.			
	33	Фотография и шрифт, типографика и цвет в буклете.			
	34	Разработка дизайн-проекта рекламного буклета.			
	Самостоятельная работа		14		
	Подбор материала для практических работ				
	Содержание				
Раздел 4. Реклама товарной продукции.	1 Визуализация рекламной идеи. 2 Технологические возможности и современные материалы, используемые для изготовления наружной рекламы.. 3 Функциональность и психология восприятия рекламы на транспорте.		34		1
Тема 4.1.Дизайн упаковки.	Реклама товара, её виды, функциональные задачи. Упаковка как вид рекламной продукции. Роль упаковки в повышении рейтинга товарной продукции				1
Тема 4.2.Дизайн-проект наружной рекламы	Функциональные особенности и роль фасадной рекламы Методика разработки дизайн-проекта витрины. Комплексное решение рекламы торгового предприятия.		2		2
Тема 4.3. Реклама на транспорте.	Целесообразность размещения рекламы на транспортных средствах. Функциональность и психология восприятия рекламы на транспорте.		2		2
	Практическое занятие		30		
	35	Реклама товара, её виды, функциональные задачи.			3

	Принципы проектирования рекламы товара, способствующее его продвижению в условиях современных рыночных отношений.		
	Упаковка как вид рекламной продукции.		
	Роль упаковки в повышении рейтинга товарной продукции.		
	Виды и качественные различия упаковок.		
40	Дизайн и современные технологии, материалы изготовления упаковочной продукции.		
	Проект упаковки товара.		
	Разработка дизайн -проекта креативной упаковки товара.		
	Разработка дизайн -проекта упаковки товара.		
44	Рекламная композиция в пространстве города.		
45	Специфика проектирования наружной рекламы, технические особенности и возможности конструкций.		
46	Материалы и технологии изготовления наружной рекламы.		3
	Световая реклама и светотехника.		3
	Разработка дизайн -проекта наружной рекламы.		3
49	Разработка дизайн -проекта вывески.		3
50	Особенности компо-зиционного построения, решения рекламы, размещаемой на транспорте.		
51	Современные технологии реализации проекта.		
52	Проектное предложение размещения рекламы на транспорте.		
53	Особенности графичес-кого, шрифтового и коло-ристического решений в рекламе, размещаемой на транспорте.		3
Самостоятельная работа		14	

Раздел 5 Специфика разработки теле- и -радиорекламы	Подбор материала для практических работ		2
	Содержание		
Тема 5.1 Процесс производства телевизионной рекламной продукции	Особенности композиционного построения, графического, шрифтового и колористического решений наружной рекламы.	26	
	Креатив в теле-и-радиорекламе. Требования к телевизионной рекламе и действующие ограничения. История развития в России и зарубежом. Специфика телевизионной рекламы.	2	1
Тема 5.2. Этапы производства и форматы радиорекламы	Создание сценария рекламных роликов для различных категорий товаров. Этапы процесса производства телевизионной рекламы.	4	1
	Типовые стендовые конструкции. Современные материалы и технологии изготовления экспозиций.		1
Итоговое занятие	Практическое занятие	20	
	54 Специфика телевизионной рекламы.		3
	55 Этапы процесса производства телевизионной рекламы.		3
	56 Креатив в телерекламе.		3
	57 Требования к телевизионной рекламе и действующие ограничения.		
	58 Создание сценария рекламных роликов для различных категорий товаров.		
	59 Создание сценария рекламных роликов для различных категорий товаров.		
	60 Специфика радиорекламы.		
	61 Этапы процесса производства радиорекламы.		
	62 Креатив в радиорекламе.		3

