



*Частное профессиональное образовательное учреждение
«АНАПСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ ТЕХНИКУМ»
(ЧПОУ «Анапский индустриальный техникум»)*

УТВЕРЖДАЮ

Директор техникума

Е.Ю.Пономарева

«31» августа 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.01 «Разработка и создание дизайна рекламной продукции»

МДК.01.01 «Художественное проектирование рекламного продукта»

МДК.01.02 «Разработка творческой концепции рекламного продукта»

для специальности
42.02.01 «Реклама»

АНАПА
2023

РАССМОТРЕНО

ПЦК дисциплин рекламы

«31» августа 2023г. протокол №1

Председатель

/Горбунов Д.В./

подпись

расшифровка

Рассмотрена

на заседании педагогического совета

протокол №1 от 31.08.2023 г.

Рабочая программа разработана на основе федерального государственного образовательного стандарта по специальности 42.02.01 «Реклама», Приказ Министерства образования и науки РФ № 510 от 12.05.2014 г., (зарегистрирован в Министерстве Юстиции РФ, Приказ № 32859 от 26.06.2014г.).

Организация-разработчик ЧПОУ «Анапский индустриальный техникум»

Разработчик: Синчук Н.С.

преподаватель ЧПОУ «Анапский индустриальный
техникум»

подпись

Рецензент: Овчинникова М.С.

преподаватель ЧПОУ «Анапский индустриальный
техникум»

должность, квалификация по диплому

подпись

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	5
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	7
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	24
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	27
6. АДАПТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРИ ОБУЧЕНИИ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ	28

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ «Разработка и создание дизайна рекламной продукции»

1.1 Область применения рабочей программы.

Программа профессионального модуля (далее программа) – является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01. «Реклама».

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

В результате изучения профессионального модуля обучающийся 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 графики в рекламе;
- методы проектирования рекламного продукта;
- методы психологического воздействия на потребителя.

1.3 Рекомендуемое количество часов на освоение программы профессионального модуля.

Максимальной учебной нагрузки обучающегося467 часов;
в том числе:
обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося300 часов;
самостоятельной работы обучающегося167 часов;
курсового проектирования20 часов.

1.4 Содержание профессионального модуля.

Раздел 1. МДК 01.01 Художественное проектирование рекламного продукта

Раздел 2. МДК 01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта

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
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.
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.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1 Тематический план профессионального модуля «Разработка и создание дизайна рекламной продукции».

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Мак: Всего часов	Всего	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)			Самостоятельная работа обучающегося		Практика	
				Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Всего, часов	Всего по курсовой	Учебная часов	Производственная (по профилю специальности), часов
				Лекции часов	в т.ч. практические занятия, часов	курсовая работа, часов				
ПК 1.1 – 1.5	МДК 01.01 Художественное проектирование рекламного продукта	344	218	94	104	20	126			
	МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта	123	82	52	30		41			
	Итого (макс.учебная нагрузка):	467	300	146	134	20	167			
	Учебная практика, часов	72	72					72		
	Производственная практика (по профилю специальности), часов	108	108						108	
	Всего (макс. учебная нагрузка и практики):	647	480							

3.2 Содержание обучения и КТП по профессиональному модулю (ПМ)

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические работы, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	
1	2	3	
ПМ.01 «Разработка и создание дизайна рекламной продукции»			
МДК.01.01 «Художественное проектирование рекламного продукта»			
4 семестр			
Раздел 1. Поиск рекламных идей			
Тема 1.1. Реклама как средство передачи информации.	Содержание учебного материала		
	Понятие и основные признаки рекламы. Исторические примеры рекламного продукта.	2	
	Реклама и информация: основные отличия. Роль рекламы в рыночной экономике.	2	
	Место и роль рекламы в обществе. Образовательный аспект рекламы.	2	
	Практическое занятие №1. Выполнение графического оформления рекламного текста из журнала.	2	
	Практическое занятие №2. Выполнение фор, эскизов рекламы в исторической технике (лубочные картинки).	2	
	Самостоятельная работа. Доклад "Социально-психологическое воздействие рекламы».	2	
	Самостоятельная работа. Эффективность воздействия рекламы.	2	
	Самостоятельная работа. Анализ рекламной видео-продукции.	2	
	Самостоятельная работа. Анализ рекламной аудио-продукции.	2	
Самостоятельная работа. Особенности международной рекламы товаров.	2		
Тема 1.2. Классификация по целевой аудитории.	Содержание учебного материала		
	Классификация и виды рекламы. Потребительская реклама, деловая реклама.	2	

