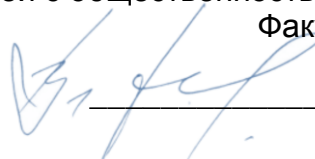


МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

УТВЕРЖДАЮ  
Заведующий кафедрой  
связей с общественностью, рекламы и дизайна  
Факультета журналистики

 д.ф.н., Тулупов В.В.

25.06.2020 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ  
ПРОГРАММЫ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА**

ПМ.01 «Разработка и создание дизайна рекламной продукции»

*Код и наименование модуля в соответствии с Учебным планом*

**42.02.01 «Реклама»**

*Шифр и наименование специальности*

**гуманитарный**

*Профиль подготовки*

**специалист по рекламе**

*Квалификация выпускника*

**очная**

*Форма обучения*

Учебный год: 2021 - 2022

Семестр(ы): 3-4

Рекомендована: НМС факультета журналистики

*(Наименование рекомендующей структуры)*

протокол от 18.05.2020 № 8

Составители программы:

Гончаров М.В. – преп. каф. связей с общественностью, рекламы и дизайна ВГУ

Осенкова Т.А. – пред. каф. связей с общественностью, рекламы и дизайна ВГУ

Хорошунова И.В. – доц. каф. электронных СМИ и речевой коммуникации

Гончаров В.В. – преп. каф. связей с общественностью, рекламы и дизайна ВГУ

Маслов А.С. – доцент каф. связей с общественностью, рекламы и дизайна ВГУ

## СОДЕРЖАНИЕ

|   | Стр. |
|---|------|
| 1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ   | 3    |
| 2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ   | 4    |
| 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ  | 5    |
| 4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО<br>МОДУЛЯ   | 17   |
| 5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ<br>ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ<br>ДЕЯТЕЛЬНОСТИ) | 19   |

# 1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.01 РАЗРАБОТКА И СОЗДАНИЕ ДИЗАЙНА РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ

Программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (ФГОС СПО) по специальности 42.02.01 «Реклама», утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 мая 2014г. № 510 "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 «Реклама», входящей в укрупнённую группу специальностей 42.00.00 «Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело».

Программа учебной дисциплины реализуется с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

## 1.1. Область применения программы

Программа профессионального модуля (далее программа ПМ) – является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО 42.02.01 «Реклама», входящей в укрупнённую группу специальностей 42.00.00 «Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело» в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД):

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

и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

1. ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.
2. ПК 1.2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.
3. ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.
4. ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.
5. ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.

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

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения профессионального модуля должен:

### **иметь практический опыт:**

- выбора художественной формы реализации рекламной идеи;
- создания визуального образа с рекламными функциями;
- художественного конструирования рекламных продуктов по заданию;

### **уметь:**

- осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги;
- разрабатывать композиционное решение рекламного продукта;
- использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы;
- составлять рекламные тексты;

### **знать:**

- выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы;
- приемы и принципы составления рекламного текста;
- композицию, шрифтовую и художественную графики в рекламе;
- методы проектирования рекламного продукта;

- методы психологического воздействия на потребителя.

### 1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение программы профессионального модуля:

всего – 674 часа, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 494 часа, включая:

аудиторной учебной работы обучающегося – 327 часов(обязательных учебных занятий);

внеаудиторной (самостоятельной) учебной работы обучающегося – 167 часов;

учебной и производственной практики – 180 часов.

## 2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности ПМ.01 «Разработка и создание дизайна рекламной продукции», в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

| Код компетенции | Содержательная часть компетенции   |
|-----------------|--|
| 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 СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

#### 3.1. Тематический план профессионального модуля ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции

| Коды профессиональных компетенций | Наименования разделов профессионального модуля*                               | Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики) | Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов) |  |   |  |   | Практика       |   |
|-----------------------------------|---|---|---|--|---|--|---|----------------|---|
|                                   |   |   | Аудиторная учебная работа обучающегося (обязательные учебные занятия)   |  |   | Внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа обучающегося, |   | Учебная, часов | Производственная (по профилю специальности), часов<br><i>если предусмотрена рассредоточенная практика</i> |
|                                   |   |   | 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-1.1-1.5                        | Раздел 1. Изучение методов художественного проектирования рекламного продукта | 158   | 105   | 73   | -                                       | 53   | -                                       | -              | -   |
| ПК-1.1-1.3<br>ПК-1.5              | Раздел 5. Изучение основ разработки творческой концепции рекламного продукта  | 116   | 78  | 38   | -                                       | 38   | 9                                       | -              | -   |
| ПК-1.4                            | Раздел 3. Изучение языка рекламы  | 72  | 48  | 16   | -                                       | 24   | -                                       | -              | -   |
| ПК-1.1-1.3<br>ПК-1.5              | Раздел 4. Освоение методов композиции, шрифтовой и художественной графики     | 96  | 64  | 32   | -                                       | 32   | -                                       | -              | -   |
| ПК-1.1-1.5                        | Раздел 2. Изучение фотодизайна и техники фотографии                           | 52  | 32  | 32   | -                                       | 20   | -                                       | -              | -   |
| ПК-1.1-1.5                        | Учебная практика, часов   | 72  | -   | -  | -                                       | -  | -                                       | 72             | -   |
| ПК-1.1-1.5                        | Производственная практика (по профилю специальности), часов                   | 108   |   |  |   |  |   |                | 108   |
|                                   | <b>Всего:</b>   | <b>674</b>                                      | <b>327</b>  | 191  | -                                       | 167  | 9                                       | 72             | 108   |