	63	Создание креативного радио ролика.		3
	64	Требования к радио-рекламе и действующие ограничения.		3
	65	Написание сценариев для рекламных радиороликов различных товаров.		3
	66	Создание сценария рекламных роликов для различных категорий товаров.		3
	Самостоятельная работа		14	
	Подбор материала для практических работ			2
	Самостоятельная работа при изучении МДК 01.02. Работа с концептами и со специальной литературой по композиции и психологии в рекламе (по параграфам и главам, указанным преподавателем). Использование Интернета. Составление эскизов. Подготовка к практическим занятиям с использованием методических рекомендаций преподавателя. Выполнение и оформление практических работ. Подготовка сообщений и докладов. Составление схем. Выполнение анализа рекламных сообщений на предмет организации графической композиции. Поиск рекламы с нарушением композиции, гармонии, акцентированности разработки рекомендаций исправлений.			
	Учебная практика		36	
	Производственная практика (по профилю специальности) Виды работ: - разработка и создание дизайна рекламной продукции; - составление текста рекламного объявления; - оформление макета рекламного сообщения в периодической печатной продукции; - разработка логотипа и товарного знака предприятия графическим способом с использованием цвета; - разработка концепции проведения рекламной кампании		108	

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).

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы модуля предполагает наличие:

- кабинета шрифтовой и художественной графики;
- кабинета проектирования рекламного продукта.

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- комплект нормативно-правовых документов;
- рекомендации по подготовке к практическим занятиям;
- рекомендации по составлению отчета по производственной практике;
- задания для проведения практических занятий;
- комплект заданий для проведения текущего контроля знаний;
- комплект комплексных практических и проблемно-ситуационных заданий;
- комплект учебно-наглядных пособий (презентаций, видеофильмов, рекламных сообщений).

Технические средства обучения:

- компьютер с выходом в Интернет;
- аудиовизуальные средства обучения (документ-камера, интерактивная доска, колонки);
- принтер;
- программное обеспечение общего и профессионального назначения.

Реализация программы модуля предполагает производственную (технологическую) практику.

Оборудование и технологическое оснащение рабочих мест:

- автоматизированное рабочее место;
- программное обеспечение профессионального назначения;
- возможность выхода в сеть Интернет.

4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

Законодательные и нормативные акты

Конституция Российской Федерации;

Федеральный закон от 13 марта 2006 г. N 38-ФЗ "О рекламе" (с изменениями и дополнениями);

Основная литература:

Бердышев С.Н. Рекламный текст. Методика составления и оформления, учебник – М., Дашков и Ко, 2010 год.

Измайлова М.А. Психология рекламной деятельности, учебник – М., Дашков и Ко, 2011 год.

- Мазилкина Е.И. Основы рекламы: учеб. пос. для вузов и ссузов. - М.: Дашков и К, 2009.
- Назайкин А.Н. Практика рекламного текста, учебное пособие – М.: Береатор-Пресс, 2009.
- Романов А.А. и др. Разработка рекламного продукта: учеб. пос. – М.: Вузовский вестник, 2012.
- Устин В.Б. Учебник Дизайна. Композиция, методика, практика, учебник– М., АСТ, Астрель, 2009 год

Дополнительная литература:

- Бердышев С.Н. Эффективная наружная реклама: практ. Пос. – М.: Дашков и К, 2010.
- Валладарес Дж. А. Ремесло копирайтинга, учебник – СПб.: Питер, 2009.
- Голубева О.Л. Основы композиции, учебник – М., Издательский дом «Искусство», 2006 год
- Дегтярев А.Р. Изобразительные средства рекламы. Слово, композиция, стиль, цвет. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2011
- Дмитриева Л.М. Разработка и технологии производства рекламного продукта: Уч. Издательство: Экономистъ, 2008
- Иванова К.А. Копирайтинг. Секреты составления рекламных и PR-текстов. – СПб, Питер, 2013.
- Овчинникова Р.Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования: Уч.пос. – Издательство: ЮНИТИ, 2010
- Патернотт Жан. Разработка и создание логотипов и графических концепций. – Ростов н/Д: Феникс, 2012
- Реклама; язык, речь, общение: Учебн. Пособие. Под ред. Гойхмана О.Я., Лейчика В.М., - М.: ИНФРА-М, 2011.
- Ткаченко О.Н. Креативная реклама: Технологии проектирования: Уч.пос. – Издательство: Современная школа, 2010
- Устин В.Б., Композиция в дизайне. Методические основы композиционно-художественного формообразования в дизайнерском творчестве, учебное пособие, – М., Форум, 2007 год
- Швегов И.В., Вегенер Ю.С. Игра в рекламе. – М., Юнити-Дана, 2011.
- Шевченко В.Я., Композиция плаката, учебное пособие – Харьков, Колорит, 2006 год.
- Эвами LOGO. Создание логотипов: Самые современные разработки. Издательство: Митер, 2012.