	Функции рекламы. Концепция позиционирования продающей рекламы.	2	
	Приёмы привлечения внимания к рекламе.	2	
	Рекламная идея. Роль креативных решений в создании рекламы. Выбор художественной формы реализации рекламной идеи.	2	
	Практическое занятие №3. Поиск выразительных средств, цветового решения. Создание логотипа рекламного продукта. Рисунок.	2	
	Практическое занятие №4. Обрисовка лого в программе CorelDraw. Цветовое решение лого в программе CorelDraw.	2	
	Практическое занятие №5. Применение логотипа в наружной рекламе. Использование лого в фирменной продукции.	2	
	Самостоятельная работа. Поиск идей для создания логотипа.	2	
	Самостоятельная работа. Создание логотипа для торговой марки.	2	
	Самостоятельная работа. Доклад «Художественное воплощение рекламного продукта».	2	
	Самостоятельная работа. Доклад «Знак, символ, миф в рекламе».	2	
	Самостоятельная работа. Доклад «Привлекательность рекламы в зависимости от ее средств».	2	
	Самостоятельная работа. Обоснование дизайнерского решения.	2	
	Самостоятельная работа. Дать анализ печатной рекламной продукции.	2	
Раздел 2. Выполнение художественного эскизирования и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы			
Тема 2.1. Организация композиции плоскости.	Содержание учебного материала		
	Сущность художественного проектирования. Виды проектирования. Структура художественного проектирования.	2	
	Основные виды дизайна. Специфика графического дизайна.	2	
	Этапы процесса художественного проектирования. Дизайн рекламы. Проектный процесс.	2	
	Художественное мышление дизайнера - графика.	2	
	Закономерности и принципы формообразования объектов худ. проектирования.	2	

	Средства композиции в художественном проектировании. Принципы композиционной организации.	2	
	Приёмы и средства композиционной организации.	2	
	Зрительное восприятие, его роль в композиции. Композиционное равновесие.	2	
	Виды композиционного равновесия. Соотношение форм.	2	
	Членение плоскости на части.	2	
	Практическое занятие № 6. Доминанта – композиционный центр. Способы организации пространства.	2	
	Практическое занятие №7. Разработка композиционного решения рекламного продукта. Абстрактная композиция на тему «Эмоции».	2	
	Практическое занятие №8. Абстрактная композиция на тему «Настроение».	2	
	Практическое занятие №9. Уравновешивание фигуры правильной геометрической формы (круг, квадрат, ромб).	2	
	Практическое занятие №10. Выполнение уравновешенной композиции из различных по величине элементов.	2	
	Практическое занятие №11. Разделение квадратной плоскости на части линиями. Создание равновесия в композиции членением плоскости. Выполнение заданий на организацию доминанты - композиционного центра.	2	
	Практическое занятие №12. Создание рекламного плаката с применением композиционного равновесия.	2	
	Самостоятельная работа. Доклад "Изобразительные жанры рекламы".	2	
	Самостоятельная работа. Доклад "Жанр вывески".	2	
	Самостоятельная работа. Доклад "Технологии оформления витрин".	2	
	Самостоятельная работа. Разработать рекламный макет буклета вашей специальности.	1	
Всего за 4 семестр: 89 часов = 31 часов СРС + 58 аудиторных часов (34 часов лекций + 24 часа практических занятий)			
5 семестр			
Тема 2.2. Цвет в	Содержание учебного материала		

декоративной композиции.	Цвет в дизайне рекламы.	2	
	Цветовая гармония.	2	
	Эмоционально-пространственные свойства цветов.	2	
	Две основные группы цветов; хроматические и ахроматические цвета.	2	
	Основные признаки цвета.	2	
	Цветовой контраст.	2	
	Тёплые и холодные цвета.	2	
	Цветовой круг.	2	
	Гармонические цветовые сочетания.	2	
	Пространственные свойства цвета, основанные на тёпло-холодности.	2	
	Рекламная иллюстрация и видеоряд.	2	
	Образцы-продавцы и образцы-вампиры.	2	
	Практическое занятие №13. Выполнение пятирусного цветового круга из 16 сегментов со всеми тональными и цветовыми градациями.	2	
	Практическое занятие №14. Выполнение пятирусного цветового круга из 16 сегментов со всеми тональными и цветовыми градациями.	2	
	Практическое занятие №15. Выполнение формальной композиции из геометрических элементов.	2	
	Практическое занятие №16. Выполнение формальной композиции из абстрактных элементов.	2	
	Практическое занятие №17. Выполнение композиции из простых геометрических форм или плоскостей, в которой чётко просматриваются три пространственных плана (передний, средний и дальний).	2	
	Практическое занятие №18. Выполнение эскиза рекламного продукта в ахроматической, хроматической гамме, теплых и холодных цветах.	2	
	Практическое занятие №19. Выполнение эскиза рекламного продукта с применением цветового контраста	2	
	Практическое занятие №20. Выполнение эскиза рекламной иллюстрации для журнала.	2	
	Практическое занятие №21. Обрисовка эскиза рекламной иллюстрации для журнала в программе CorelDraw.	2	

