

Государственное областное бюджетное  
профессиональное образовательное учреждение  
«Усманский многопрофильный колледж»

УТВЕРЖДАЮ:  
Директор ГОБПОУ «Усманский  
многопрофильный колледж»  
\_\_\_\_\_ Небогин А.В.  
«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

## **ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

### **ПМ. 01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции**

*Специальность 42.02.01 Реклама*

*Уровень подготовки базовый*

2016 г.

Рабочая программа профессионального модуля ПМ. 01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от «12» мая 2014 г. № 510.

Организация - разработчик: Государственное областное бюджетное профессиональное образовательное учреждение «Усманский многопрофильный колледж»

Разработчик:

Афанасьева О.В., преподаватель высшей квалификационной категории

Рассмотрена и утверждена на заседании предметно- цикловой комиссии педагогики, психологии и частных методик

Протокол № \_\_\_\_\_ от « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Председатель предметно- цикловой комиссии педагогики, психологии и частных методик \_\_\_\_\_ Минаева О.В.

## СОДЕРЖАНИЕ

|   | стр. |
|---|------|
| 1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ                           | 4    |
| 2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ                         | 5    |
| 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО<br>МОДУЛЯ                   | 7    |
| 4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО<br>МОДУЛЯ             | 18   |
| 5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИО-<br>НАЛЬНОГО МОДУЛЯ | 20   |

# **1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции**

## **1.1. Область применения программы**

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.

## **1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы:**

Профессиональный модуль Разработка и создание дизайна рекламной продукции относится к профессиональным модулям программы подготовки специалистов среднего звена, в состав которого входят МДК 01.01 Художественное проектирование рекламного продукта, МДК 01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта, а также учебная и производственная практика (по профилю специальности).

Профессиональный модуль является практико-ориентированным. В ходе освоения данного модуля обучающийся должен обладать общими компетенциями, включающими ряд способностей, а также профессиональными компетенциями, соответствующими основному виду профессиональной деятельности.

## **1.3. Цели и задачи профессионального модуля – требования к результатам освоения профессионального модуля**

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями студент 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

## **1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение программы профессионального мо-**

дуля:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – **492** часа, включая:  
обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – **364** часа;  
самостоятельной работы обучающегося – **128** часов;  
учебной и 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 (по базовой подготовке):

| 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 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 ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

#### Тематический план профессионального модуля

| Код 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 |                |  |           |
| 1                                | 2   | 3           | 4   | 5  | 6                                       | 7                                   | 8                                       | 9              | 10   |           |
| ПК 1-5                           | МДК 01. 01 Художественное проектирование рекламного продукта  | 192         | 128   | 38   | 20                                      | 64                                  |   |                |  |           |
| ПК 1-5                           | МДК.01.02.Разработка творческой концепции рекламного продукта | 192         | 128   | 80   | -                                       | 64                                  |   |                |  |           |
| ПК 1-5                           | Учебная практика  | 36          |   |  |   |                                     |   | 36             |  |           |
| ПК 1-5                           | Производственная практика, (по профилю специальности)         | 72          |   |  |   |                                     |   |                |  | 72        |
| <b>Всего:</b>                    |   | <b>492</b>  | <b>364</b>  | <b>118</b>   | <b>20</b>                               | <b>128</b>                          | <b>-</b>                                | <b>36</b>      |  | <b>72</b> |

