

**Приложение 1 Программы профессиональных модулей**

**Приложение 1.1**

к ПООП по специальности

**42.02.01 «Реклама»**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

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

*Челябинск*

*2023 г*

Рабочая программа разработана на основе федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 мая 2014 г. № 510.

Организация-разработчик рабочей программы: Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение «Южно-Уральский государственный колледж».

Разработчики:

1) Воротягина Татьяна Николаевна, преподаватель ПЦК Дизайн;

2) Демешева Ирина Валерьевна, преподаватель ПЦК Дизайн;

3) Марченко Людмила Владимировна, преподаватель ПЦК Дизайн.

Рассмотрена и одобрена на заседании ПЦК Протокол № 11 от «06» июня 2023 г.

## ***СОДЕРЖАНИЕ***

- 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**
- 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**
- 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО  
МОДУЛЯ**
- 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

**1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ  
«ПМ.01 РАЗРАБОТКА И СОЗДАНИЕ ДИЗАЙНА  
РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ»**

**1.1. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля**

В результате изучения профессионального модуля обучающихся должен освоить основной вид деятельности: **Разработка и создание дизайна рекламной продукции** и соответствующие ему общие компетенции и профессиональные компетенции:

**1.1.1. Перечень общих компетенций<sup>1</sup>**

<b>Код</b>	<b>Наименование общих компетенций</b>
<i>ОК 1.</i>	<i>Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.</i>
<i>ОК 2.</i>	<i>Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.</i>
<i>ОК 3.</i>	<i>Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.</i>
<i>ОК 4.</i>	<i>Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.</i>
<i>ОК 5.</i>	<i>Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.</i>
<i>ОК 6.</i>	<i>Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.</i>
<i>ОК 7.</i>	<i>Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.</i>
<i>ОК 8.</i>	<i>Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.</i>
<i>ОК 9.</i>	<i>Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.</i>
<i>ОК 10.</i>	<i>Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.</i>
<i>ОК 11.</i>	<i>Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.</i>

### 1.1.2. Перечень профессиональных компетенций

<b>Код</b>	<b>Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций</b>
<i>ВД 1</i>	<i>Разработка и создание дизайна рекламной продукции</i>
<i>ПК 1.1.</i>	<i>Осуществлять поиск рекламных идей.</i>
<i>ПК 1.2.</i>	<i>Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы..</i>
<i>ПК 1.3.</i>	<i>Разрабатывать авторские рекламные проекты.</i>
<i>ПК 1.4.</i>	<i>Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.</i>
<i>ПК 1.5.</i>	<i>Создавать визуальные образы с рекламными функциями</i>

### 1.1.3. В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен

Иметь практический опыт	<i>Выбора художественной формы реализации рекламной идеи; Создания визуального образа с рекламными функциями; Художественного конструирования рекламных продуктов по заданию.</i>
уметь	<i>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.</i>
знать	<i>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.</i>

## 1.2. Количество часов, отводимое на освоение профессионального модуля

Всего часов – 538 ч.

в том числе в форме практической подготовки – 407 ч.

Из них на освоение **МДК 01.01 Художественное проектирование рекламного продукта**

Всего часов – 193 ч.;

в том числе в форме практической подготовки – 129 ч.;

в том числе самостоятельная работа – 64 ч.;

**МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта**

Всего часов – 201 часа;

в том числе в форме практической подготовки – 134 ч.;

в том числе самостоятельная работа – 67 ч.;

курсовой проект – 30 ч.;

практики, в том числе учебная – 72 ч.; производственная – 72 ч.

*Промежуточная аттестация проводится в форме дифференцированного зачета, комплексного дифференцированного зачета и квалификационного экзамена.*

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

### 2.1. Структура профессионального модуля

Коды профессиональных общих компетенций	Наименования  Разделов  Профессионального  модуля			Объем профессионального модуля, ак. час.							
		Суммарный  Объем  нагрузки, час.	Практическая подготовка	Работа обучающихся во взаимодействии с преподавателем							Самостоятельная работа <sup>2</sup>
				Обучение по МДК 01.01				Практики			
				Всего	В том числе						
		Лаборат. и практ. занятий	Курсовых работ (проектов) <sup>4</sup>		Учебная	Производственная	Консультации <sup>3</sup>				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
ПК 1.1, ПК 1.2, ПК1.5 ОК 1-11	МДК.01.01 Художественное проектирование рекламного продукта	193	129	129		120	-	72	-	-	64
ПК 1.1, 1.3, 1.4 ОК 1-11	МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта	201	134	134		84	30	-	72		67

<sup>2</sup>Самостоятельная работа в рамках образовательной программы планируется образовательной организацией в соответствии с требованиями ФГОС СПО в пределах объема профессионального модуля в количестве часов, необходимом для выполнения заданий самостоятельной работы обучающихся, предусмотренных тематическим планом и содержанием междисциплинарного курса.

<sup>3</sup> Консультации вставляются в случае отсутствия в учебном плане недель на промежуточную аттестацию по модулю.

<sup>4</sup> Данная колонка указывается только для специальностей СПО.