	Практическое занятие №22. Обрисовка эскиза рекламного продукта с применением цветового контраста в программе CorelDraw.	2	
	Самостоятельная работа. Доклад «Место рекламы и дизайна в искусстве».	2	
	Самостоятельная работа. Доклад «Основные направления дизайна».	2	
	Самостоятельная работа. Доклад «Основные виды дизайна».	2	
	Самостоятельная работа. Доклад «Типологии объектов дизайна».	2	
	Самостоятельная работа. Подготовить проектное решение наружной рекламы.	2	
	Самостоятельная работа. Подготовить проектное решение полиграфии.	2	
	Самостоятельная работа. Подготовить проектное решение логотипа.	2	
	Самостоятельная работа. Поиск идеи создания графической композиции.	2	
	Самостоятельная работа. Стилизация композиции стиль «Кантри».	2	
	Самостоятельная работа. Стилизация композиции стиль «Дикий запад».	2	
	Самостоятельная работа. Стилизация композиции стиль «Народы севера».	2	
	Самостоятельная работа. Стилизация композиции стиль «Греческий».	2	
Тема 2.3. Стилизация в композиции.	Содержание учебного материала		
	Психология и особенности визуального восприятия.	2	
	Понятие стилизации и стиля.	2	
	Стилизация как процесс работы представляет собой обобщение изображаемых объектов.	2	
	Художественная стилизация в рекламе.	2	
	Виды и уровни стилизации.	2	

Творческая стилизация – как процесс.	2	
Основные приёмы стилизации.	2	
Стилизация природных форм.	2	
Практическое занятие №23. Стилизация под старую рекламу.	2	
Практическое занятие №24. Стилизация природных форм.	2	
Практическое занятие №25. Стилизация в орнаменте.	2	
Практическое занятие №26. Разработка эскизов декоративной стилизации при разработке логотипа.	2	
Практическое занятие №27. Обрисовка декоративная стилизация при разработке логотипа в программе CorelDraw.	2	
Практическое занятие №28. Выполнение эскиза композиции из геометрических элементов или форм приближенных к ним.	2	
Практическое занятие №29. Выполнение композиции из геометрических элементов или форм приближенных к ним в программе CorelDraw.	2	
Практическое занятие №30. Выполнение эскиза работы над стилизацией биоформы.	2	
Практическое занятие №31. Выполнение работы над стилизацией биоформы в программе CorelDraw.	2	
Практическое занятие №32. Выполнение эскиза композиции в стиле известного художника (Матисса, Пикассо, Лентулова, Миро).	2	
Практическое занятие №33. Выполнение композиции в стиле известного художника (Матисса, Пикассо, Лентулова, Миро) в программе CorelDraw.	2	
Практическое занятие №34. Выполнение эскиза логотипа с применением стилизации.	2	
Практическое занятие №35. Выполнение логотипа с применением стилизации в программе CorelDraw.	2	
Практическое занятие №36. Выполнение эскиза пиктограммы на разные темы.	2	