**СОДЕРЖАНИЕ ОБУЧЕНИЯ ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ (ПМ)**

**ПМ. 01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции**

| Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем | Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся  | Объем часов | Уровень освоения |
|---|--|-------------|------------------|
| 1   | 2  | 3           | 4                |
| <b>МДК 01. 01</b><br>Художественное проектирование рекламного продукта                    |  | <b>192</b>  |                  |
| <b>Введение</b>   | <b>Содержание учебного материала</b>   |             |                  |
|   | 1 Основные понятия и характеристики дисциплины “Художественное проектирование рекламного продукта”. Цели и задачи изучения данного предмета              | 2           | 2                |
|   | <b>Лабораторные работы</b>   | -           |                  |
|   | <b>Практические занятия</b>  | -           |                  |
| <b>Раздел 1. Разработка и создание дизайна рекламной продукции</b>                        |  |             |                  |
| <b>Тема 1.1. Форма и содержание рекламного продукта</b>                                   | <b>Содержание учебного материала</b>   | <b>4</b>    |                  |
|   | 1 Понятие творческих рекламных разработок. Технологические виды рекламного продукта. Основные этапы разработки рекламного продукта                       | 2           | 3                |
|   | 2 Выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы. Характеристики процесса разработки рекламного обращения              | 2           | 3                |
|   | <b>Лабораторные работы</b>   | -           |                  |
|   | <b>Практические занятия</b>  | -           |                  |
| <b>Раздел 2. Приемы и принципы составления рекламного текста</b>                          |  |             |                  |
| <b>Тема 2.1. Рекламный текст</b>  | <b>Содержание учебного материала</b>   | <b>8</b>    |                  |
|   | 1 Рекламный текст: приемы и принципы разработки. Восприятие в рекламном тексте. Создание эффективного рекламного текста. Виды рекламы и рекламный текст. | 2           | 3                |
|   | 2 Особенности восприятия рекламных текстов на примере рекламных объявлений   | 2           |                  |
|   | <b>Лабораторные работы</b>   | -           |                  |
|   | <b>Практические занятия</b> Анализ печатной рекламной продукции  | 4           |                  |
| <b>Тема 2.2. Копирайтинг</b>  | <b>Содержание учебного материала</b>   | <b>8</b>    |                  |
|   | 1 Копирайтинг. Типы копирайтинга. SEO-копирайтинг, PR-копирайтинг, рерайтинг, спичрайтинг, постинг   | 2           |                  |
|   | 2 Рассмотрение рекламных текстов с точки зрения их принадлежности к различным типам копирайтинга   | 2           |                  |
|   | <b>Лабораторные работы</b>   | -           |                  |
|   | <b>Практические занятия</b> Рассмотрение и анализ рекламных текстов с точки зрения их принадлежности к различным типам копирайтинга                      | 4           |                  |

|  |   |  |           |   |
|--|---|--|-----------|---|
| <b>Раздел 3. Шрифтовая графика в рекламе</b>   |   |  |           |   |
| <b>Тема 3.1. Шрифт в рекламе</b>   | <b>Содержание учебного материала</b>  |  | <b>14</b> |   |
|  | 1   | Шрифт: термины и определения. Принципы построения шрифтов. Основные требования к выбору шрифта в рекламе. Психология восприятия шрифта в рекламе.  | 4         | 3 |
|  | 2   | 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. | 4         |   |
|  | 3   | Особенности разработки макета рекламного шрифтового обращения. Рисунок – основа визуализации в рекламе.  | 2         |   |
|  | <b>Лабораторные работы</b>  |  | -         |   |
| <b>Практические занятия</b> Разработка рекламного продукта- листовка. Разработка графической концепции в рекламе. Защита дизайн - проекта. |   | 4  | 3         |   |
| <b>Тема 3.2. Разработка рекламного текста</b>  | <b>Содержание учебного материала</b>  |  | <b>4</b>  |   |
|  | 1   | Структура рекламного текста. Виды слоганов   | 2         |   |
|  | 2   | Особенности разработки рекламных обращений   | 2         |   |
|  | <b>Лабораторные работы</b>  |  | -         |   |
|  | <b>Практические занятия</b>   |  | -         |   |
| <b>Раздел 4. Композиционное построение в рекламе</b>   |   |  |           |   |
| <b>Тема 4.1. Разработка рекламного текста</b>  | <b>Содержание учебного материала</b>  |  | <b>8</b>  | 3 |
|  | 1   | Особенности компьютерного оформления рекламных текстов в графических программах. Компьютерные шрифты   | 2         | 3 |
|  | 2   | Работа со шрифтами с помощью программного обеспечения при разработке рекламного текста   | 2         |   |
|  | <b>Лабораторные работы</b>  |  | -         | 3 |
|  | <b>Практические занятия</b> Работа со шрифтами с помощью программного обеспечения |  | 4         |   |
| <b>Тема 4.2. Композиция в рекламе</b>  | <b>Содержание учебного материала</b>  |  | <b>8</b>  | 3 |
|  | 1   | Виды и характеристики композиции. Законы композиции. Основные принципы построения рекламы  | 2         |   |
|  | 2   | 5 секретов рекламной композиции. Основные принципы дизайна. Средства гармонизации в дизайне  | 2         |   |
|  | <b>Лабораторные работы</b>  |  | -         |   |
|  | <b>Практические занятия</b> Освоение законов композиции в рекламном сообщении     |  | 4         |   |
| <b>Тема 4.3. Цвет в декоративной композиции</b>  | <b>Содержание учебного материала</b>  |  | <b>6</b>  |   |
|  | 1   | Ознакомление с основами цветоведения.  | 2         | 3 |
|  | 2   | Работа с цветом в графической композиции. Графические средства визуализации.   | 2         |   |
|  | 3   | Применение гармоничных цветовых сочетаний при разработке рекламного сообщения  | 2         |   |
|  | <b>Лабораторные работы</b>  |  | -         |   |