ПК 1.1, 1.3, 1.4 ОК 1-11	Учебная практика	72	72								
ПК 1.1, ПК 1.2, 1.3, 1.4, ПК1.5	Производственная практика	72	72						72		
	<b>Всего:</b>	<b>538</b>	<b>407</b>	<b>373</b>		<b>204</b>	<b>30</b>	<b>72</b>	<b>72</b>	<b>-</b>	<b>131</b>

Ячейки в столбцах 3, 5, 9, 10 заполняются жирным шрифтом, в 6, 7 – обычным. Если какой-либо вид учебной работы не предусмотрен, необходимо в соответствующей ячейке поставить прочерк. Количество часов, указанное в ячейках столбца 3, должно быть равно сумме чисел в соответствующих ячейках столбцов 5, 9, 10 11, 12 (жирный шрифт) по горизонтали. Количество часов, указанное в ячейках строки «Всего», должно быть равно сумме чисел соответствующих столбцов по вертикали. Количество часов, указанное в ячейке столбца 3 строки «Всего», должно соответствовать количеству часов на освоение программы профессионального модуля в пункте 1.3 общих положений программы. Количество часов на самостоятельную работу обучающегося должно соответствовать указанному в пункте 1.3 общих положений программы. Сумма количества часов на учебную и производственную практику (в строке «Всего» в столбцах 9 и 10) должна соответствовать указанному в пункте 1.3 общих положений программы. Для соответствия сумм значений следует повторить объем часов на производственную практику, проводимую концентрированно, в колонке «Всего часов» и в предпоследней строке столбца «Производственная».



**2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции**

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем в часах
1	2	3
<b>ПМ 01. Разработка и создание дизайна рекламной продукции</b>		<b>739</b>
<b>МДК.01.01 Художественное проектирование рекламного продукта</b>		<b>366</b>
<b>Раздел 1. Художественные средства проектирования рекламного продукта</b>		<b>78</b>
<b>Тема 1.1.</b>  <b>Введение в специальность</b> <b>Предмет и методы композиции</b>	<b>Содержание</b>	<b>4</b>
	1.Основные закономерности построения композиции: целостность композиции, образность композиции, выразительность композиции.	2
	2.Свойства композиции: виды композиции, структура композиции, этапы работы над композицией.	2
	<i>В том числе в форме практической подготовки</i>	4
	<b>В том числе практических занятий</b>	-
<b>Тема 1.2</b>  <b>Изобразительные средства композиции</b>	<b>Содержание</b>	<b>5</b>
	1.Линия, пятно, точка.	1
	2.Беспредметные плоские формы: квадрат, треугольник, круг.	1
	3.Изобразительная пластика: виды взаимодействия фона и объекта.	1

	4.Соподчиненность элементов: характер взаимодействия элементов, виды взаимодействия элементов	2
	<i>В том числе в форме практической подготовки</i>	5
	<b>В том числе практических занятий</b>	-
Тема 1.3  Композиционный центр. Равновесие в композиции	<b>Содержание</b>	<b>4</b>
	<b>В том числе практических занятий</b>	
	1.Выделения доминанты, варианты организации доминант.	2
	2.Закономерности равновесия.	2
	<i>В том числе в форме практической подготовки</i>	4
Тема 1.4  Симметрия и асимметрия в композиции	<b>Содержание</b>	<b>4</b>
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>4</b>
	1.Выполнить композицию на основе симметрии	2
	2.Выполнить композицию на основе дисимметрии	2
	<i>В том числе в форме практической подготовки</i>	4
Тема 1.5  Статика, динамика в композиции	<b>Содержание</b>	<b>2</b>
	<b>В том числе практических занятий</b>	
	1.Основы статики и динамики средства решения задачи «Статика в композиции», «Динамика в композиции»	2
	<b>В том числе практических занятий</b>	-
	<i>В том числе в форме практической подготовки</i>	2

<b>Тема 1.6</b>  <b>Ритм, метр в композиции</b>	<b>Содержание</b>	<b>6</b>
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>6</b>
	1.Разработать композицию с редким ритмом	2
	2.Разработать композицию с частым ритмом	2
	3.Разработать композицию с разным метром	2
	<i>В том числе в форме практической подготовки</i>	6
<b>Тема 1.7</b>  <b>Пропорции, масштаб, модуль в композиции</b>	<b>Содержание</b>	<b>4</b>
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>4</b>
	1.Разработать геометричную композицию на основе модуля	2
	2.Выполнить композицию в разном масштабе	2
	<i>В том числе в форме практической подготовки</i>	4
<b>Тема 1.8</b>  <b>Передача фактуры в композиции</b>	<b>Содержание</b>	<b>6</b>
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>6</b>
	1.Создать разные по характеру фактуры	2
	2. Придумать композицию на основе созданных фактур	2
	3.Применить созданную композицию в рекламе	2
	<i>В том числе в форме практической подготовки</i>	6
<b>Тема 1.9</b>	<b>Содержание</b>	<b>20</b>
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>20</b>