### 3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю 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, внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)   | Объем часов | Уровень освоения |
|---|--|-------------|------------------|
| 1   | 2  | 3           | 4                |
| Раздел 1. Освоение методов композиции, шрифтовой и художественной графики                 |  | 96          |                  |
| МДК.01.04. Композиция, шрифтовая и художественная графика                                 |  | 96          |                  |
| Тема 1.1. Основные законы композиции. Средства выразительности в композиции – линия       | <b>Содержание</b>  | 6           | 1,2              |
|   | 1. Законы композиции, применение в шрифтовой и художественной графике  |             |                  |
|   | 2. Графическое изображение основных законов (линия)  |             |                  |
|   | 3. Варианты применения   |             |                  |
|   | 4.Текстурное пятно. элементы выполнения  |             |                  |
|   | 5. Условия создания, применение мини модуля (повторяемость и размер)   |             |                  |
| 6. Графические методы и виды текстурного пятна  |  |             |                  |
|   | <b>Практические занятия:</b><br>Выполнить в заданном размере графическими средствами текстурные «пятна» на свой выбор (8шт.).<br>При выполнении задания на всей плоскости квадрата необходимо сохранять размер повторяемых элементов и расстояния между ними.  |             |                  |
| Тема 1.2. Выявление объёма линией   | <b>Содержание</b>  | 6           | 1,2              |
|   | 1. Применение линии в композиции для выявления объема  |             |                  |
|   | 2. Варианты графического исполнения  |             |                  |
|   | 3. Методы максимальной выразительности объема в композиции   |             |                  |
|   | <b>Практические занятия:</b><br>Выполнить в заданном размере графическими средствами мини-композиции на выявление объёма (использовать контуры предметов), предметы не обводить – силуэты должны образовываться линиями. Произвольное расположение линий. при попадании линии на силуэт предметов – она должна изменить направление. |             |                  |
| Тема 1.3. Графическая формальная композиция с линиями                                     | <b>Содержание</b>  | 6           | 1,2              |
|   | 1.Линия как средство выразительности формальной композиции   |             |                  |
|   | 2.Законы композиции и варианты применения  |             |                  |
|   | 3.Закономерности выполнения (разнообразие средств выразительности)   |             |                  |
|   | <b>Практические занятия:</b><br>Выполнить в заданном размере листа А – 4 композицию с линиями, применяя основные законы композиции ( ритм, контраст, динамика ).   |             |                  |

|   |   |   |     |
|---|---|---|-----|
|   | Создать « движение » в композиции. Обязательное изменение толщины линий.      |   |     |
| <b>Тема 1.4. Средства выразительности в композиции – графическое пятно.</b>   | <b>Содержание</b>   | 6 | 1,2 |
|   | 1..Понятие, принципы, варианты применения графического пятна                  |   |     |
|   | 2.Условия выполнения задания  |   |     |
|   | 3.Варианты средств выразительности, выбор оптимального решения                |   |     |
|   | 4.Методы выполнения (применение текстурного пятна)                            |   |     |
| <b>Практические занятия:</b><br>Выполнить в заданном размере графическими средствами мини-композиции с повтором силуэта рисунка (буква), но с разным его графическим насыщением. Задание выполняется линией   |   |   |     |
| <b>Тема 1.5. Мини-композиции</b>  | <b>Содержание</b>   | 8 | 1,2 |
|   | 1 .Виды мини-композиций, применение   |   |     |
|   | 2. Условия составления композиций   |   |     |
|   | 3. Выбор средств выразительности (линия)                                      |   |     |
|   | 4. Эскизирование, варианты графического выполнения                            |   |     |
|   | 5. Применение других средств выразительности и методов составления композиции |   |     |
| <b>Практические занятия:</b><br><b>Контрольная работа 1.</b><br>Выполнить в заданном размере графическими средствами мини-композиции из геометрических каркасных предметов (квадрат, прямоугольник, круг, треугольник). Предметы представлять не плоскими, не объёмными, а контурными линиями – они могут накладываться друг на друга. В одной композиции можно применять как один предмет, так и несколько предметов, одно условие или несколько условий. В окончательном варианте композиции должны быть понятны порядком их составления. |   |   |     |
| <b>Тема 1.6. Буква-знак</b>   | <b>Содержание</b>   | 8 | 1,2 |
|   | 1. Алфавит, выбор буквы (обязательная симметрия)                              |   |     |
|   | 2. Условия выполнения задания (повторяемость, увеличение, уменьшение)         |   |     |
|   | 3. Варианты графического исполнения (линия)                                   |   |     |
|   | 4. Горизонталь, вертикаль, диагональ в композиции                             |   |     |
|   | 5. Применение других средств выразительности                                  |   |     |
| <b>Практические занятия:</b><br><b>Контрольная работа 2.</b><br>Выполнить в заданном размере графическими средствами варианты композиций с применением законов композиции, используя в качестве модуля только 1 букву. При построении композиции в каждом варианте обязательно использовать различные законы композиции. Применяя графику и условия составления композиции, необходимо сохранять силуэт изображаемого элемента (буквы).   |   |   |     |
| <b>Тема 1.7. Стилизация</b>   | <b>Содержание</b>   | 8 | 1,2 |
|   | 1. Стилизация в композиции, виды и методы стилизации                          |   |     |



|                                       |   |   |     |
|---------------------------------------|---|---|-----|
|                                       | <p>2. Варианты применения стилизации</p> <p>3. Выбор графических средств выразительности</p> <p><b>Практические занятия:</b><br/> <b>Контрольная работа 3.</b><br/> Выполнить в заданном размере графическими средствами варианты изображаемых предметов с разным графическим насыщением. Применяя различную графику, необходимо выдерживать образ предмета, его характерные особенности. Предмет (элемент) стилизации должен узнаваться. Лучше использовать растительные формы. Варианты предлагаемых предметов (форм):<br/> 1) цветы ( подснежник, ромашка, гвоздика и т.д.), имеющие простую форму с прямыми линиями, графическое изображение цветов необходимо вписывать в простые геометрические формы (круг, квадрат, треугольник);<br/> 2) деревья и кустарники: ель (фронтальное изображение), дерево (кустарник), (фронтальное изображение или вид сверху).<br/> Задание выполняется линией.</p> |   |     |
| <b>Тема 1.8. Структурная пластика</b> | <p><b>Содержание</b></p> <p>1. Понятие структурной пластики</p> <p>2. Применение полубъемной композиции в рекламе</p> <p>3. Поиски и варианты структурной пластики</p> <p>4. Применение средств выразительности в графическом исполнении</p> <p>5. Практическое выполнение полубъемной композиции</p> <p><b>Практические занятия:</b><br/> <b>Контрольная работа 4.</b><br/> Выполнить из цельного листа бумаги по заранее продуманному эскизу структурную композицию методом сгиба, отворота. Внутреннюю сторону бумаги необходимо покрасить ярким цветом. Форма прорезается, применяются сгиб, отворот. В окончательном варианте получается эффект свечения плоскости изнутри через отвороты и разрезы композиции.</p>  | 8 | 1,2 |
| <b>Тема 1.9. Слово-образ</b>          | <p><b>Содержание</b></p> <p>1. Слово в художественной графике</p> <p>2. Понятие, значение и сущность графического выполнения задания</p> <p>3. Виды и методы средств выразительности</p> <p>4. Характеристика основных значений образа слов</p> <p>5. Эскизы и варианты художественного решения образа слова, выделение главных особенностей изображаемых предметов и понятий</p> <p><b>Практические занятия:</b><br/> <b>Контрольная работа 5.</b><br/> Выполнить в заданном размере варианты графического решения слова ( название предмета в его буквенном написании ) с сохранением силуэта слова и образа изображаемого предмета.<br/> 1) подобрать слово (3 – 4 буквы), которое можно графически изобразить.</p>  | 8 | 1,2 |