|  |  |           |   |
|--|--|-----------|---|
|  | <b>Практические занятия</b>  | -         |   |
| <b>Раздел 5. Фирменный стиль и его комплексная разработка</b>  |  |           |   |
| <b>Тема 5.1 Комплексная разработка корпоративного (фирменного стиля)</b>                                   | <b>Содержание учебного материала</b>   | <b>14</b> |   |
|  | 1 Понятие фирменного стиля и его функции. Элементы фирменного стиля (логотип, товарный знак, эмблема фирмы и др). Принципы их разработки. Носители фирменного стиля.         | 2         |   |
|  | 2 Концептуальные стилеобразующие элементы  | 2         |   |
|  | 3 Информационно-графический комплекс и его направления.  | 2         |   |
|  | 4 Аналитический обзор брендбуков на примере различных организаций  | 2         |   |
|  | 5 Брендбук: понятие брендбука, содержание, этапы создания брендбука  | 2         |   |
|  | <b>Лабораторные работы</b>   | -         |   |
| <b>Практические занятия «Разработка концепции и элементов фирменного стиля собственной торговой марки»</b> | 4  |           |   |
| <b>Тема 5.2. Товарный знак как элемент фирменного стиля</b>  | <b>Содержание учебного материала</b>   | <b>4</b>  |   |
|  | 1 Принципы разработки фирменного стиля. Влияние цвета, шрифта и композиции на фирменный стиль. Этапы разработки фирменного стиля. Товарный знак как элемент фирменного стиля | 2         |   |
|  | 2 Освоение принципов построения товарного знака  | 2         |   |
|  | <b>Лабораторные работы</b>   | -         |   |
|  | <b>Практические занятия</b>  | -         |   |
| <b>Тема 5.3. Логотип как элемент фирменного стиля</b>  | <b>Содержание учебного материала</b>   | <b>4</b>  |   |
|  | 1 Изображения для логотипов. Логотип в различных цветовых и тоновых сочетаниях. Эмблемы. Текст и знак в логотипе. Тестирование логотипов                                     | 2         |   |
|  | <b>Лабораторные работы</b>   | -         |   |
|  | <b>Практические занятия «Основы разработки логотипов в графическом редакторе «Coral Draw»</b>  | 2         |   |
| <b>Тема 5.4. Визитки как носитель фирменного стиля</b>   | <b>Содержание учебного материала</b>   | <b>4</b>  |   |
|  | 1 Функции визиток. Особенности и основные элементы создания визиток. Главные принципы дизайна визиток  | 2         | 3 |
|  | <b>Лабораторные работы</b>   | -         |   |
|  | <b>Практические занятия «Основы разработки макетов визиток»</b>  | 2         | 3 |
| <b>Тема 5.5. Сувенирная продукция как элемент фирменного стиля</b>   | <b>Содержание учебного материала</b>   | <b>4</b>  |   |
|  | 1 Понятия и определения сувенирной продукции. Главные принципы дизайна сувенирной продукции  | 2         |   |
|  | <b>Лабораторные работы</b>   | -         |   |
|  | <b>Практическая работа № 9 «Основы разработки сувенирной продукции в графическом редакторе «Coral Draw»</b>  | 2         |   |
| <b>Тема 5.6. Упаковка как вид ре-</b>  | <b>Содержание учебного материала</b>   | <b>8</b>  |   |

|   |   |  |           |  |
|---|---|--|-----------|--|
| <b>кламной продукции</b>  | 1   | 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. Макетирование и моделирование упаковки (конструирование). Разработка графических элементов. Проработка упаковочной коробки в цвете. | 4         |  |
|   | <b>Лабораторные работы</b>  |  | -         |  |
|   | <b>Практические занятия</b> Выполнение эскиза упаковки  |  | 4         |  |
| <b>Тема 5.7. Объемно-пространственные рекламные конструкции</b>   | <b>Содержание учебного материала</b>  |  | <b>6</b>  |  |
|   | 1   | Рекламные конструкции в пространстве города. Виды наружной рекламы. Виды, функциональное назначение, психология воздействия наружной рекламы.  | 2         |  |
|   | 2   | Типовые стендовые конструкции. Современные материалы и технологии изготовления экспозиций. Свет и цвет в рекламной экспозиции.   | 2         |  |
|   | <b>Лабораторные работы</b>  |  | -         |  |
|   | <b>Практические занятия</b> Технология изготовления наружной рекламы. Процесс создания наружной рекламы |  | 2         |  |
| <b>Дифференцированный зачет</b>   |   |  | <b>2</b>  |  |
| <b>Самостоятельная работа при изучении МДК.01.01 Художественное проектирование рекламного продукта</b><br>Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы<br>Подготовка к практическим занятиям с использованием методических рекомендаций преподавателя,<br>Оформление практических работ, отчетов и подготовка к их защите, с использованием методических рекомендаций преподавателя<br>Оформление методической папки   |   |  | <b>64</b> |  |
| <b>Работа над курсовым проектом</b><br>Общие положения и требования по разработке курсового проекта<br>Требования к структуре и содержанию курсового проекта<br>Работа над содержанием курсового проекта<br>Критерии комплексной оценки курсового проекта<br>Создание авторского проекта рекламной продукции<br>Презентационная часть и защита курсового проекта  |   |  | <b>20</b> |  |
|   |   |  | 3         |  |
|   |   |  | 2         |  |
|   |   |  | 4         |  |
|   |   |  | 3         |  |
|   |   |  | 4         |  |
|   |   |  | 4         |  |
| <b>Примерная тематика курсовых проектов:</b><br>Специфика оформления упаковки печенья<br>Рекламный плакат как элемент фирменного стиля<br>Рекламный буклет как элемент фирменного стиля<br>Заголовок и его роль в современной рекламе<br>Дизайн-проект фирменного стиля для зоомагазина<br>Фирменный стиль и его роль в успешном продвижении бренда<br>Разработка дизайн-проекта фирменного стиля для цветочного магазина (салона)<br>Печатная реклама и ее роль при создании эффективной рекламы<br>Дизайн-проект фирменного стиля для туристической фирмы |   |  |           |  |