<b>Трансформация, стилизации и комбинаторика в композиции</b>	1.Выполнить стилизацию растения по собственному свойству. Эскизы.	2
	2.Выполнить композицию на основе стилизации в тоне.	2
	3.Выполнить композицию на основе стилизации в цвете.	2
	4.Выполнить стилизацию растения по заданному свойству. Эскизы	2
	5.Выполнить композицию на основе стилизации в тоне.	2
	6.Выполнить композицию на основе стилизации в цвете.	2
	7.Выполнить стилизацию растения на основе образа. Эскизы	2
	8. Выполнить стилизацию животного на основе геометрических форм	2
	9.Создать раппортную композицию на основе стилизованного животного в среде в тоне	2
	10. Создать раппортную композицию на основе стилизованного животного в среде в цвете	2
	<i>В том числе в форме практической подготовки</i>	20
<b>Тема 1.10</b>  <b>Визуализация в графическом дизайне семантических знаков и смыслов («Слово-образ», многозначное слово)</b>	<b>Содержание</b>	<b>16</b>
	<b>В том числе практических занятий</b>	16
	1.Разработать художественные слова-образы, используя растительный мир.	2
	2. Отрисовать художественные слова-образы, используя растительный мир в тоне	2
	3. Отрисовать художественные слова-образы, используя растительный мир в цвете	2
	3.Выполнить эскиз художественных слова-образа, вписывая шрифтовое название растения (цветок)	2

	5.Выполнить эскиз художественных слова-образа, вписывая шрифтовое название растения (фрукт)	2
	6.Выполнить эскиз художественных слова-образа, вписывая шрифтовое название растения (дерево)	2
	7.Выполнить эскиз художественных слова-образа, вписывая шрифтовое название растения (ягода)	2
	8. Разработать композицию для рекламы на основе созданного эскиза	2
	<i>В том числе в форме практической подготовки</i>	<b>16</b>
		<b>71</b>
<b>Тематика самостоятельной учебной работы при изучении раздела 1</b>  1. Календарь. Единство композиционного построения элементов.  2. А) Обложка книги - композиция строится на выразительном сочетании небольших надписей и крупного фонового изображения.  Б) Обложка журнала – по расположению и размеру четко выделяется главный элемент композиции.  3. Дизайн подставки для карандашей. Простота формы, значимость формы, мобильность, образность, пластическая выразительность.  4. Задание на построение композиции из разных материалов.		<b>32</b>
<b>Учебная практика</b>  <b>Виды работ</b>  1.Шрифтовой рекламный плакат  2. Дизайн печатной продукции: дизайн-проект закладки		<b>36</b>

3. Дизайн-проект рекламного буклета (на свободную тему)		
<b>Раздел 2. Фирменный стиль в рекламе</b>		<b>166</b>
<b>Тема 2.1 Шрифт как средство коммуникации</b>	<b>Содержание</b>	<b>2</b>
	<b>В том числе практических занятий</b>	
	1. Роль и значение шрифта в графическом дизайне и в рекламе. Способы построения шрифтовой композиции и образной визуализации текстового содержания	2
	<i>В том числе в форме практической подготовки</i>	2
<b>Тема 2.2 Выразительные возможности шрифтового изображения</b>	<b>Содержание</b>	<b>2</b>
	<b>В том числе практических занятий</b>	2
	1. Построить шрифт с помощью чертежных приборов, разработать собственный шрифт.  2. Создать эскизы динамичной фронтальной композиции с использованием трансформируемых плоскостей, цвета, графики, шрифта. Выполнить чистовую композицию на основе созданных эскизов	2
	<i>В том числе в форме практической подготовки</i>	2
<b>Тема 2.3 Электронные версии шрифтовых гарнитур. Типографика</b>	<b>Содержание</b>	<b>4</b>
	<b>В том числе практических занятий</b>	4
	1. Разработать титульный лист журнала с использованием основных правил работы с типографикой.  2. Разработать проект малоформатной информационно-рекламной печатной продукции (листовки, открытки, флайера) эскизы.	2

	3. Разработать проект малоформатной информационно-рекламной печатной продукции (листовки, открытки, флайера) чистовой вариант. Выразить в образной графической форме смысловое содержание слова.	2
	<i>В том числе в форме практической подготовки</i>	4
<b>Тема 2.4 Шрифтовой рекламный плакат</b>	<b>Содержание</b>	<b>4</b>
	<b>В том числе практических занятий</b>	4
	1.Изучение аналогов рекламного плаката. 2.Сделать выбор объекта проектирования рекламного плаката (зарисовки) 3.Разработать фор-эскизы рекламного плаката в ч/б и тоне	2
	4. Разработать фор-эскизы рекламного плаката в цвете 5.Подобрать шрифт 6. Выполнить шрифтовой рекламный плакат	2
	<i>В том числе в форме практической подготовки</i>	4
<b>Тема 2.5 Графика как средство рекламы</b>	<b>Содержание</b>	<b>2</b>
	<b>В том числе практических занятий</b>	2
	1.Создать графичную композицию для рекламы (эскизы и чистовой вариант)	2
	<i>В том числе в форме практической подготовки</i>	2
<b>Тема 2.6. Информационно-графический комплекс</b>	<b>Содержание</b>	<b>2</b>
	<b>В том числе практических занятий</b>	2
	1.Разработать информационно-графический комплекс и его направления	2
	<i>В том числе в форме практической подготовки</i>	2