|   |   |           |     |
|---|---|-----------|-----|
|   | <p>2) в границах заданной плоскости нарисовать (начертить) буквы слова в плоском силуэтном изображении.</p> <p>3) выполнить 3 варианта композиции в графическом изображении образного стилизованного изображения предмета и фона.</p> <p>4) применить цвет для поддержки задуманного графического решения.</p> <p>Задание выполняется линией, пятном.</p> |           |     |
| <p><b>Внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа при изучении раздела 1.</b></p> <p>Работа с учебной литературой.</p> <p>Изучение законов композиции в окружающей среде.</p> <p>Примеры применения текстурного пятна в композиции.</p> <p>Выполнение мини-композиции разными средствами выразительности.</p> <p>Аналитический обзор темы «Буква-знак».</p> <p>Графическое выполнение различных видов стилизации средствами выразительности композиции.</p> <p>Выполнение полуобъемной композиции.</p> <p>Выполнение эскизов различных видов стилизации средствами графического изображения.</p> <p>Подготовка к экзамену (в 3 семестре)</p> |   | 32        | 2,3 |
| <b>Раздел 2. Изучение фотодизайна и техники фотографии</b>  |   | <b>52</b> |     |
| <b>МДК.01.05. Фотодизайн и техника фотографии</b>   |   | 52        |     |
| <b>Тема 2.1. Понятие фотодизайна.</b>   | <b>Содержание.</b>  | 6         | 1   |
|   | 1. Определение фотодизайна.   |           |     |
|   | 2. Категориальный аппарат теории фотодизайна.   |           |     |
|   | 3. Объект и предмет дисциплины.   |           |     |
|   | 4. Роль и место дисциплины в системе среднего профессионального образования.  |           |     |
| <b>Практические занятия:</b> обсуждение темы  |   |           |     |
| <b>Тема 2.2. История развития фотодизайна.</b>  | <b>Содержание</b>   | 4         | 1   |
|   | 1. Предпосылки возникновения фотодизайна.   |           |     |
|   | 2. Фотодизайн: опыт Запада.   |           |     |
|   | 3. Специфика отечественной школы фотодизайна.   |           |     |
| <b>Практические занятия:</b> обсуждение темы, чтение докладов   |   |           |     |
| <b>Тема 2.3. Устройство фотоаппарата.</b>   | <b>Содержание</b>   | 2         | 1,2 |
|   | 1. Типы фотоаппаратов.  |           |     |
|   | 2. Специфика работы с различными типами фотокамер.  |           |     |
|   | 3. Преимущества и недостатки различных фотоаппаратов.   |           |     |
|   | 4. Формирование изображения в современных фотоаппаратах.  |           |     |
|   | <b>Практические занятия:</b><br>Наглядное обсуждение различных типов фотоаппаратов, преимуществ и недостатков, специфики работы.  |           |     |
| <b>Тема 2.4. Основополагающие</b>   | <b>Содержание</b>   | 4         | 1,2 |

|   |   |   |       |
|---|---|---|-------|
| технические параметры фотосъемки.             | 1. Определение экспозиции снимка.   |   |       |
|   | 2. Выдержка, скорость срабатывания затвора.   |   |       |
|   | 3. Диафрагма, относительное отверстие объектива.  |   |       |
|   | 4. Светочувствительность и экспонометрия.   |   |       |
|   | 5. Режимы фотосъемки.   |   |       |
|   | <b>Практические занятия:</b><br>Изучение различных снимков<br>Изучение устройства фотоаппарата<br>Изучение режимов фотосъемки               |   |       |
| Тема 2.5. Технический арсенал фотографа.      | <b>Содержание</b>   | 2 | 1,2,3 |
|   | 1. Фотообъективы, их характеристики и использование.  |   |       |
|   | 2. Съёмочные светофильтры и насадки на объективы.   |   |       |
|   | 3. Электронные импульсные фотоосветители.   |   |       |
|   | 4. Оборудование для фотостудии.   |   |       |
|   | <b>Практические занятия:</b><br>Изучение фотообъективов, насадок, оборудования для фотостудии.<br>Проведение тестирования по темам 2.3-2.5. |   |       |
| Тема 2.6. Подготовка фотографии к публикации. | <b>Содержание</b>   | 2 | 1,2   |
|   | 1. Газетная, журнальная, фэшн- и интернет-фотография, полиграфия.   |   |       |
|   | <b>Практические занятия:</b> отработка основных подходов к обработке снимков.   |   |       |
| Тема 2.7. Композиция.                         | <b>Содержание</b>   | 2 | 1,2   |
|   | 1. Композиция и изобразительные средства фотографии.  |   |       |
|   | 2. Цельность и неделимость композиции.  |   |       |
|   | 3. Композиционное, световое, цветное и тональное решение снимка.  |   |       |
|   | 4. Свет и цвет в фотографии.  |   |       |
|   | <b>Практические занятия:</b><br>Изучение темы<br>Выполнение фотографии, используя различные изобразительные средства                        |   |       |
| Тема 2.8. Жанры фотографии.                   | <b>Содержание</b>   | 2 | 1,2,3 |
|   | 1. Понятие жанра в фотографии.  |   |       |
|   | 2. Специфика работы фотографа в основных фотографических жанрах: портрет, пейзаж, натюрморт, репортаж.                                      |   |       |
|   | 3. Особенности съемки в технике «макро».  |   |       |
|   | 4. Съемка архитектуры и произведений искусства.   |   |       |
|   | <b>Практические занятия:</b><br>Изучение специфики работы фотографа<br>Изучение различных жанров съемки                                     |   |       |
| Тема 2.9. Понятие этики.                      | <b>Содержание</b>   | 4 | 1     |
|   | 1. Этическая составляющая работы фотодизайнера.   |   |       |
|   | 2. Документы, регулирующие этическую сторону деятельности фотографа.  |   |       |
|   | 3. Современные тенденции в области этики фотодизайнеров.  |   |       |