|   |   |            |   |
|---|---|------------|---|
| Композиция рекламного сообщения<br>Графический дизайн и его роль в рекламе<br>Дизайн-проект фирменного стиля рекламного агентства<br>Дизайн-проект фирменного стиля для салона красоты<br>Дизайн-проект фирменного стиля для ателье<br>Фирменный стиль и его роль в формировании имиджа компании<br>Современные технологии оформления наружной рекламы<br>Дизайн-проект фирменного стиля для книжного магазина<br>Разработка изобразительного рекламного плаката<br>Разработка дизайн-проекта рекламы на транспорте<br>Разработка дизайн-проекта наружной рекламы |   |            |   |
| <b>МДК.01.02.</b><br>Разработка творческой концепции рекламного продукта  |   | <b>192</b> |   |
| <b>Введение</b>   | <b>Содержание учебного материала</b>  |            |   |
|   | 1 Основные понятия предмета. Цели и задачи МДК «Разработка творческой концепция рекламного продукта». Роль и место дисциплины в подготовке специалиста по рекламе. Предмет дисциплины, ее структура, связь с другими дисциплинами. Порядок и форма проведения занятий, особенности использования источников литературы и сети Интернет. Рекомендации по организации самостоятельной работы студентов при изучении модуля. | <b>2</b>   |   |
| <b>Раздел 1 Организация процесса разработки рекламного продукт</b>  |   |            |   |
|   | <b>Содержание учебного материала</b>  | <b>26</b>  |   |
| <b>Тема 1.1</b> Творческая концепция рекламного продукта: понятие, вариации, формы воплощения   | 1. Вариации творческих концепций в современной рекламе: примеры известных брендов   | 2          |   |
|   | 2. Креатив в рекламе. Понятие творчества и креатива. Их сходство и различие. Креативность: понятие, виды, проблематика. Разновидности креатива в рекламе. Креатив-бриф. Специфика кретива в рекламе: возможности и ограничения  | 4          |   |
|   | <b>Практические занятия</b>   |            | 3 |
|   | <b>№ 1</b> Обзор готовых рекламных продуктов. Полиграфическая продукция: визитка, листовка, флаер.  | 2          |   |
|   | <b>№ 2</b> Рекламное обращение. Его роль в продвижении товаров и услуг. Виды рекламных обращений. Правила создания рекламных сообщений. Творческая концепция рекламного продукта.   | 2          | 3 |
|   | <b>№ 3</b> Структура рекламного обращения. Анализ готовых рекламных обращений.  | 2          | 3 |
|   | <b>№ 4</b> Слоган, заголовок, основной рекламный текст, рекламные реквизиты. Их практическое применение   | 4          |   |
|   | <b>№ 5</b> Художественная и текстовая основа рекламных сообщений. Приемы привлечения  | 4          |   |