Периодические издания:

Журналы: Индустрия рекламы; Рекламные технологии; Альманах Лаборатория рекламы и маркетинга и Public Relations; Наружка; BTL-magazine, Рекламные идеи;

Интернет-ресурсы:

- Сайт «О рекламе и маркетинге» www.Advertology.ru;
- Сайт «Энциклопедия Рекламных Знаний»: www.reklamist.com
- Международная рекламная ассоциация. Российское отделение: <http://www.iaa.ru/>
- Сайт о рекламе www.AdVesti.ru

Сайт о рекламе и маркетинге в России и мире www.Adindex.ru –

Сайт «Креативная реклама» www.adme.ru

Большая энциклопедия рекламы <http://bigadvenc.ru/>

<http://designcollector.net/>

<http://www.sostav.ru/>

<http://www.4p.ru/>

<http://vk.com/bestad> (Шедевры рекламы)

<http://vk.com/mir.reklami> (Реклама как искусство)

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Освоение программы модуля «Разработка и создание дизайна рекламной продукции» базируется на изучении общепрофессиональной дисциплин «Рисунок с основами перспективы», «Живопись с основами цветоведения».

Реализация программы модуля предполагает учебную практику. Занятия по учебной практики проводятся в учебных кабинетах и лабораториях.

Производственная практика (по профилю специальности) проводится концентрированно после освоения всех разделов модуля. Может предполагать выполнение проектов по разработке рекламной продукции по реальным заказам. Производственная практика может проводиться в организациях, направление деятельности которых соответствует профилю подготовки обучающихся, а также в образовательном учреждении на производственной базе по реальным заказам.

Обязательным условием допуска к производственной практике (по профилю специальности) в рамках профессионального модуля является освоение междисциплинарных курсов МДК 01.02 «Художественное проектирование рекламного продукта», МДК 01.02 «Разработка творческой концепции рекламного продукта».

Аттестация по итогам производственной практики (по профилю специальности) проводится на основании результатов, подтверждаемых отчётами и дневниками практики студентов, а также отзывами руководителей практики на студентов.

Производственная практика (по профилю специальности) завершается зачётом на основании оценки освоенных общих и профессиональных компетенций.

Результаты прохождения производственной практики (по профилю специальности) по модулю учитываются при проведении государственной (итоговой) аттестации.

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу:

- наличие высшего профессионального образования по специальности рекламного направления, соответствующей профилю модуля «Разработка и создание дизайна рекламной продукции»;
- опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы;
 - преподаватели должны проходить стажировку 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	• Демонстрация умений поиска рекламных идей. • Полнота и точность мониторинга рекламных идей. • Обоснованность решений о поиске идей с использованием первичных источников. • Аргументированность выбора рекламной идеи.	Оценка в рамках текущего контроля: • результатов работы на практических занятиях; • результатов выполнения индивидуальных домашних заданий; • результатов тестирования. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения учебной и производственной практик. Экспертная оценка выполнения рекламного проекта.
ПК 1.2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы	• Аргументированность выбора изобразительных средств рекламы. • Точность и обоснованность выбора оптимальных изобразительных средств рекламы. • Демонстрация знаний об изобразительных средствах рекламы. • Демонстрация умения художественного эскизирования средств рекламы.	Оценка в рамках текущего контроля: • результатов работы на практических занятиях; • результатов выполнения индивидуальных домашних заданий; • результатов тестирования. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения учебной и производственной практик. Экспертная оценка выполнения рекламного проекта.
ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты	• Полнота и точность составления брифа. • Демонстрация знаний о характеристиках и составе рекламных проектов. • Обоснованность решений при разработке рекламного проектов (методов и технологий). • Демонстрация умений представить свой проект. • Демонстрация знаний элементов состава рекламного	Оценка в рамках текущего контроля: • результатов работы на практических занятиях; • результатов выполнения индивидуальных домашних заданий; • результатов тестирования. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения учебной и производственной практик. Экспертная оценка выполнения