Практическое занятие №37. Выполнение пиктограмм на разные темы в программе CorelDraw.	2	
Практическое занятие №38. Создание эскиза графического знака.	2	
Практическое занятие №39. Создание графического знака в программе CorelDraw.	2	
Самостоятельная работа. Стилизация композиции стиль «Поп-арт».	2	
Самостоятельная работа. Стилизация композиции стиль «Скандинавский».	2	
Самостоятельная работа. Стилизация композиции стиль «Японский».	2	
Самостоятельная работа. Стилизация композиции стиль «Старославянский».	2	
Самостоятельная работа. Стилизация композиции стиль «Древний Китай».	2	
Самостоятельная работа. Поиск идеи создания шрифтовой композиции.	2	
Самостоятельная работа. Создание шрифтовой графической композиции.	2	
Самостоятельная работа. Подготовка презентации.	2	
Самостоятельная работа. Разработать эскиз корпоративного стиля.	2	
Самостоятельная работа. Письменное описание корпоративного стиля.	2	
Самостоятельная работа. Поиск идей и вариантов орнамента.	2	
Самостоятельная работа. Разработать визитку с применением орнамента.	2	
Самостоятельная работа. Подготовка презентации.	1	
Всего за 5 семестр: 143 часа = 49 часов СРС + 94 аудиторных часов (40 часов лекций + 54 часов практических занятий)		
6 семестр		
Раздел 3. Разработка авторских рекламных проектов		

Тема 3.1. Реклама торговой марки.	Содержание учебного материала		
	Рекламная идея. Поиск идеи начинается с поиска ассоциаций. Поиск графической концепции рекламного продукта.	2	
	Создание образа и обеспечение пролонгированной узнаваемости торговой марки. Выстроить четкое представление о торговой марке какой-то продукции.	2	
	Бриф. Принципы оформления эффективного брифа. Технология работы реализации брифа.	2	
	Классические ошибки при разработке креативной стратегии рекламы.	2	
	Образ-«вампир» по мнению Р. Ривса. Товарный знак. Логотип. Цвет. Принципы разработки фирменного стиля.	2	
	Влияние цвета, шрифта и композиции на фирменный стиль.	2	
	Этапы разработки фирменного стиля. Изображения для логотипов. Фирменный шрифт.	2	
	Изображения для логотипов. Логотип в различных цветовых и тоновых сочетаниях. Эмблемы. Текст и знак в логотипе.	2	
	Тестирование логотипов. Корпоративный герой.	2	
	Рекламные средства на примере известных компаний. Информационные средства на примере социальной рекламы.	2	
	Практическое занятие №40. Разработка концепции и элементов фирменного стиля собственной ТМ. Разработка фирменных цветов на основе брифа рекламодателя.	2	
	Практическое занятие №41. Освоение принципов построения товарного знака. Разработка товарного знака на основе брифа рекламодателя.	2	
	Практическое занятие №42. Основы разработки логотипов в графическом редакторе «Coral Draw». Основы разработки макетов визиток в графическом редакторе «Coral Draw».	2	
	Практическое занятие №43. Особенности восприятия рекламных текстов на примере рекламных объявлений.	2	
Практическое занятие №44. Рассмотреть тексты реклам. Определить роль иностранных слов, переданных русским и латинским шрифтом.	2		
Практическое занятие №45. Оценка эффективности рекламных объявлений в соответствии с критериями, предъявляемыми к рекламному тексту.	2		

Практическое занятие №46. Наблюдение за количеством слов в предложениях и определение взаимосвязи длины предложений и действенности рекламного текста.	2	
Практическое занятие №47. Рассмотрение рекламных текстов с точки зрения их принадлежности к различным типам копирайтинга.	2	
Практическое занятие №48. Создание рекламного текста на основе брифа рекламодателя.	2	
Практическое занятие №49. Соответствие шрифтов к предъявляемые им требованиям на примере рекламных текстов печатной и наружной рекламы.	2	
Практическое занятие №50. Работа со шрифтами в графическом редакторе «Coral Draw». Создание шрифтовой линейки в графическом редакторе «Coral Draw».	2	
Практическое занятие №51. Формирование авторской рекламной идеи. Поиск графической концепции рекламного продукта.	2	
Практическое занятие №52. Анализ рекламного продукта. Создание авторского проекта рекламного продукта.	2	
Самостоятельная работа. Разработка словесного товарного знака.	2	
Самостоятельная работа. Поиск идеи создания логотипа.	2	
Самостоятельная работа. Создание эскиза логотипа.	2	
Самостоятельная работа. Разработка графического логотипа для торговой фирмы.	2	
Самостоятельная работа. Анализ выполненной работы.	2	
Самостоятельная работа. Поиск идеи создания фирменного стиля.	2	
Самостоятельная работа. Создание эскиза фирменного стиля.	2	
Самостоятельная работа. Разработка фирменного стиля для торговой компании.	2	