|  |  |           |     |
|--|--|-----------|-----|
|  | <b>Практические занятия:</b><br>Изучение документов<br>Обсуждение темы |           |     |
| <b>Тема 2.10. Право и фотография.</b>  | <b>Содержание</b>  | 4         | 1   |
|  | 1. Фотография как объект правовых отношений.                           |           |     |
|  | 2. Авторское право на интеллектуальную собственность и фотография.     |           |     |
|  | 3. Правовое регулирование деятельности фотографа.                      |           |     |
|  | <b>Практические занятия:</b> обсуждение темы, чтение рефератов         |           |     |
| <b>Внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа при изучении раздела 2:</b><br>работа с литературой по истории фотодизайна<br>отработка различных режимов фотосъемки<br>работы со светофильтрами и насадками на объектив<br>подготовки фотографии к публикации<br>выполнение фотографий разных жанров<br>подготовка докладов, сообщений по теме « Исторический аспект фотодизайна»<br>подготовка рефератов<br>подготовка серии фотоснимков<br>подготовка к тестированию<br>подготовка к дифференцированному зачету |  | 20        | 2,3 |
| <b>Раздел 3. Изучение языка рекламы</b>  |  | <b>72</b> |     |
| <b>МДК.01.03 Язык рекламы</b>  |  | 72        |     |
| <b>Тема 3.1. Рекламный текст</b>   | <b>Содержание</b>  | 10        |     |
|  | 1. Рекламный текст в функционально-стилистическом аспекте.             |           | 1   |
|  | 2. Стилеобразующие факторы рекламного стиля.                           |           | 1   |
|  | 3. Стилистика рекламы.   |           | 1   |
|  | 4. Недостатки рекламных текстов.                                       |           | 1   |
|  | <b>Практические занятия</b>  |           |     |
| 1. Определение рекламного стиля.   | 2  |           |     |
| 1. Редактирование рекламного текста.   | 2  |           |     |
| <b>Тема 3.2. Язык рекламы</b>  | <b>Содержание</b>  | 14        |     |
|  | 1. Функционирование элементов разных языковых уровней в рекламе.       |           | 1   |
|  | 2. Лексика в рекламе.  |           | 1   |
|  | 3. Словообразовательные и морфологические ресурсы языка в рекламе.     |           | 1   |
|  | 4. Синтаксис рекламных текстов.  |           | 1   |
|  | 5. Фоника рекламных текстов.   |           | 1   |
|  | 6. Роды аргументации в рекламе.  |           | 1   |
|  | 7. Программа ВААП в рекламе.   |           | 1   |
|  | <b>Практические занятия</b>  |           |     |
| 1. Использование языковых средств на разных этапах психологического воздействия рекламы.   | 2  |           |     |

|  |   |            |     |
|--|---|------------|-----|
|  | 2. Языковые средства привлечения внимания к рекламному сообщению.                   |            | 22  |
|  | 3. Выразительные и художественно-изобразительные средства в рекламе.                |            |     |
|  | 4. Коммуникативное (речевое) воздействие и языковое манипулирование в рекламе.      |            | 2   |
|  | 5. Речевые формулы побуждения потенциального покупателя к действию в рекламе        |            | 2   |
|  | 6. Текущий контроль – устный опрос (вопросы в ФОС)                                  |            |     |
| <b>Тема 3.3. Создание рекламного образа</b>  | <b>Содержание</b>   | 12         |     |
|  | 1. Языковые средства создания конкретного рекламного образа.                        |            | 1   |
|  | 2. Стили и формы рекламы.   |            | 1   |
|  | 3. Юмор в рекламе..   |            | 1   |
|  | 4. Языковая игра в рекламе.   |            | 1   |
|  | 5. Шок и эпатаж в рекламе.  |            | 1   |
|  | 6. Использование национально – культурных факторов в рекламе.                       |            | 1   |
|  | <b>Практические занятия</b>   |            |     |
|  | 1. Просмотр рекламный роликов разных видов.   |            | 1   |
|  | 2. Устный опрос по теме.  |            | 1   |
| <b>Тема 3.4. Композиционные блоки рекламы</b>  | <b>Содержание</b>   | 12         |     |
|  | 1. Функционирование языковых средств в разных композиционных блоках рекламы.        |            | 1   |
|  | 2. Словесный товарный знак. Требования, предъявляемые к словесному товарному знаку. |            | 1   |
|  | 3. Заголовок в рекламе. Типы заголовков.  |            | 1   |
|  | 4. Рекламный слоган, его цели и задачи. Правила создания.                           |            | 1   |
|  | 5. Маркетинговая и художественная ценность слогана.                                 |            | 1   |
|  | 6. Схема воздействия слогана на потенциального потребителя.                         |            | 1   |
|  | <b>Практические занятия</b>   |            |     |
|  | 1. Обсуждения требований к слогану.   |            | 2   |
|  | 2. Типы заголовков, привести примеры.   |            | 2   |
|  | 2. Текущий контроль - тестирование  | 2          |     |
| <b>Внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа при изучении раздела 3.</b>        |   | 24         | 2.3 |
| Редактирование рекламного текста   |   |            |     |
| Анализ рекламного текста с использованием различных языковых средств.                |   |            |     |
| Составление рекламного текста.   |   |            |     |
| Создание рекламного слогана.   |   |            |     |
| Изучение цвета в рекламе.  |   |            |     |
| Работа с литературой, конспектами лекций.  |   |            |     |
| Подготовка к дифференцированному зачету.   |   |            |     |
| <b>Раздел 4. Изучение методов художественного проектирования рекламного продукта</b> |   | <b>158</b> |     |