<b>Тема 2.7. Дизайн упаковки</b>	<b>Содержание</b>	<b>4</b>
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>4</b>
	1.Разработать фор-эскизы этикетки и упаковки. 2. Разработать дизайн-проект этикетки в тоне, в цвете.	2
	3.Разработать дизайн-проект упаковки товара в тоне, цвете. 4. Разработать дизайн-проект подарочной упаковки товара. Макет из бумаги без склеек.	2
	<i>В том числе в форме практической подготовки</i>	8
<b>Тема 2.8 Дизайн печатной продукции</b>	<b>Содержание</b>	<b>4</b>
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>2</b>
	1.Разработать дизайн-проект изобразительного рекламного плаката и листовки. Разработать дизайн-проект флайера и приглашения /билета	2
	<i>В том числе в форме практической подготовки</i>	2
<b>Тема 2. 9 Дизайн-проект рекламного буклета</b>	<b>Содержание</b>	<b>4</b>
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>4</b>
	1.Разработать дизайн-проекта рекламного буклета(эскизы) 2.Разработать дизайн-проекта рекламного буклета (работа над шрифтами) 3.Разработать дизайн-проекта рекламного буклета (работа с фотографиями)	2
	4.Выполнить верстку буклета. 5.Выполнить подготовку к печати буклета	2



	6.Защитить дизайн-проект	
	<i>В том числе в форме практической подготовки</i>	4
<b>Тема 2.10 Реклама товарной продукции</b>	<b>Содержание</b>	<b>4</b>
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>4</b>
	1.Разработать рекламу для продвижения товара на рынке (работа над шрифтами) 2.Разработать рекламу для продвижения товара на рынке (работа с цветом) 3.Разработать эскиз вывески для входной группы (работа над шрифтами)	2
	4.Разработать эскиз вывески для входной группы (работа с цветом) 5.Разработать эскиз рекламы на транспорте (работа над шрифтами) 6.Разработать эскиз рекламы на транспорте (работа с цветом)	2
	<i>В том числе в форме практической подготовки</i>	4
	<b>Содержание</b>	<b>4</b>
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>4</b>
<b>Тема 2. 11 Реклама торгового предприятия</b>	1.Разработать фор-эскизы фасада торгового предприятия 2.Разработать дизайн-проект фасада торгового предприятия (вывески работа со шрифтами) 3.Разработать дизайн-проект фасада торгового предприятия (вывески работа с цветом)	2
	4.Разработать дизайн-проект фасада торгового предприятия (витрины работа с композицией) 5.Разработать дизайн-проект фасада торгового предприятия (витрины работа с цветом) 6.Разработать макет витрины фронтальное изображение	2
	<i>В том числе в форме практической подготовки</i>	4

<b>Тема 2.12 Реклама на транспорте</b>	<b>Содержание</b>	<b>2</b>
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>2</b>
	1.Разработать проектное предложение размещения рекламы на транспорте (эскизы)  2. Разработать проектное предложение размещения рекламы на транспорте (чистовой вариант)	2
	<i>В том числе в форме практической подготовки</i>	2
<b>Тема 2.13 Дизайн-проект наружной рекламы</b>	<b>Содержание</b>	<b>4</b>
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>4</b>
	1.Разработать дизайн-проект рекламного щита, транспаранта-перетяжки (работа со шрифтами, с цветом)	2
	2.Разработать дизайн-проект светового короба (работа со шрифтами, с цветом)	2
	<i>В том числе в форме практической подготовки</i>	4
<b>Тема 2.14 Экспозиционная реклама</b>	<b>Содержание</b>	<b>4</b>
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>4</b>
	1.Разработать дизайн-проект рекламной экспозиции (работа со шрифтами, с цветом, в программе, с модулями)	2
	2.Разработать дизайн-проект рекламной экспозиции (работа с оформлением, подготовка к печати, презентация проекта)	2
	<i>В том числе в форме практической подготовки</i>	4
<b>Тема 2.15 Формирование корпоративного стиля</b>	<b>Содержание</b>	<b>6</b>
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>6</b>
	1.Создать зрительный образ фирмы (работа со шрифтами, формами, с цветом)	2

	2.Разработать основной фирменный констант.  Разработать основные носители фирменного стиля (одежда, аксессуары)	2
	3.Разработать основные носители фирменного стиля (документация). Оформить бриф и творческую платформу	2
	<i>В том числе в форме практической подготовки</i>	6
<b>Тема 2. 16</b> <b>Концептуальные</b> <b>стилеобразующие</b> <b>элементы</b>	<b>Содержание</b>	<b>2</b>
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>2</b>
	1.Разработать логотип, товарный знак, фирменный блок	2
	<i>В том числе в форме практической подготовки</i>	2
<b>Тема 2.17 Составляющие</b> <b>и функциональные</b> <b>носители</b> <b>корпоративного/фирменно</b> <b>го стиля</b>	<b>Содержание</b>	<b>6</b>
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>6</b>
	1.Создать фирменный комплект шрифтов и цветовой гаммы.  2.Разработка деловой документации: бланк, конверт, визитная карточка (корпоративная, деловая), папка, прайс-лист  3.Разработка рекламной продукции: плакат, буклет	2
	4.Разработка сувенирной продукции: пакет, авторучка, брелок  5.Создать конструкцию презентационного характера  6.Разработка выносной рекламы – напольные фигуры с высечкой	2
	7.Разработка щитовых рекламных конструкций: билборд  8.Разработка наружных витрин  9.Разработка рекламы на фирменном транспорте	2