	Самостоятельная работа. Разработать фирменное наименование товарного знака.	2	
	Самостоятельная работа. Поиск идеи создания рекламного комплекса.	2	
	Самостоятельная работа. Разработка эскиза графического рекламного комплекса.	2	
	Самостоятельная работа. Письменное описание рекламного комплекса.	2	
	Самостоятельная работа. Поиск идеи создания рекламного плаката.	2	
	Самостоятельная работа. Разработка эскиза рекламного плаката.	2	
	Самостоятельная работа. Письменное описание рекламного плаката.	2	
	Самостоятельная работа. Создание презентации рекламного плаката.	2	
	Самостоятельная работа. Поиск идеи создания наружной рекламы.	2	
	Самостоятельная работа. Разработка дизайн-проекта наружной рекламы.	2	
	Самостоятельная работа. Разработка дизайн-проекта упаковки товара.	2	
	Самостоятельная работа. Разработка дизайн-проекта фасада торгового предприятия.	2	
	Самостоятельная работа. Разработать приглашение на выставку.	2	
	Самостоятельная работа. Разработать стенд-выставки.	2	
	Самостоятельная работа. Разработать рекламный плакат со слоганом.	2	
	Выбор темы, разработка плана	2	
	Изучение литературы по теме, составление введения	2	
	Выявление и анализ проблемных вопросов по теме исследования	2	
	Написание основного раздела	2	
	Написание основного раздела	2	

	Написание основного раздела	2	
	Написание основного раздела	2	
	Составление заключения	2	
	Оформление списка использованных источников	2	
	Защита курсовой работы	2	
	ЭКЗАМЕН		
Всего за 6 семестр: 112 часов = 46 СРС + 66 аудиторных часов (20 часа лекций + 26 часов практических занятий + 20 часов курсовая работа)			
ИТОГО: 344 часа = 126 часов СРС + 218 часов аудиторных (94 часа лекций + 104 часа практических занятий + 20 часов курсовая работа)			
МДК.01.02 «Разработка творческой концепции рекламного продукта»			
4 семестр			
	Содержание учебного материала		
Введение	Введение. Основные понятия предмета. Цели и задачи профессионального модуля «Разработка творческой концепции рекламного продукта». Роль и место дисциплины в подготовке специалиста по рекламе. Предмет дисциплины, её структура, связь с другими дисциплинами.	2	
Раздел 1. Теория рекламы, особенности создания эффективного рекламного продукта			
	Содержание учебного материала		
	Рекламное обращение: формы, виды.	2	
Тема 1.1. Рекламное обращение.	Практическое занятие №1. Использование средств выразительности в современной телерекламе.	2	
	Практическое занятие №2. Использование средств выразительности в сети Интернет.	2	
	Самостоятельная работа. Доклад «Организация творческой деятельности в рекламном агентстве».	2	
	Самостоятельная работа. Доклад «Творческая профессия: ее место в сфере рекламного бизнеса».	2	
	Самостоятельная работа. Найти образцы рекламных продуктов, содержащие обращения.	2	
Тема 1.2. Рекламный слоган.	Содержание учебного материала		
	Рекламный слоган: его цели и функции. Методика написания слогана.	2	
	Слоган в практике рекламной деятельности. Копирайтинг. Основные понятия. Понятие	2	

	слоган. Имиджевый и корпоративный слоган.		
	Практическое занятие №3. Создание слогана, отвечающего заданным целям, выполняющего определенные заданные функции.	2	
	Практическое занятие №4. Создание визуального образа для существующих слоганов.	2	
	Самостоятельная работа. Найти образцы рекламных продуктов, содержащие слоганы.	2	
	Самостоятельная работа. Найти образцы рекламных продуктов, содержащие рекламные тексты.	2	
	Самостоятельная работа. Доклад «Интересные факты в биографии Д. Огилви».	2	
Тема 1.3. Существующие теории рекламы.	Содержание учебного материала		
	Теория рекламы, особенности создания рекламного продукта. Применение теории.	2	
	Стилистика рекламы. Определение стилистики. Стилистика как наука о выразительных средствах речи.	2	
	Теория имиджа Д. Огилви, Теория позиционирования Траута, Раиса, Ческина. Применение теории. Формирование имиджа компании.	2	
	Определение уникального торгового предложения. Выявление уникального торгового предложения организации. Применение теории уникального торгового предложения.	2	
	Теория неопровержимых фактов. Применение теории. Примеры применения теории.	2	
	Самостоятельная работа. Доклад «Влияние теории позиционирования на современную рекламу».	2	
	Самостоятельная работа. Проанализировать несколько образцов интернет-рекламы.	2	
	Самостоятельная работа. Проанализировать несколько образцов печатной рекламы.	2	
	Самостоятельная работа. Проанализировать несколько образцов наружной рекламы.	2	
	Самостоятельная работа. Проанализировать несколько образцов рекламы в печатных СМИ.	2	
Раздел 2. Разработка рекламной стратегии. Семиотика рекламы.			
Тема 2.1. Рекламная концепция.	Содержание учебного материала		
	Понятие рекламной концепции и рекламной идеи.	2	
Тема 2.2. Эстетика в	Содержание учебного материала		