|   |  |           |  |
|---|--|-----------|--|
|   | внимания к рекламе   |           |  |
|   | <b>№ 6</b> Этапы разработки рекламного сообщения. Особенности подготовительного этапа. Этап маркетинговых исследований. Этап разработки дизайна. Этап производства   | 2         |  |
|   | <b>№ 7</b> Разработка авторского рекламного обращения  | 4         |  |
| <b>Раздел 2. Информационно-графический комплекс и его направления. Печатная реклама</b> |  |           |  |
| <b>Тема 2.1. Информационно-графический комплекс и его направления</b>                   | <b>Содержание учебного материала</b>   | <b>4</b>  |  |
|   | 1   Современные направления в информационной рекламе. Концептуальный проект информационно-графического комплекса: новизна мысли, рекламная стратегическая идея, функциональность, оригинальный графический ход, выразительность общего решения | 4         |  |
|   | <b>Практические занятия</b>  | -         |  |
| <b>Тема 2.2. Виды печати и печатной продукции</b>                                       | <b>Содержание учебного материала</b>   | <b>4</b>  |  |
|   | 1   Информационно-графический комплекс, его рекламные функции. Разработка концептуального проекта информационно – графического рекламного комплекса. Виды печатной продукции   | 2         |  |
|   | <b>Практическая работа № 8</b> Новые технологии проектирования и производства печатной продукции   | 2         |  |
| <b>Тема 2.3 Дизайн-проект рекламного плаката</b>  | <b>Содержание учебного материала</b>   | <b>10</b> |  |
|   | 1   Специфические приёмы и язык изобразительного рекламного плаката. Классификация плакатов  | 2         |  |
|   | <b>Практическая работа № 9</b> Шрифтовой рекламный плакат. Лаконичная выразительность формы и содержания.  | 4         |  |
|   | <b>Практическая работа № 10</b> Использование фототехнологий в работе над плакатом   | 4         |  |
| <b>Тема 2.4. Дизайн-проект рекламного буклета</b>                                       | <b>Содержание учебного материала</b>   | <b>12</b> |  |
|   | 1   Функциональные задачи буклета. Единство стиля и композиции дизайна формы и графического содержания буклета   | 2         |  |
|   | 2   Фотография и шрифт, типографика и цвет в буклете   | 2         |  |
|   | <b>Практическая работа № 11</b> Разработка дизайн-проекта рекламного буклета.  | 4         |  |
|   | <b>Практическая работа № 12</b> Разработка проекта визитки   | 2         |  |
|   | <b>Практическая работа № 13</b> Разработка проекта открытки  | 2         |  |
| <b>Раздел 3. Реклама товарной продукции</b>   |  |           |  |
| <b>Тема 3.1 Дизайн упаковки</b>   | <b>Содержание учебного материала</b>   | <b>12</b> |  |
|   | 1   Реклама товара, её виды, функциональные задачи. Принципы проектирования рекламы товара, способствующее его продвижению в условиях современных рыночных отношений   | 2         |  |
|   | 2   Упаковка как вид рекламной продукции. Роль упаковки в повышении рейтинга товарной продукции.   | 2         |  |
|   | 3   Виды и качественные различия упаковок.   | 2         |  |
|   | <b>Практическая работа № 14</b> Дизайн и современные технологии, материалы изготовления  | 4         |  |

|   |   |   |           |
|---|---|---|-----------|
|   | упаковочной продукции.  |   |           |
|   | <b>Практическая работа № 15</b> Проект упаковки товара. Разработка дизайн -проекта креативной упаковки товара.                                    | 2 |           |
| <b>Тема 3.2.Дизайн-проект наружной рекламы</b>                            | <b>Содержание учебного материала</b>  |   | <b>16</b> |
|   | 1   Функциональные особенности и роль фасадной рекламы. Рекламная композиция в пространстве города.   | 2 |           |
|   | 2   Материалы и технологии изготовления наружной рекламы  | 2 |           |
|   | 3   Световая реклама и светотехника   | 2 |           |
|   | <b>Практическая работа № 16</b> Особенности разработки дизайн-проекта витрины   | 4 |           |
|   | <b>Практическая работа № 17</b> Специфика проектирования наружной рекламы, технические особенности и возможности конструкций.                     | 4 |           |
|   | <b>Практическая работа № 18</b> Разработка дизайн -проекта вывески.   | 2 |           |
| <b>Тема 3.3. Реклама на транспорте</b>                                    | <b>Содержание учебного материала</b>  |   | <b>8</b>  |
|   | 1   Реклама на транспорте. Функциональность и психология восприятия рекламы на транспорте   | 2 |           |
|   | 2   Особенности композиционного построения, решения рекламы, размещаемой на транспорте.   | 2 |           |
|   | <b>Практическая работа № 19</b> Особенности графического, шрифтового и колористического решений в рекламы, размещаемой на транспорте.             | 2 |           |
|   | <b>Практическая работа № 20</b> Проектное предложение размещения рекламы на транспорте  | 2 |           |
| <b>Раздел 4. Специфика разработки теле- и радиорекламы</b>                |   |   |           |
| <b>Тема 4.1 Процесс и этапы производства теле- и радиорекламы</b>         | <b>Содержание учебного материала</b>  |   | <b>14</b> |
|   | 1   Креатив в теле-и радиорекламе. Требования к телевизионной рекламе и действующие ограничения. Специфика телевизионной рекламы                  | 2 |           |
|   | 2   Создание сценария рекламных роликов для различных категорий товаров. Этапы процесса производства телевизионной рекламы                        | 2 |           |
|   | 3   Специфика радиорекламы. Требования к радио-рекламе и действующие ограничения. Этапы процесса производства радиорекламы                        | 2 |           |
|   | <b>Практическая работа № 21-22</b>  |   |           |
|   | Написание сценариев для рекламных радиороликов различных товаров  | 4 |           |
| Написание сценариев для рекламных телевизионных роликов различных товаров | 4   |   |           |
| <b>Раздел 5. Создание визуальных образов с рекламными функциями</b>       |   |   |           |
| <b>Тема 5.1. Фирменный стиль и особенности его разработки</b>             | <b>Содержание учебного материала</b>  |   | <b>20</b> |
|   | 1.   Разработка концепции фирменного стиля. Концептуальные стилеобразующие элементы   | 2 |           |
|   | 2   Информационно-графический комплекс и особенности его разработки   | 2 |           |
|   | 3   Брендбук: понятие брендбука, содержание, этапы создания брендбука   | 2 |           |
|   | <b>Практическая работа № 23</b> Разработка рекламного продукта бренда с использованием авторской идеи (слоган, визуальный образ, заголовки и др.) | 4 |           |