	<i>В том числе в форме практической подготовки</i>	6
<b>Тематика самостоятельной учебной работы при изучении раздела №2</b>  1. Искусство типографики: художественный язык, образность, функциональность, технологичность и рационализм. 2. Шрифтовой рекламный плакат 3. Современные направления в информационной рекламе: анализ существующих проектов 4. Дизайн печатной продукции: дизайн-проект закладки 5. Дизайн-проект рекламного буклета (на свободную тему). 6. Дизайн-проект упаковки музыкального диска 7. Дизайн-проект входной группы торгового предприятия 8. Дизайн-проект рекламы на автобусе 9. Дизайн-проект панель-кронштейна 10. Дизайн-проект шоу-рума 11. Анализ аналогов ФС 12. Работа над проектом- концепцией ФС 13. Анализ современных направлений в создании логотипа и товарного знака, сбор информации 14. Анализ современных направлений в создании марок и эмблем фирмы, сбор информации 15. Разработка логотипа для учебного учреждения 16. Разработка товарного знака для предприятия общественного питания 17. Разработка фирменного блока для предприятия машиностроения 18. Подбор комплекта шрифтов и цветовой гаммы для предприятия в сфере услуг 19. Разработка деловой документации для предприятия в сфере услуг 20. Разработка рекламной продукции для предприятия в сфере услуг		32
<b>Учебная практика</b>  <b>Виды работ</b> 1. Разработка и создание дизайна рекламной продукции. 2. Художественное проектирование рекламного продукта 3. Разработка дизайн-проекта фирменного стиля компании. Разработка дизайн- макета обложки книги. 4. Разработка творческой концепции рекламного продукта 5. Имиджевая (рекламная) статья. Сценарий аудио-ролика. Разработка и изготовление упаковки для книги.		36

<b>Раздел 3. Разработка творческой концепции рекламного продукта</b>		<b>193</b>
<b>МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта</b>		<b>129</b>
<b>Тема 3.1 Реклама как творческая деятельность</b>	<b>Содержание</b>	<b>4</b>
	1.Творческое познание мира. Внутренняя свобода и широкий кругозор – необходимые предпосылки для творчества.	2
	2.Реклама как творческая деятельность. Реклама как способ мифотворчества. Понятие «креативная реклама»	2
	<i>В том числе в форме практической подготовки</i>	4
	<b>В том числе практических занятий</b>	-
<b>Тема 3.2 Выразительные средства в тексте</b>	<b>Содержание</b>	<b>4</b>
	1.Словарный запас. Синонимы, антонимы, омонимы, неологизмы. Синонимический и антонимический ряды.	2
	2.Метафора и сравнение. Афоризм и цитата. Рифма	2
	<i>В том числе в форме практической подготовки</i>	4
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>4</b>
	1.Научиться решать задачи по созданию синонимических и антонимических рядов, созданию метафор и сравнений.	2
	2.Создать рифмованный рекламный текст.	2
	<i>В том числе в форме практической подготовки</i>	4
<b>Тема 3.3 Стратегии рекламы. Приемы в рекламном тексте</b>	<b>Содержание</b>	<b>4</b>
	1.Понятие инсайта и его значение для разработки рекламной кампании и материалов.	2

	2.Стратегия рационального типа. Стратегия эмоционального типа. Приемы в рекламе. Сторителлинг.	2
	<i>В том числе в форме практической подготовки</i>	4
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>4</b>
	1.Выполнить анализ текстов и сайтов.	2
	2.Создать текст в технике «Сторителлинг»	2
	<i>В том числе в форме практической подготовки</i>	4
<b>Тема 3.4 Структура рекламного текста</b>	<b>Содержание</b>	<b>4</b>
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>4</b>
	1. Придумать рекламный текст. (Идея, заголовок, подзаголовки, подписи к иллюстрациям, реквизиты, повествование, монолог, диалог)	2
	2.Выполнить работу с текстами: анализ структуры и содержания, членение текста на сегменты, составление текстов	2
	<i>В том числе в форме практической подготовки</i>	4
<b>Тема 3.5 Реклама как коммуникация</b>	<b>Содержание</b>	<b>2</b>
	1.Тексты для печатных СМИ. Тексты для Интернет-изданий. Тексты для социальных сетей. Реклама на радио. Реклама на телевидении	2
	<i>В том числе в форме практической подготовки</i>	2
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>8</b>
	1.Выполнить анализ и составить тексты для печатных СМИ	2
	2.Выполнить анализ и составить тексты для печатных Интернет-изданий	2
	3.Выполнить анализ и составить тексты для социальных сетей	2

	4.Написание сценария для радио-ролика	2
	<i>В том числе в форме практической подготовки</i>	8
<b>Тема 3.6 Прикладной дизайн</b>	<b>Содержание</b>	<b>4</b>
	1.Понятие прикладной дизайн. Дизайн и культура. Дизайн и цивилизация. Понятие социальной роли в дизайне.	2
	2.Дизайн как гармонизирующая деятельность.	2
	<i>В том числе в форме практической подготовки</i>	4
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>16</b>
	1.Изучить понятие эмблема аллегория. Изучить роль знака в культуре. Составить на их основе текст	2
	2.Ознакомиться с печатной культурой. Составить текст	2
	3.Провести анализ понятий: книга обложка и организация текста	2
	4. Создать концепцию макета сувенира. (формулирование основной идеи)	2
	5. Создать концепцию макета сувенира. (эскизы)	2
	6. Создать концепцию макета сувенира. (выполнение проекта в графических редакторах)	2
	7.Выполнить подбор визуального материала.	2
	8. Составить текст для календаря.	2
	<i>В том числе в форме практической подготовки</i>	16
<b>Тема 3.7 Дизайн рекламных продуктов</b>	<b>Содержание</b>	<b>2</b>
	1.Значение идеи для разработки рекламной кампании и рекламных материалов.	2
	<i>В том числе в форме практической подготовки</i>	2