рекламном деле.	Теория вампиризма Р. Ривза. Эстетика в рекламном деле. Реальность в рекламе. Три основных принципа, которым должна удовлетворять реклама исходя из теории Р. Ривза.	2	
Тема 2.3. Рекламный продукт.	Содержание учебного материала		
	Особенности текстового оформления и визуализации рекламного продукта.	2	
Тема 2.4. Уникальное торговое предложение	Содержание учебного материала		
	Уникальное торговое предложение. Практическое применение преимуществ товаров и услуг в рекламной практике. Анализ товара потребителя. Трехуровневый анализ товара и услуг.	2	
	Практическое занятие №5. Поиск уникального торгового предложения для современных товаров и услуг.	2	
	Практическое занятие №6. Формулировка рекламной идеи по содержанию уникального торгового предложения.	2	
Тема 2.5. Потребности потребителя.	Содержание учебного материала		
	Выгоды потребителя. Рациональная и эмоциональная реклама. Потребности потребителя. 5 эффектов коммуникаций с потребителем.	2	
Тема 2.6. Портрет потребителя.	Содержание учебного материала		
	Понятие целевой аудитории. Сегментация рынка. Выбор критериев сегментации.	2	
	Практическое занятие №7. Определение целевой аудитории для компании.	2	
	Практическое занятие №8. Сегментация целевой аудитории для выбранной компании.	2	
	Самостоятельная работа. Доклад «Критерии оценки рекламной идеи».	2	
Раздел 3. Разработка творческой концепции рекламного продукта.			
Тема 3.1. Рекламная идея.	Содержание учебного материала		
	Эффекты коммуникаций. Эффекты коммуникаций как ответная реакция потребителя. Критерии оценки рекламной идеи.	2	
	Практическое занятие №9. Оценка рекламных идей в соответствии с заданными критериями.	2	
	Практическое занятие №10. Оценка рекламных идей в соответствии с заданными критериями	2	

	Самостоятельная работа. Доклад «Анализ проблематики рекламного творчества».	2	
Тема 3.2. Бриф.	Содержание учебного материала		
	Бриф и перечень основных элементов брифа.	2	
	Самостоятельная работа. Доклад «Бриффы известных рекламных кампаний».	2	
Тема 3.3. Креатив в рекламе.	Содержание учебного материала		
	Креатив в рекламе. Творческая идея. Технология создания креатива. Этапы креативного процесса.	2	
	Самостоятельная работа. Достоинства рекламных продуктов.	2	
Тема 3.4. Создание наружной рекламы.	Содержание учебного материала		
	Особенности создания наружной рекламы. Преимущества, ограничения, формы. Основные технологии изготовления. Бумага, производство объемных буквы, виниловые аппликации. Материалы для производства.	2	
	Самостоятельная работа. Недостатки рекламных продуктов.	2	
Тема 3.5. Сувенирная продукция.	Содержание учебного материала		
	Особенности производства сувенирной продукции. Способы нанесения логотипа на сувенирную продукцию. Шелкография, деколь, вышивка, цифровая печать, сублимация, объемные наклейки, УФ печать, лазерная гравировка, тиснение.	2	
	Практическое занятие №11. Выбор вида сувенирной продукции для компании в зависимости от целей, задач и бюджета рекламной кампании.	2	
	Практическое занятие №12. Выбор вида сувенирной продукции для компании в зависимости от целей, задач и бюджета рекламной кампании.	2	
	Самостоятельная работа. Предложить и обосновать свои варианты визуального оформления.	2	
	Самостоятельная работа. Составить сравнительную характеристику креативных идей.	2	
	Самостоятельная работа. Доклад «Все известные виды сувенирной продукции».	2	
Тема 3.6. Выставка как	Содержание учебного материала		