|  |  |     |     |
|--|--|-----|-----|
| <b>МДК.01.01 Художественное проектирование рекламного продукта</b>         |  | 158 |     |
| <b>Тема 4.1<br/>Фирменный стиль как элемент маркетинговых коммуникаций</b> | <b>Содержание</b>  | 6   |     |
|  | 1. Рекламный продукт и рекламное обращение: определения понятий.                               |     | 1   |
|  | 2. Процесс разработки и производства рекламного продукта: основные стадии рекламного процесса. |     | 1   |
|  | 3. Участники процесса разработки и производства рекламного продукта.                           | 10  | 1   |
|  | <b>Практические занятия</b>  |     |     |
|  | 1. Модели восприятия рекламных обращений: AIDA, AIDMA, DAGMAR и др.                            |     | 1,2 |
| 2. Основы психологии поведения потребителей.                               | 1,2  |     |     |
| <b>Тема 4.2. Товарный знак и логотип в системе фирменного стиля</b>        | <b>Содержание</b>  | 6   |     |
|  | 1. Фирменный стиль как фактор повышения запоминаемости рекламы.                                |     | 1   |
|  | 2. Выразительные возможности шрифтового изображения  |     | 1   |
|  | 3. Электронные версии шрифтовых гарнитур   | 10  | 1   |
|  | <b>Практические занятия</b>  |     |     |
|  | 1. Принципы оформления рекламного текста: подбор шрифтов, верстка, цветовое решение.           |     | 1,2 |
| <b>Тема 4.3.<br/>Цвет и символ в системе фирменной символики</b>           | <b>Содержание</b>  | 6   |     |
|  | 1. Цвет в рекламе: функции, методика подбора   |     | 1   |
|  | <b>Практические занятия</b>  | 12  |     |
|  | 1. Композиция рекламы как способ привлечения и удержания внимания потребителя                  |     | 1,2 |
|  | 2. Групповое творческое задание: самопрезентация   |     | 1,2 |
|  |  |     |     |
| <b>Тема 4.4.<br/>Слоган как элемент фирменного стиля</b>                   | <b>Содержание</b>  | 6   |     |
|  | 1. Слоган как элемент фирменного стиля   |     | 1   |
|  | <b>Практические занятия</b>  | 10  |     |
|  | 1. Учет среды восприятия рекламы при разработке креатива.                                      |     | 1,2 |
|  | 2. Серийность в рекламе.   |     | 1,2 |
|  | 3. Индивидуальное творческое задание: карманный календарь                                      |     | 1,2 |
| <b>Тема 4.5. Основные носители элементов</b>                               | <b>Содержание</b>  | 4   |     |
|  | 1. Товарный знак.  |     | 1   |
|  | 2. Фирменная шрифтовая надпись (логотип).  |     | 1   |
|  | 3. Фирменный лозунг (слоган).  |     | 1   |
|  | 4. Фирменный цвет (цвета).   |     | 1   |
|  | 5. Корпоративный герой.  |     | 1   |
|  | 6. Другие фирменные константы.   | 1   |     |
|  | <b>Практические занятия</b>  | 14  |     |
|  | 1. Групповое творческое задание: круг Иттона   |     | 2,3 |
|  |  |     |     |
| <b>Тема 4.6.<br/>Шрифт как средство</b>                                    | <b>Содержание</b>  | 7   |     |
|  | 1. Шрифт как средство коммуникации   |     | 1   |

|   |  |            |     |
|---|--|------------|-----|
| коммуникации  | <b>Практические занятия</b>  | 14         |     |
|   | 1. Групповое творческое задание: создание шрифтового рекламного плаката                  |            |     |
| <b>Внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа при изучении раздела 4</b>  |  | 53         | 2,3 |
| <p>Ознакомление со средствами рекламы.</p> <p>Изучение лучших образцов рекламы из отечественного и зарубежного опыта.</p> <p>Изучение основных шрифтов, применяемых в рекламе.</p> <p>Подготовка доклада по сочетаемости цветов в рекламных продуктах.</p> <p>Изучение «читабельности» шрифтов.</p> <p>Применение шрифтов в различных видах рекламных продуктов.</p> <p>Курсовая работа на тему «Фирменный стиль афишы».</p> <p>Самостоятельная работа обучающихся над курсовой работой (проектом).</p> <p>Самостоятельная работа по подготовке к дифференцированному зачету (в 7 семестре)</p> |  |            |     |
| <b>Тематика домашних заданий</b>  |  |            |     |
| Курсовая работа на тему «Фирменный стиль афишы».  |  |            |     |
| Самостоятельная работа обучающихся над курсовой работой (проектом).   |  |            |     |
| <b>Раздел 5.</b>  |  | <b>116</b> |     |
| <b>Изучение основ разработки творческой концепции рекламного продукта</b>   |  |            |     |
| <b>МДК.01.02</b>  |  | 116        |     |
| <b>Разработка творческой концепции рекламного продукта</b>  |  |            |     |
| <b>Тема 5.1. Основы рекламной деятельности</b>  | <b>Содержание</b>  | 5          |     |
|   | 1. Законы и правила рекламного творчества. Основная терминология рекламной деятельности. |            | 1   |
|   | 2. Организация работы рекламного отдела.   |            | 1   |
|   | <b>Практические занятия</b>  | 7          |     |
| 1. Разработка брифа и технического задания.   | 2,3  |            |     |
| 2. Работа с клиентами во время создания продукта.   |  | 2,3        |     |
| <b>Тема 5.2. Фирменный стиль</b>  | <b>Содержание</b>  | 5          |     |
|   | 1. Константы фирменного стиля. Товарный знак, виды и свойства товарных знаков.           |            | 1   |
|   | 2. Слоган. Виды и свойства слоганов.   |            | 1   |
|   | 3. Понятие брендбука.  |            | 1   |
|   | <b>Практические занятия</b>  | 10         |     |
|   | 1. Фирменный шрифт, цвет, корпоративная легенда. Понятие фирменного блока.               |            | 2   |
|   | 2. Создание товарного знака.   |            | 2,3 |
| 3. Создание слогана.  | 2,3  |            |     |
| <b>Тема 5.3. Создание рекламного продукта</b>   | <b>Содержание</b>  | 5          |     |
|   | 1. Копирайтинг, рерайтинг. Понятие и виды. SEO-копирайтинг                               |            | 1   |
|   | 2. Искусство написания рекламных текстов.  |            | 1   |