	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>22</b>
	1.Проанализировать Mood board: назначение и способы разработки.	2
	2. Проанализировать психологию восприятия рекламы потребителем	2
	3.Проанализировать дизайн рекламных продуктов.	2
	4.Выполнить подбор шрифтов для заголовков, подзаголовков.	2
	5.Выполнить макет статьи и рекламных модулей.	2
	6.Разработать mood board, максимально соответствующего задачам рекламной кампании или имиджу рекламируемой компании. (Просмотр аналогов)	2
	7.Разработать mood board, максимально соответствующего задачам рекламной кампании или имиджу рекламируемой компании. (Написание концепции 2 варианта Сформулировать задачи рекламной компании)	2
	8.Разработать mood board, максимально соответствующего задачам рекламной кампании или имиджу рекламируемой компании. (Выполнение эскизов)	2 2
	9.Разработать mood board, максимально соответствующего задачам рекламной кампании или имиджу рекламируемой компании. (Выполнение проекта в графическом редакторе)	2 2
	<i>В том числе в форме практической подготовки</i>	20
<b>Тема 3.8 Корпоративный стиль</b>	<b>Содержание</b>	<b>26</b>
	<b>В том числе практических занятий</b>	26
	1.Изучить понятие корпоративный стиль. Сделать презентацию	2
	2.Выделить обязательные элементы корпоративного стиля. Нейминг. Подобрать примеры	2
	3.Изучить особенности слогана как рекламной фразы	2



	4.Проанализировать слоганы предназначенные для разных слоев населения, подобрать примеры (дети, женщины, мужчины)	2
	5.Разработка слогана. (Работа с аналогами)	2
	6.Разработка слогана. (Выбор аудитории, выполнение набросков слогана для разных аудиторий)	2
	7.Разработка слогана. (Формулирование концепции)	2
	8.Разработка логотипа. (Работа с аналогами)	2
	9.Разработка логотипа. (поиск стилистического решения)	2
	10.Разработка логотипа. (выполнение эскизов)	2
	11.Разработка логотипа. (Выполнение проекта в графических редакторах)	2
	12.Проверка нейма, слогана и логотипа на оригинальность и на соответствие пожеланиям заказчика, целям и задачам рекламной кампании.	2
	<i>В том числе в форме практической подготовки</i>	26
<b>Тематика самостоятельной учебной работы при изучении раздела 3</b>		<b>67</b>
1.Цели и задачи рекламных текстов.		
2.Выразительные средства рекламной речи. Богатство языка. Тропы. Фигуры.		
3.Рифмы. Языковая игра. Приемы языковых манипуляций в рекламных текстах. Приемы аргументации.		
4.Рекламные жанры. Самореклама. Резюме. Текст для наружной рекламы. Правовая база рынка услуг.		
5.Авторское право. Моральный кодекс копирайтера.		
6.Дизайн среды: дизайн интерьера, ландшафтный дизайн, дизайн одежды, промышленный дизайн и пр .		
7.Дизайн корпоративных (представительских) материалов: листовок, буклетов, каталогов, сайтов, сувенирной продукции		
<b>Тематика курсовых работ (проектов)</b>		<b>30</b>
1. Разработка дизайн-проекта фирменного стиля для консалтинговой компании.		
2. Разработка дизайн-проекта фирменного стиля для рекламного агентства.		

<p>3. Разработка дизайн-проекта фирменного стиля для рекламной компании.</p> <p>4. Разработка дизайн-проекта фирменного стиля для студии дизайна.</p> <p>5. Разработка дизайн-проекта фирменного стиля для промышленного предприятия.</p> <p>6. Разработка дизайн-проекта фирменного стиля для магазина канцтоваров.</p> <p>7. Разработка дизайн-проекта фирменного стиля для зоопарка.</p> <p>8. Разработка дизайн-проекта фирменного стиля для магазина спорттоваров.</p> <p>9. Разработка дизайн-проекта фирменного стиля для кондитерской.</p> <p>10. Разработка дизайн-проекта фирменного стиля для театра.</p> <p>11. Разработка дизайн-проекта фирменного стиля для кинотеатра.</p> <p>12. Разработка дизайн-проекта фирменного стиля для музея.</p> <p>13. Разработка дизайн-проекта фирменного стиля для аквапарка.</p> <p>14. Разработка дизайн-проекта фирменного стиля для студии флористики.</p> <p>15. Разработка дизайн-проекта фирменного стиля для ювелирного магазина.</p> <p>16. Разработка дизайн-проекта фирменного стиля для книжного магазина.</p> <p>17. Разработка дизайн-проекта фирменного стиля для библиотеки.</p> <p>18. Разработка дизайн-проекта фирменного стиля для санатория.</p> <p>19. Разработка дизайн-проекта фирменного стиля для планетария.</p> <p>20. Разработка дизайн-проекта фирменного стиля для аэроклуба.</p> <p>21. Разработка дизайн-проекта фирменного стиля для учебного заведения.</p> <p>22. Разработка дизайн-проекта фирменного стиля для магазина детских товаров.</p> <p>23. Разработка дизайн-проекта фирменного стиля для спортивного комплекса.</p> <p>24. Разработка дизайн-проекта фирменного стиля для агентства недвижимости.</p> <p>25. Разработка дизайн-проекта фирменного стиля для турфирмы.</p> <p>26. Разработка дизайн-проекта фирменного стиля для спортивного клуба.</p> <p>27. Разработка дизайн-проекта фирменного стиля для детского сада.</p> <p>28. Разработка дизайн-проекта фирменного стиля для школы.</p> <p>29. Разработка дизайн-проекта фирменного стиля для дома творчества.</p> <p>30. Разработка дизайн-проекта фирменного стиля для кофейни.</p> <p>31. Разработка дизайн-проекта фирменного стиля для ресторана.</p> <p>32. Разработка дизайн-проекта фирменного стиля для компании бьюти -индустрии.</p>	
---	--