|                                 |   |            |
|---------------------------------|---|------------|
|                                 | <b>Практическая работа № 24</b> Цветовое решение авторского рекламного продукта   | 2          |
|                                 | <b>Практическая работа № 25</b> Создание рекламного сообщения, объявления для газеты, журнала выбранного бренда   | 4          |
| <b>Дифференцированный зачет</b> | Защита авторского проекта фирменного стиля и брендбука  | 4          |
|                                 | <b>Самостоятельная работа при изучении МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта:</b><br>Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленным преподавателем)<br>Подготовка к практическим занятиям с использованием методических рекомендаций преподавателя<br>Составление эскизов для разработки рекламного продукта<br>Оформление практических работ, отчетов и подготовка к их защите, с использованием методических рекомендаций преподавателя<br>Подбор материала для практических работ<br>Подготовка сообщений и докладов «Фирменный стиль – это...»; «Брендбук. Особенности разработки»<br>«Что такое визитная карточка?»; «Типографика – это...»; «Фотографика – это...»<br>«Креативные упаковки»; «История упаковки товара»<br>«Наружная реклама. Виды наружной рекламы»; «Витрина. Ее роль и функциональные особенности»; «Световая реклама»<br>«Реклама на транспорте», «Реклама на радио»; «Особенности разработки телевизионной рекламы», «Фирменный стиль – это...»; «Брендбук. Особенности разработки»<br>Подготовка к дифференцированному зачету | <b>64</b>  |
|                                 | <b>Учебная практика</b><br><b>Виды работ:</b> Разработка эскизов композиционного решения рекламного продукта;<br>Создание рекламного продукта по заданию;<br>Создание эскиза потребительской рекламы, в форме рекламного объявления.  | <b>36</b>  |
|                                 | <b>Производственная практика</b><br><b>Виды работ:</b><br>Выбор художественной формы реализации рекламной идеи<br>Создание визуального образа с рекламными функциями<br>Разработка композиционного решения рекламного продукта<br>Художественное конструирование рекламного продукта<br>Составление слогана и рекламного текста<br>Выполнение эскиза рекламного продукта по заказу  | <b>72</b>  |
|                                 | <b>Всего</b>  | <b>492</b> |

## **4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

### **4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению**

Реализация программы модуля предполагает наличие учебного кабинета проектирования рекламного продукта; лаборатории компьютерного дизайна.

Оборудование учебного кабинета проектирования рекламного продукта и рабочих мест кабинета:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- комплект инструментов и приспособлений;
- комплект учебно-наглядных пособий;
- комплект бланков технологической документации;
- комплект учебно-методической документации;
- учебные пособия.

Технические средства обучения кабинета проектирования рекламного продукта:

- компьютер (или ноутбук) для преподавателя;
- интерактивная доска (или проектор с проекционным экраном);
- лицензионное программное обеспечение, предусмотренное учебной программой;
- посадочные места по количеству обучающихся, оборудованные ПК;
- внешние накопители информации;
- локальная сеть;
- доступ к глобальной сети Интернет.
- аудиокolonки

Реализация программы модуля предполагает обязательную производственную практику, которую рекомендуется проводить концентрированно.

Оборудование и технологическое оснащение рабочих мест:

- рабочие станции;
- лицензионное программное обеспечения;
- источники бесперебойного питания;
- мобильные устройства для хранения информации;
- подключение к глобальной сети Интернет.