|  |  |                                       |          |  |
|--|--|---------------------------------------|----------|--|
|  | <b>Практические занятия</b>  | 10                                    |          |  |
|  | 1. Написание рекламных текстов.  |                                       | 2        |  |
|  | 2. Контрольная работа по изученной теме.   |                                       | 3        |  |
| <b>Тема 5.4. Рекламная кампания</b>  | <b>Содержание</b>  | 8                                     |          |  |
|  | 1. Сходство и различия между рекламой, журналистикой, связями с общественностью.             |                                       | 1        |  |
|  | 2. Понятие маркетинговых коммуникаций, маркетинг-микс.                                       |                                       | 1        |  |
|  | 3. Понятие рекламной кампании, виды, этапы.  |                                       | 1        |  |
|  | 4. Методы определения рекламного бюджета.  |                                       | 1        |  |
|  | 5. Разработка рекламной концепции.   |                                       | 1        |  |
|  | 6. Оценка коммуникативной и коммерческой эффективности рекламной кампании                    |                                       | 1        |  |
|  | 7. Понятие уникального торгового предложения   |                                       | 1        |  |
|  | 8. Фестивали рекламы. Профессиональные конкурсы.   | 1                                     |          |  |
|  | <b>Практические занятия</b>  | 10                                    |          |  |
|  | 1. Определение сходства и различия между рекламой, журналистикой, связями с общественностью. |                                       | 2        |  |
|  | 2. Разработка рекламной концепции.   |                                       | 2,3      |  |
|  |  | 3. Разработка рекламного предложения. | 2,3      |  |
|  | <b>Тема 5.5. Средства рекламы</b>  | <b>Содержание</b>                     | 8        |  |
| 1. Средства рекламы. Общая характеристика.   |  | 1                                     |          |  |
| 2. Прямая почтовая реклама   |  | 1                                     |          |  |
| 3. Виды рекламы.   |  | 1                                     |          |  |
| 4. Мерчендайзинг.  |  | 1                                     |          |  |
| <b>Практические занятия</b>  |  | 10                                    |          |  |
| 1. Реклама в прессе  |  |                                       | 2        |  |
| 2. Реклама на телевидении и радио  |  |                                       | 2        |  |
| 3. Интернет-реклама  |  |                                       | 2        |  |
| 4. Наружная реклама. Реклама в и на транспорте.  |  |                                       | 2        |  |
| 5. Реклама на местах продаж. Мерчендайзинг.  |  |                                       | 2        |  |
| 6. Сувенирная реклама. Выставки и ярмарки.   |  | 2                                     |          |  |
| Выполнение курсовой работы по дисциплине   |  |                                       |          |  |
| <b>Внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа при изучении раздела 5</b>                             |  | 38                                    | 2,3      |  |
| Ознакомление с литературой по социологии рекламы из полученного списка.                                  |  |                                       |          |  |
| Подготовка сообщений об известных отечественных и зарубежных рекламистах из представленного списка.      |  |                                       |          |  |
| Подготовка творческого проекта.  |  |                                       |          |  |
| Подготовка к контрольной работе по теме «Создание рекламного продукта».                                  |  |                                       |          |  |
| Подготовка творческого проекта для допуска к дифференцированному зачету.                                 |  |                                       |          |  |
| <b>Тематика домашних заданий</b>   |  |                                       |          |  |
| Изучение конспектов лекций.  |  |                                       |          |  |
| Разработка рекламного проекта.   |  |                                       |          |  |
| <b>УП.01.01 Учебная практика. Практические основы разработки и создания дизайна рекламного продукта.</b> |  | <b>72</b>                             | <b>1</b> |  |



|   |            |     |
|---|------------|-----|
| <b>Виды работ:</b><br>Знакомство с основными принципами создания и разработки рекламной продукции   |            |     |
| <b>ПП.01.01 Производственная практика. Разработка и создание дизайна рекламного продукта.</b><br><b>Виды работ:</b><br>Знакомство с основными принципами создания и разработки рекламной продукции<br>Знакомство с основными принципами художественного эскизирования<br>Знакомство с основными принципами выбора изобразительных средств<br>Знакомство с основными принципами разработки авторских рекламных проектов<br>Знакомство с основными принципами копирайтинга<br>Знакомство с основными принципами оформления рекламных оформлений<br>Знакомство с основными принципами создания визуальных образов с рекламными функциями | <b>108</b> | 1,2 |
| <b>Всего</b>  | <b>674</b> |     |

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

1. – ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
2. – репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством)
3. – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач)

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

##### **4.1. Материально-техническое обеспечение**

Реализация программы дисциплины требует наличия учебных кабинетов проектирования рекламного продукта, шрифтовой и художественной графики; Фотолаборатории, фотостудии.

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета:

- учебные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- комплект учебно-методической документации;
- учебные фильмы/презентации/плакаты по разделам дисциплин.
- мольберты, дневное освещение, реквизит, драпировки, предметы, гипсовые элементы, литература по искусству, копии работ художников

Оборудование лаборатории и рабочих мест лаборатории: фото-принтер,, проектор, экран, доска информационная, колонки, вспышка, ресивер, стойка студийная, зонт студийный, софтбокс, штатив, фон студийный бумажный.

Аудитории для проведения занятий лекционного типа. Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор View Sonic; ПК (i5/4Gb/HDD 1Tb); экран настенный с электроприводом CS 244\*244; акустическая система BEHRINGER B115D, микшер UB 1204 FX, микрофон B-1. Программное обеспечение: WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdm; OfficeSTd 2013 RUS OLP NL Acdmc; Неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite Комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite; СПС «ГАРАНТ- Образование».