		проекта. • Аргументированность выбора элементов оптимального состава рекламного проекта.	рекламного проекта.
ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений		• Демонстрация умений составлять основной рекламный текст. • Обоснованность выбора литературной и художественной обработки рекламного текста. • Аргументированность применения слогана и дополнительных элементов рекламного текста. • Грамотность разработки рекламного текста. • Обоснованность выбранного типа слогана/нейма. • Демонстрация умений тестировать рекламный текст.	Оценка в рамках текущего контроля: • результатов работы на практических занятиях; • результатов выполнения индивидуальных домашних заданий; • результатов тестирования. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения учебной и производственной практик. Экспертная оценка выполнения рекламного проекта.
ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями		• Демонстрация умений поиска рекламных визуальных образов. • Обоснованность решений о применении визуального образа. • Аргументированность выбора визуального образа и его функции. • Демонстрация умений создавать визуальный образ с применением художественно-изобразительных средств.	Оценка в рамках текущего контроля: • результатов работы на практических занятиях; • результатов выполнения индивидуальных домашних заданий; • результатов тестирования. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения учебной и производственной практик. Экспертная оценка выполнения рекламного проекта.

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	- участие в работе научно-студенческих обществ, - выступление на научно-практических конференциях, - участие во внеурочной деятельности связанное с будущей специальностью (посещение профессиональных выставках, участие в конкурсах профессионального мастерства).	Экспертная оценка деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы: - на практических занятиях, -при выполнении работ по проекту, - при выполнении работ на различных этапах учебной практики, -при выполнении индивидуальных домашних заданий; - при выполнении самостоятельной работы, - при выполнении работ на различных этапах производственной практики, -при проведении: зачета, квалификационного экзамена по модулю.
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	- выборы применения методов и способов решения профессиональных задач, оценка их эффективности и качества.	
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	- анализ профессиональных ситуаций, - решение стандартных и нестандартных задач.	
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	- эффективный поиск необходимой информации, - использование различных источников, включая Интернет, при изучении теоретического материала и прохождение различных этапов производственной практики.	
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	- использование в учебной и профессиональной деятельности, различных видов программного обеспечения, в том числе специального, при оформлении и презентации	

		всех видов работ.	
ОК 6. Работать и в команде, общаться с руководством, потребителями	в коллективе эффективно с коллегами,	Взаимодействие: - с обучающимися при выполнении коллективных заданий (проектов), - с преподавателями, мастерами в ходе обучения, - с потребителями и коллегами в ходе производственной и учебной практики.	
ОК 7. Брать ответственность за работу членов команды (подчинённых), за результат выполнения заданий	на себя	- самоанализ и коррекция результатов собственной деятельности при выполнении коллективных заданий (проектов), - ответственность за результат выполнения заданий (проектов).	
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации		- планирование и качественное выполнение заданий для самостоятельной работы при изучении теоретического материала и прохождение различных этапов учебной и производственной практики, - определение этапов и содержание работы по реализации самообразования-	
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	в	- адаптация к изменяющимся условиям профессиональной деятельности, - проявление профессиональной маневренности при прохождении различных этапов производственной практики.	

ОК 10. Исполнять воинскую обязанность, в том числе с применением полученных профессиональных знаний (для юношей)		- готовность к исполнению воинской обязанности с применением полученных профессиональных знаний (для юношей).
ОК 11. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности		-демонстрация готовности принимать решения в условиях изменяющихся рыночных отношений, усиливающейся конкуренции и нести за них ответственность
ОК 12. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке		-использование приемов межличностного общения в процессе обучения -умение преодолевать коммуникативные барьеры