Производственная практика осуществляется в рекламных организациях, где обучающиеся овладевают современной техникой и технологией, приемами и способами работы под руководством опытных наставников.

### **4.2. Информационное обеспечение обучения**

**Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы**

**Основные источники:**

1. Блюм М.А., Герасимов Б.И., Молоткова Н.В. Маркетинг рекламы: Учебное пособие / М.А. Блюм. Герасимов Б.И. Молоткова Н.В.- Васильев Г.А., Профессиональное образование. Гриф. – М., 2015
2. Мазилкина Е.И., Паничкина Г.Г., Ольхова Поляков В.А., Романов А.А. Технологии производства рекламной продукции: Учеб. Пособие.- М. Вузовский учебник, 2016
3. Мазилкина Л.А. Основы рекламы: учебное пособие.- М.: Издательство «Альфа – М», 2016
4. Сухов В.Д. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта: Учебник для студ. Учреждений сред.проф.образования/ В.Д. Сухов.-М.: Издательский центр «Академия», 2016.

- Хапенков В.Н., Сагинова О.В., Федюнин Д.В. Организация рекламной деятельности: учеб.пособие для нач. проф.образования – 6-е изд. Испр. – М.: Издательский центр «Академия», 2017

Дополнительные источники:

- Антипов К. Основы рекламы: учебник.- М.: Дашков и К, 2017
- Бернадская Ю.С.и др. Основы рекламы: Учебник / Ю.С. Бернадская, С.С. Марочкина, Л.Ф.Смотрова. Под ред. Л.М. Дмитриевой. – М.: Наука, 2015.
- Васильев Г.А. Основы рекламы: учебное пособие.- М.: ИНФРА-М, 2016
- Капран В.И., Капран О.В. Психология и разработка рекламной продукции: учебное пособие для высш.проф.образования. – М.: Издательский центр «Академия», 2012.
- Костина А.В. Основы рекламы: учебное пособие / А.В.Костина, Э.Ф. Макаревич, О.И. Карпухин.-4-е изд., испр. И допол. – М.: КНОРУС, 2012
- Логвиненко Г.М. Декоративная композиция: учебное пособие для вузов. – М.: Издательство Владос, 2018.
- Смирнов С.И. Шрифт и шрифтовой плакат Москва издательство «Плакат», 2017.
- Сулягин Ю.А., Петров В.В. – Реклама.- Учебник. СПб. Изд-во Михайлова В.А. 2018

#### Электронные ресурсы:

- Интернет-сайт on-line библиотеки: дизайн, PR, реклама, полиграфия, web «Книги по дизайну и о дизайне для дизайнера». Форма доступа: <http://de-lib.narod.ru>
- Интернет-сайт «Школа рекламиста [Adv]schoolRu»: новости, статьи, книги о рекламе, маркетинге, PR и дизайне. Форма доступа: <http://www.advschool.ru/>
- <http://art.laoney.ru/art-blog/category/4-library/7-dizajn-i-reklama>
- [http://www.inventech.ru/lib/advertising/ Эффективная реклама...](http://www.inventech.ru/lib/advertising/)

#### 4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Учебная практика и производственная практика (по профилю специальности) проводятся образовательной организацией при освоении обучающимися профессиональных компетенций в рамках профессионального модуля Разработка и создание дизайна рекламной продукции и реализуется концентрированно.

| Результаты (освоенные профессиональные компетенции)  | Основные показатели оценки результата  | Формы и методы контроля и оценки   |
|--|--|--|
| ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.   | -соответствие правильности выбора рекламной идеи и анализ её художественной ценности;<br>-правильность применения идеи и художественных средств выражения.   | - оценка выполнения практических занятий;<br>-тестирование;<br>- дифференцированные зачеты по производственной практике  |
| ПК 1.2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы. | -соответствие разработанных эскизов и обоснование правильности выбора изобразительных средств;<br>-определение рациональных приемов конструктивного моделирования рекламных макетов, изделий;<br>-обоснование выбора оптимальных конструктивных средств для построения ре- | - оценка выполнения практических занятий;<br>-защита творческих работ;<br>-зачеты по учебной и производственной практике |



|   |   |   |
|---|---|---|
|   | кламных конструкций с учетом законов композиции и основ художественного проектирования рекламы.   |   |
| ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.          | -соответствие разработанных рекламных проектов всех видов техническим условиям;<br>- выполнение требований по проведению этапов разработки проекта;<br>- демонстрация навыков по нахождению верной идеи и средств художественного выражения при разработке проекта. | - оценка выполнения практических занятий;<br>-защита творческих работ<br><br>-защита курсового проекта. |
| ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений. | - соответствие стилистической конструкции текста рекламного объявления требованиям заказчика;<br>- выполнение оригинальных макетов в материале и контроль их соответствия.  | - оценка выполнения практических занятий;<br>-защита творческих работ                                   |
| ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями. | - соответствие созданных визуальных образов проектируемого продукта всем требованиям и функциям современной рекламы.  | -комплексный экзамен по модулю  |

Обязательным условием допуска к производственной практике (по профилю специальности) в рамках профессионального модуля Разработка и создание дизайна рекламной продукции является освоение учебной практики для получения первичных профессиональных навыков.