Аудитории для проведения занятий семинарского типа, текущего контроля и промежуточной аттестации. Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор BenQ, экран настенный CS 244\*244; переносной ноутбук 15\*Packard Bell. Программное обеспечение: WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdm; OfficeSTd 2013 RUS OLP NL Acdmc; Неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite Комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite; СПС «ГАРАНТ- Образование».

Аудитории для самостоятельной работы студентов. Используются компьютерные классы: ауд. 115 (Воронеж, ул. Хользунова, 40-а). Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор BenQ MX511; экран настенный CS 244\*244; интерактивная доска Promethean, ПК (i5/4Gb/HDD 1Tb) (11 шт.); ауд. 126 (Воронеж, ул. Хользунова, 40-а). Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор BenQ MX511; ПК (Razer 5/4Gb/1Tb) (10 шт.); экран настенный CS 244\*244, интерактивная доска Promethean.

Программное обеспечение: WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdm; OfficeSTd 2013 RUS OLP NL Acdmc; Неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite Комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite; СПС «ГАРАНТ- Образование».

## 4.2. Информационное обеспечение обучения

### Перечень учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

При реализации дисциплины используются различные типы лекций (вводная, обзорная и т.д.), семинарские задания (проблемные, дискуссионные и т.д.), применяются дистанционные образовательные технологии в части освоения лекционного и практического материала, проведения текущей аттестации, самостоятельной работы по дисциплине или отдельным ее разделам и т.д.

#### Основные источники:

1. Артамонов, Д. С. История рекламы и PR : учебное пособие / Д. С. Артамонов. — Саратов : СГУ, 2019. — 80 с. — ISBN 978-5-292-04610-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/148897>
2. История дизайна [Электронный ресурс] : учебно-методическое пособие : [для студентов направлений "Издательское дело", "Искусства и гуманитарные науки", специалистов в области дизайна и всех, интересующихся историей искусства и дизайна] / Воронеж. гос. ун-т ; сост. О.В. Позднякова .— Электрон. текстовые дан. — Воронеж : Издательский дом ВГУ, 2019 .— Загл. с титул. экрана .— Свободный доступ из интрасети ВГУ .— Текстовый файл .— <URL:<http://www.lib.vsu.ru/elib/texts/method/vsu/m19-162.pdf>>.
3. Поляков В.А. Основы рекламы / В.А.Поляков ; Васильева Г.А. — Москва : Юнити-Дана, 2015.— 719 с.— ISBN 5-238-01059-1.— URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114432>

#### Дополнительные источники:

1. Витале Дж. Гипнотические рекламные тексты: как искушать и убеждать клиентов одними словами = Hypnotic writing. How to Seduce and Persuade Customers with Only Your Words / Джо Витале ; [пер. с англ. А.В. Гарбарук] .— Москва : Альпина Бизнес Букс, 2012 .— 271 с.
2. Протасов Д. Н. Основной закон рекламы. Язык лозунгов - язык успеха! / Дмитрий Протасов .— Москва : Центрполиграф, 2012 .— 155, [1] с
3. Рекламный дискурс и рекламный текст : коллективная монография / [под ред. Т.Н. Колокольцевой] .— 2-е изд., стер. — Москва : Флинта : Наука, 2013 .— 292, [3] с.
4. Бердышев С. Н. Эффективная наружная реклама : практическое пособие / С.Н. Бердышев .— 2-е изд. — М. : Дашков и Ко, 2012 .— 130, [1] с
5. Годин А.А. Интернет-реклама : учебное пособие / А.А. Годин, А.М. Годин, В.М. Комаров .— 2-е изд. — М. : Дашков и Ко, 2012 .— 167, [1] с.
6. Реклама в СМИ / [ред. Г.Ю. Арапова ; авт.-сост.: С.И. Кузеванова и др.] .— 2-е изд., испр. и доп. — Воронеж : Элист, 2012 .— 129, [1] с.
7. Деникин А.А. Звуковой дизайн в видеоиграх. Технологии «игрового» аудио для непрограммистов: учебное пособие
8. Левкина А.В. Фотодело. - ИНФРА-М. - М. : Альфа-М, 2013.
9. Крылов А.П. Фотомонтаж = Пособие для фотохудожников. - М. : КУРС,ИНФРА- М, 2013. - 80 с.

10. Шнейдеров В.С. Фотография, реклама, дизайн на компьютере : Самоучитель. - СПб. : Питер, 2011. 5. Рекламная деятельность. / Под ред. В.Д. Секерина. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014

#### **Интернет-ресурсы:**

1. Художественное проектирование рекламного продукта  
<https://edu.vsu.ru/enrol/index.php?id=8312>
2. Разработка творческой концепции рекламного продукта  
<https://edu.vsu.ru/user/view.php?id=65456&course=8154>
3. Язык рекламы <https://edu.vsu.ru/enrol/index.php?id=11697>
4. Основы композиции и изобразительные средства фотографии  
<https://edu.vsu.ru/enrol/index.php?id=13580>
5. Фотодизайн и техника фотографии  
<https://edu.vsu.ru/enrol/index.php?id=11027>

### **4.3. Организация образовательного процесса**

В учебном процессе при проведении занятий по междисциплинарным курсам профессионального модуля, помимо теоретического обучения широко используются активные и интерактивные формы обучения. В сочетании с внеаудиторной самостоятельной работой это способствует формированию и развитию общих и профессиональных компетенций обучающихся.

Дисциплины и модули, для которых освоение данного профессионального модуля необходимо как предшествующее: ОП.01 Рисунок с основами перспективы, ОП.02 Живопись с основами цветоведения, ОП.06 Сервисная деятельность, ОП.08 Документационное обеспечение управления, ОП.09 Социология рекламной деятельности.

### **4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса**

Требования к квалификации педагогических (инженерно-педагогических) кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу (курсам): Реализация ППССЗ по специальности 42.02.01 Реклама обеспечивается педагогическими кадрами, имеющими высшее образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины (модуля).