<b>Производственная практика (по профилю специальности)</b> <b>Виды работ</b> 1. Анализ фирменного стиля предприятия 2. Эскизирование 3. Разработка дизайн-макета рекламного продукта 4. Разработка бренд-бука 5. Эскизирование 6. Разработка авторского (креативного) дизайн – макета рекламного продукта 7. Разработка макета рекламоносителя с рекламным текстом 8. Разработка дизайн – макета рекламного продукта	72
<b>Всего</b>	<b>538</b>

*По каждому разделу указываются междисциплинарные курсы и соответствующие темы. По каждой теме описывается содержание учебного материала (в дидактических единицах), наименования необходимых лабораторных работ, практических и иных занятий. Тематика самостоятельной работы может приводиться по выбору разработчиков по разделу или по теме, при условии необходимости выделения части нагрузки для самостоятельного освоения, если такие виды работ не являются обязательными, самостоятельные работы не указываются. Подробно перечисляются виды работ учебной и (или) производственной практики. Если по профессиональному модулю предусмотрены курсовые проекты (работы), приводятся их темы, указывается содержание обязательных учебных занятий и самостоятельной работы обучающихся.*

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

#### **3.1. Материально-техническое обеспечение**

Реализация программы предполагает наличие учебных кабинетов.

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета:

- проектирования рекламного продукта;
- Лаборатории:
- компьютерного дизайна;
- компьютерной графики и видеомонтажа;
- библиотека, читальный зал с выходом в сеть Интернет; актовый зал.
- Реализация должна обеспечивать:
- выполнение обучающимися лабораторные работ и практических занятий, включая как обязательный компонент практические с использованием персональных компьютеров;
- освоение обучающимися профессиональных модулей в условиях созданной соответствующей образовательной среды в образовательной организации или в организациях в зависимости от специфики вида деятельности.
- использовании электронных изданий образовательная организация должна обеспечить каждого обучающегося рабочим местом в компьютерном классе в соответствии с объемом изучаемых дисциплин.
- Образовательная организация должна быть обеспечена необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения.

#### **3.2. Информационное обеспечение реализации программы**

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы, рекомендованные ФУМО, для использования в образовательном процессе. При формировании библиотечного фонда образовательной организации выбирается не менее одного издания из перечисленных ниже печатных изданий и (или) электронных изданий в качестве основного, при этом список, может быть дополнен новыми изданиями.

#### **3.2. Информационное обеспечение обучения**

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

**Основные источники:**

1. Корякина, Г.М. Проектирование в графическом дизайне. Фирменный стиль: учебное наглядное пособие для практических занятий: [16+] / Г.М. Корякина, С.А. Бондарчук; Липецкий государственный педагогический университет имени П. П. Семенова-Тян-Шанского. – Липецк: Липецкий государственный педагогический университет имени П.П. Семенова-Тян-Шанского, 2018. – 93 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=576869> (дата обращения: 22.09.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-88526-976-6. – Текст: электронный.
2. Марусева, И.В. Творческая реклама: приемы и методы ее создания (художественно-аналитическое исследование): монография / И.В. Марусева. – Москва;

- Берлин: Директ-Медиа, 2015. – 419 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=276141> (дата обращения: 05.12.2019). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4475-4568-0. – DOI 10.23681/276141. – Текст: электронный.
3. Овчинникова, Р.Ю. Дизайн в рекламе: основы графического проектирования / Р.Ю. Овчинникова; ред. Л.М. Дмитриева. – Москва: Юнити, 2015. – 239 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115010> (дата обращения: 24.11.2019). – ISBN 978-5-238-01525-5. – Текст: электронный.
4. Панкратов, Ф.Г. Основы рекламы / Ф.Г. Панкратов, Ю.К. Баженов, В.Г. Шахурин. – 14-е изд., перераб. и доп. – Москва: Дашков и К°, 2017. – 538 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454093> (дата обращения: 24.11.2019). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-01804-6. – Текст: электронный.
5. Нартя В.И., Суиндигов Е.Т. Основы конструирования объектов дизайна: учебное пособие Издательство "Инфра-Инженерия", 2019 – 264 стр.
6. Аббасов И. Б. Дизайн-проекты от идеи до воплощения Издательство "ДМК Пресс" / , учебно-методическое пособие, 2021 – 166 стр.
7. Тиунова Н. Г. [check\\_circle\\_outline](#) Рекламная деятельность: Курс лекций Пермский национальный исследовательский политехнический университет / учебное пособие / , 2020 – 167 стр.