#### 4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Реализация образовательной программы обеспечивается педагогическими работниками образовательной организации, а также лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на условиях гражданско-правового договора, в том числе из числа руководителей и работников организаций, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности и имеющих стаж работы в данной профессиональной области не менее 3 лет.

Педагогические работники, привлекаемые к реализации образовательной программы, получают дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в организациях, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности, не реже 1 раза в 3 года с учетом расширения спектра профессиональных компетенций.

### 5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.01 РАЗРАБОТКА И СОЗДАНИЕ ДИЗАЙНА РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ

**Контроль и оценка** результатов освоения профессионального модуля осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, устного опроса, выполнения самостоятельной работы, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий.

**Промежуточная аттестация** освоения обучающимися профессионального модуля Разработка и создание дизайна рекламной продукции осуществляется в форме **экзамена квалификационного**.

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

| Результаты (освоенные общие компетенции)  | Основные показатели результатов подготовки  | Формы и методы контроля  |
|---|---|--|
| ОК 01. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- проявление стабильного интереса к профессиональной деятельности;</li> <li>- высокий уровень мотивации и готовности к творческой деятельности по выбранной специальности;</li> <li>- наличие положительных отзывов по итогам производственной деятельности;</li> <li>- участие в конкурсах профессионального мастерства, олимпиадах и т.п.</li> </ul> | Наблюдение и оценка на практических занятиях при выполнении работ по учебной и производственной практик  |
| ОК 02. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.     | <ul style="list-style-type: none"> <li>- обоснование выбора и применения методов и способов решения профессиональных задач в области разработки рекламных конструкций;</li> <li>- демонстрация эффективности и качества выполнения профессиональных задач.</li> </ul>   | Формы контроля: <ul style="list-style-type: none"> <li>- фронтальный;</li> <li>- групповой;</li> <li>- индивидуальный;</li> <li>-самоконтроль.</li> </ul>  |
| ОК 03. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- демонстрация способности принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.</li> </ul>  | Методы контроля: <ul style="list-style-type: none"> <li>- опрос;</li> <li>-зачет по практическим занятиям;</li> <li>- защита проекта;</li> </ul>   |
| ОК 04. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития. | <ul style="list-style-type: none"> <li>- нахождение и использование дополнительной литературы по дизайну и рекламной деятельности, эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>-подготовка презентаций;</li> <li>- защита рефератов;</li> <li>-дифференцированный зачет по учебной и производственной практике (по профилю специальности)</li> </ul> |
| ОК 05. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- выбор информационно-коммуникационных технологий для решения задач в профессиональной деятельности в области построения эскизов конструкции.</li> </ul>   | Наблюдение и оценка на практических занятиях при выполнении работ по учебной и производственной практик  |
| ОК 06. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- взаимодействие с участниками производственного процесса: обучающимися, преподавателями, мастерами производственного обучения, рабочими и руководителями предприятий при</li> </ul>   | Формы контроля:  |

|  |  |   |
|--|--|---|
|  | прохождение производственной практики  | - фронтальный;<br>- групповой;<br>- индивидуальный;<br>-самоконтроль.   |
| ОК 07. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.   | - проявление ответственности за работу подчиненных, оказание помощи студента студенту, сопереживание каждого за результат выполнения заданий                                   | Методы контроля:<br>- опрос;<br>-зачет по практическим занятиям;<br>- защита проекта;<br>-подготовка презентаций;<br>- защита рефератов;<br>-дифференцированный зачет по учебной и производственной практике (по профилю специальности) |
| ОК 08. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации. | - планирование обучающимся повышения личностного и квалификационного уровня через разработку творческих проектов, участие в семинарах практикумах, в конкурсах профмастерства. |   |
| ОК 09. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.   | - проявление интереса к инновациям в области профессиональной деятельности: модным тенденциям в мире рекламы, актуальным разработкам по дизайну рекламной продукции.           |   |
| ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.                                | - демонстрация готовности к исполнению воинской обязанности:   |   |
| ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.                                   | - проявление интереса и заинтересованности в изучении основ предпринимательской деятельности и профессионального развития.   |   |