У преподавателей, отвечающих за освоение обучающимися профессионального учебного цикла, имеется опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы.

Преподаватели получают дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой:

Преподаватели имеют высшее образование, соответствующее профилю профессионального модуля.

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

Контроль и оценка результатов освоения МДК осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий и лабораторных

работ, контрольных работ, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, исследований.

Итоговый контроль по профессиональному модулю - экзамен (квалификационный).

### Критерии оценки результата итогового контроля по итогам освоения МДК:

- **отлично:** знание основного материала дисциплины, умение самостоятельно использовать его для решения прикладных задач, успешное выполнение тестов;
- **хорошо:** знание большей части материала дисциплины и методов его использования, умение решать типовые задачи, успешное выполнение тестов;
- **удовлетворительно:** наличие представления об основных положениях материала дисциплины, умение использовать его для решения простейших задач, неполное выполнение тестов;
- **неудовлетворительно:** отсутствие практических навыков при слабом представлении о содержании дисциплины, невыполнение тестов.

**Зачтено:** выполненные в срок все намеченные объёмы работ и программа практики, в том числе представленные к защите индивидуальные творческие задания;

**Не зачтено:** не выполненная программа практики.

| Результаты<br>(освоенные профессиональные и<br>общие компетенции)  | Основные показатели оценки результата   |
|--|---|
| <p>ПК-1.1 Осуществлять поиск рекламных идей.</p> <p>ОК-2 Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.</p> <p>ОК-4 Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.</p> <p>ОК-5 Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.</p> <p>ОК-9 Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.</p> | <p>Самостоятельное осуществление поиска рекламных идей, используя методы психологического воздействия на потребителя.</p> <p>Организация собственной деятельности для осуществления рекламной идеи, проведение оценки эффективности собственной деятельности, используя методы проектирования рекламного продукта, имея практический опыт создания визуального образа с рекламными функциями.</p> <p>Умелое использование информационно-коммуникативных технологий для поиска информации при реализации рекламной идеи.</p> <p>Ориентация в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.</p> |
| <p>ПК-1.2 Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.</p> <p>ОК-2 Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения</p>   | <p>Успешное выполнение художественного эскиза и применение оптимальных изобразительных средств рекламы при осуществлении рекламной идеи, используя выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы.</p>  |

|   |   |
|---|---|
| <p>профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.</p> <p>ОК-4 Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личного развития.</p> <p>ОК-5 Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.</p> <p>ОК-9 Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.</p>  | <p>Самостоятельный выбор методов и способов эскизирования для осуществления рекламной идеи, используя различные информационно-коммуникативные технологии.</p> <p>Осуществление поиска и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личного роста.</p> <p>Ориентация в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.</p>  |
| <p>ПК-1.3 Разрабатывать авторские рекламные проекты.</p> <p>ОК-2 Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.</p> <p>ОК-4 Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личного развития.</p> <p>ОК-5 Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.</p> <p>ОК-9 Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.</p>          | <p>Грамотная разработка авторского рекламного проекта, разрабатывая композиционное решение рекламного продукта, выбирая художественную форму реализации рекламной идеи, используя информационно-коммуникативные технологии.</p> <p>Поиск информации и использование информационно-коммуникативных технологий при выборе идеи для авторского рекламного проекта.</p> <p>Организация собственной деятельности и выбор типовых методов и способов разработки авторского рекламного проекта, оценивая его эффективность и качество, используя основные приемы и принципы составления рекламного текста.</p> <p>Ориентация в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.</p> |
| <p>ПК-1.4 Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.</p> <p>ОК-2 Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.</p> <p>ОК-4 Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личного развития.</p> <p>ОК-5 Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.</p> <p>ОК-9 Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.</p> | <p>Грамотное составление и оформление текстов рекламных объявлений, используя приемы и принципы составления рекламного текста.</p> <p>Использование информационно-коммуникативных технологий при составлении и оформлении текстов рекламных объявлений.</p> <p>Осуществление поиска и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, в частности при создании рекламного продукта.</p> <p>Ориентация в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.</p>   |
| <p>ПК-1.5 Создавать визуальные образы с рекламными функциями.</p> <p>ОК-2 Организовывать собственную</p>  | <p>Создание визуального образа с рекламными функциями, используя выразительные и художественно-</p>   |

|   |  |
|---|--|
| <p>деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.</p> <p>ОК-4 Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.</p> <p>ОК-5 Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.</p> <p>ОК-9 Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.</p> | <p>изобразительные средства при моделировании рекламы, композицию, шрифтовую и художественную графику в рекламе.</p> <p>Самостоятельный выбор методов и способов при создании визуального образа.</p> <p>Осуществление поиска информации и использование информационно-коммуникативных технологий при создании визуального образа.</p> <p>Ориентация в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.</p> |
| <p>ОК-1 Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.</p>  | <p>Самостоятельный выбор студента своей будущей профессии в сфере журналистики, проявление к ней устойчивого интереса.</p> <p>Верное определение задач будущей профессии и методов их осуществления.</p>   |
| <p>ОК-3 Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.</p>   | <p>Быстрая оценка стандартных и нестандартных ситуаций.</p> <p>Самостоятельное осуществление действий для решения различных ситуаций.</p> <p>Проявление ответственности за свои действия в различных ситуациях.</p>  |
| <p>ОК-6 Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.</p> <p>ОК-7 Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.</p>  | <p>Успешная работа в коллективе и команде.</p> <p>Правильная постановка задач и их оценка при общении с коллегами, руководством, потребителями.</p> <p>Проявление ответственности за действия членов команды (подчиненных).</p> <p>Проявление ответственности за результат выполнения задания.</p>   |
| <p>ОК-8 Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.</p>   | <p>Корректное определение задач профессионального и личностного развития.</p> <p>Самостоятельное изучение новых направлений и инноваций в профессии.</p> <p>Проявление желания повысить свою квалификацию.</p>   |
| <p>ОК-10 Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.</p>   | <p>Успешное владение основами предпринимательской деятельности и применение этих основ в профессиональной деятельности.</p>  |
| <p>ОК-11 Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.</p>  | <p>Корректное проявление экологической, информационной и коммуникативной культуры, базовых основ общения на иностранном языке.</p>   |