#### **Дополнительные источники:**

1. Веселова, Ю.В. Графический дизайн рекламы. Плакат / Ю.В. Веселова, О.Г. Семёнов. – Новосибирск: НГТУ, 2012. – 104 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=228990> (дата обращения: 24.11.2019). – ISBN 978-5-7782-2192-5. – Текст: электронный.
2. Измайлова, М.А. Психология рекламной деятельности: учебник / М.А. Измайлова. – 3-е изд. – Москва: Дашков и К°, 2016. – 444 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453265> (дата обращения: 05.12.2019). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-02557-0. – Текст: электронный.
3. Кашевский, П.А. Шрифты / П.А. Кашевский. – Минск: Літаратура і Мастацтва, 2012. – 192 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=139774> (дата обращения: 24.11.2019). – ISBN 978-985-6941-43-9. – Текст: электронный
4. Копирайтинг: учебное пособие. / Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. / Профили: «Реклама в системе массовых коммуникаций», «PR в государственных и бизнес-структурах». Бакалавриат, Издательство Северо-Кавказский федеральный университет, 2017. – 131стр.

### **5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

Контроль и оценка результатов освоения модуля осуществляется педагогическим работником в процессе проведения практических и лабораторных занятий, контрольных работ, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, исследований.

Код и наименование профессиональных и общих компетенций, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
<p><i>ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.</i></p> <p><i>ПК 1.2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.</i></p> <p><i>ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.</i></p> <p><i>ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.</i></p> <p><i>ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.</i></p>	<p><i>Выполнение поисковых эскизов</i></p> <p><i>Выполнение эскизного ряда разнообразного по композиционному построению и цветовому решению; Предоставление итогового варианта эскизного поиска.</i></p> <p><i>Выполнение оригинальных (авторских) рекламных проектов, выполненных согласно техническому заданию</i></p> <p><i>Разработка текстов рекламных объявлений, составленных и оформленных согласно техническому заданию.</i></p> <p><i>Разработка визуальных образов с рекламными функциями, выполненных согласно техническому заданию</i></p>	<p><i>Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы:</i></p> <p><i>- на практических занятиях;</i></p> <p><i>- при выполнении работ на различных этапах производственной практики;</i></p> <p><i>- защите курсового проекта;</i></p> <p><i>- при проведении: зачетов, экзаменов по междисциплинарным курсам, экзамена (квалификационного) по модулю)</i></p>
<p><i>ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес</i></p> <p><i>ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения</i></p>	<p><i>Знание профессиональных компетенций, необходимых в будущей профессии</i></p> <p><i>Принятие активного участие в образовательном процессе</i></p> <p><i>Осуществлять организацию самостоятельной работы. Решать профессиональные</i></p>	<p><i>Текущий контроль:</i></p> <p><i>Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения профессионального модуля</i></p>

<p><i>профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество</i></p>	<p><i>задачи типовыми методами. Проводить рефлексию.</i></p>	
<p><i>ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.</i></p>	<p><i>Принимать решения. Понимать причину вступления ответственности за принятые решения</i></p>	
<p><i>ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.</i></p>	<p><i>Использовать дополнительные источники информации: дополнительную литературу, интернет-источники. Работать со справочными материалами и периодическими изданиями</i></p>	
<p><i>ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.</i></p>	<p><i>Выполнять качественное оформление презентаций</i></p>	
<p><i>ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.</i></p>	<p><i>Повышать уровень навыков межличностного и делового общения</i></p>	
<p><i>ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.</i></p>	<p><i>Осуществлять конструктивную работу в команде. Повышать уровень результатов выполнения заданий</i></p> <p><i>Осуществлять объективную самооценку</i></p>	

<p><i>ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.</i></p> <p><i>ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.</i></p> <p><i>ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.</i></p> <p><i>ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.</i></p>	<p><i>профессионального и личностного развития. Составлять план саморазвития</i></p> <p><i>Повышать потребность в самообразовании</i></p> <p><i>Вести эффективный поиск возможностей организации предпринимательской деятельности в профессиональной сфере;</i></p> <p><i>Организовывать и планировать экономические бизнес-планы, стратегии предпринимательской деятельности.</i></p> <p><i>Использовать знания в области экологии, в т.ч. по экологической безопасности в профессиональной деятельности;</i></p> <p><i>Овладеть информационной и коммуникационной культурой;</i></p> <p><i>Применять правила межличностного общения, в том числе на иностранном языке в профессиональной деятельности.</i></p>	
--	--	--



УТВЕРЖДАЮ

\_\_\_\_\_  
/И.О. Фамилия/  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

**ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ  
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

\_\_\_\_\_  
(наименование дисциплины / модуля)

по направлению подготовки / специальности / профессии

\_\_\_\_\_  
(код и наименование направления подготовки / специальности / профессии)  
(год набора \_\_\_\_\_, форма обучения \_\_\_\_\_)

на 20\_\_ / 20\_\_ учебный год

В рабочую программу ПМ вносятся следующие изменения:

Номер изме- нения	Раздел рабочей программы (пункт)	Номералистов			Основание для внесения изменений
		заменен- ных	новых	аннули- рованных	

Рассмотрен на заседании предметно-цикловой комиссии

\_\_\_\_\_  
протокол « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
(должность)

\_\_\_\_\_  
(подпись)

\_\_\_\_\_  
(И.О. Фамилия)