комплекс маркетинговых коммуникаций.	Реклама на выставках. Использование фирменного стиля на выставке. Виды полиграфической продукции в рамках выставки.	2	
	Самостоятельная работа. Примеры нетипичного использования креативных идей в рекламной продукции.	1	
Раздел 4. Методы психологического воздействия на потребителя.			
Тема 4.1. НЛП в рекламе.	Содержание учебного материала		
	Особенности применения НЛП в рекламе.	2	
	Самостоятельная работа. Доклад «Интересные факты применения НЛП в практике».	2	
Раздел 5. Разработка концепции и проектирование рекламной кампании.			
Тема 5.1. Рекламный продукт. Обзор готовых рекламных продуктов.	Содержание учебного материала		
	Обзор готовых рекламных продуктов. Полиграфическая продукция: Визитки, листовки, флаер. Наружная реклама: афиши, билборды, вывески.	2	
Тема 5.2. Рекламная кампания.	Содержание учебного материала		
	Цели. Определение целей рекламной кампании. Постановка целей в соответствии с критериями SMART.	2	
Тема 5.3. Бриф с заказчиком.	Содержание учебного материала		
	Проведение брифа. Описание ситуации заказчика и его потребностей.	2	
Тема 5.4. Создание рекламной кампании.	Содержание учебного материала		
	Создание рекламной кампании для заказчика. Применение теоретических навыков на практике.	2	
	Практическое занятие №13. Поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги.	2	
	Практическое занятие №14. Создание рекламной кампании для заказчика.	2	
	Практическое занятие №15. Проведение презентации рекламной кампании.	2	
ЭКЗАМЕН			
ИТОГО: 123 часа = 41 час СРС + 82 часа аудиторных (52 часа лекций + 30 часов практических занятий)			
Учебная практика. Практические основы разработки и создание дизайна рекламного продукта. Виды работ Разработка дизайн-проекта фирменного стиля компании.		72	

<p>Выполнить анализ ситуации. Определить потребителя. Определить основную образную идею проекта – дизайн-концепцию. Выполнить графическое решение проекта с помощью графического редактора CorelDraw. Подготовить презентацию проекта. Разработка дизайн-проекта серии открыток и упаковки. Создание рекламного продукта по заданию. Изложить в письменном виде обоснование идеи и средств проектного решения, выводы по проделанной работе. Подготовить защиту проекта.</p>		
<p>Производственная практика. Разработка и создание дизайна рекламного продукта. Виды работ Изложить свое понимание фирменного стиля. Определить потребителя. Найти аналоги элементов фирменного стиля. Выполнить их анализ по эстетическим и художественно-стилистическим признакам. Подготовить эскизы логотипа, образ, шрифтовое решение. Композиционные схемы. Выбрать оптимальные выразительные и художественно-изобразительные средства для исполнения фирменного стиля. Изложить в письменном виде обоснование идеи и средств проектного решения, выводы по проделанной работе. Подготовить презентацию проекта. Выполнить графическое решение серии открыток в едином стиле (5 штук) и упаковки при помощи программы CorelDraw. Вложить макеты открыток и упаковки в портфолио. Подготовить защиту проекта.</p>	108	
<p>Всего: 647</p>		

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ 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.

Оборудование лаборатории компьютерного дизайна и рабочих мест лаборатории:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- комплект учебно-методической документации;
- комплект учебно-наглядных пособий;

Технические средства обучения лаборатории компьютерного дизайна:

- 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.
- аудиосистема.

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;
- локальная сеть;
- подключение к глобальной сети Интернет;
- оборудование электропитания.

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. Алексеев А.Г. Дизайн- проектирование [Электронный ресурс] /уч. пос. для СПО.- 2- е изд.// А.Г. Алексеев.- М.: 2020.- ЭБС Юрайт
2. Земсков Ю.П. Основы проектной деятельности: уч. пособие для студ. СПО/ Ю.П. Земсков, Е.В. Асмолова.- 2-е изд., стер.- СПб.: Издательство «Лань», 2020

Дополнительные источники:

1. Капран В.И., Капран О.В. Психология и разработка рекламной продукции: учебное пособие для высш.проф.образования. – М.: Издательский центр «Академия», 2008.
2. Логвиненко Г.М. Декоративная композиция: учебное пособие для вузов. – М.: Издательство Владос, 2008.
3. Морозова Н.С., Морозова М.А. Реклама в социокультурном сервисе и туризме: учебник для высш.проф.образования. – М.: Издательский центр «Академия», 2005.
4. Назаров М.М., Папантиму М.А. Визуальные образы в социальной и маркетинговой коммуникации: Опыт междисциплинарного исследования, 2009.
5. Смирнов С.И. Шрифт и шрифтовой плакат Москва издательство «Плакат», 1977.
6. Хапенков В.Н., Сагинова О.В. Организация рекламной деятельности: учеб.пособие для нач.проф.образования. – 5-е изд., стер. – М.: Издательский центр «Академия», 2010.
7. Шарков Ф.И. Разработка и технологии производства рекламного продукта: учебник / Ф.И.Шарков, В.И. Гостенина.-2-е изд., перер. и доп.- М.: Издательско-торговая корпорация Дашков и К, 2009

Интернет-ресурсы:

1. 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>
2. Интернет-сайт «Школа рекламиста [Adv]schoolRu»: новости, статьи, книги о рекламе, маркетинге, PR и дизайне. Форма доступа: <http://www.advschool.ru/>

4.3 Общие требования к организации образовательного процесса

Обязательным условием допуска к производственной практике по профилю специальности в рамках профессионального модуля «Разработка и создание дизайна

рекламной продукции» является освоение учебного материала для получения комплекса знаний и первичных навыков.

При выполнении самостоятельной работы обучающимся оказываются консультации.

4.4 Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических (инженерно-педагогических) кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу (курсам): наличие высшего профессионального, соответствующее профилю преподаваемого модуля «Разработка и создание дизайна рекламной продукции».

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой: наличие опыта деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы.

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

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
<p>Иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> – выбора художественной формы реализации рекламной идеи; – создания визуального образа с рекламными функциями; – художественного конструирования рекламных продуктов по заданию. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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. <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы; – приемы и принципы составления рекламного текста; – композицию, шрифтовую и художественную графики в рекламе; – методы проектирования рекламного продукта; – методы психологического воздействия на потребителя. 	<p>Устный и письменный опрос</p> <p>Практическая проверка</p> <p>Проверка самостоятельной работы студента</p> <p>Тестовые занятия</p> <p>Защита курсовой работы</p>

6. АДАПТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРИ ОБУЧЕНИИ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Условия организации и содержание обучения и контроля знаний инвалидов и обучающихся с ОВЗ по дисциплине ПМ.01 «Разработка и создание дизайна рекламной продукции» определяются программой дисциплины, адаптированной при необходимости для обучения указанных обучающихся.

Организация обучения, текущей и промежуточной аттестации студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

Исходя из психофизического развития и состояния здоровья студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ, организуются занятия совместно с другими обучающимися в общих группах, используя социально-активные и рефлексивные методы обучения создания комфортного психологического климата в студенческой группе или, при соответствующем заявлении такого обучающегося, по индивидуальной программе, которая является модифицированным вариантом основной рабочей программы дисциплины. При этом содержание программы дисциплины не изменяется. Изменяются, как правило, формы обучения и контроля знаний, образовательные технологии и дидактические материалы.

Обучение студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ также может осуществляться индивидуально и/или с применением дистанционных технологий.

Дистанционное обучение обеспечивает возможность коммуникаций с преподавателем, а так же с другими обучаемыми посредством вебинаров (например, с использованием программы Skype), что способствует сплочению группы, направляет учебную группу на совместную работу, обсуждение, принятие группового решения.

В учебном процессе для повышения уровня восприятия и переработки учебной информации студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ применяются мультимедийные и специализированные технические средства приема-передачи учебной информации в доступных формах для студентов с различными нарушениями, обеспечивается выпуск альтернативных форматов печатных материалов (крупный шрифт), электронных образовательных ресурсов в формах, адаптированных к ограничениям здоровья обучающихся, наличие необходимого материально-технического оснащения.

Подбор и разработка учебных материалов производится преподавателем с учетом того, чтобы студенты с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения – аудиально (например, с использованием программ-синтезаторов речи).

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся инвалидов и лиц с ОВЗ фонд оценочных средств по дисциплине, позволяющий оценить достижение ими результатов обучения и уровень сформированности компетенций, предусмотренных учебным планом и рабочей программой дисциплины, адаптируется для обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья с учетом индивидуальных психофизиологических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.). При необходимости обучающимся предоставляется дополнительное время для подготовки ответа при прохождении аттестации.