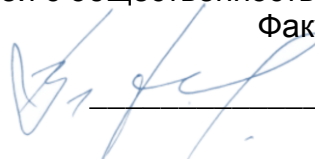


МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

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

 д.ф.н., Тулупов В.В.

28.06.2021 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: 2022 - 2023

Семестр(ы): 3-4

Рекомендована: НМС факультета журналистики

(Наименование рекомендующей структуры)

протокол от 20.05.2021 № 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. – преп. 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 МОДУЛЯ	17
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ 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 <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 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 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
	Всего:	674	327	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	Содержание	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			
	Практические занятия: Выполнить в заданном размере графическими средствами текстурные «пятна» на свой выбор (8шт.). При выполнении задания на всей плоскости квадрата необходимо сохранять размер повторяемых элементов и расстояния между ними.		
Тема 1.2. Выявление объёма линией	Содержание	6	1,2
	1. Применение линии в композиции для выявления объема		
	2. Варианты графического исполнения		
	3. Методы максимальной выразительности объема в композиции		
	Практические занятия: 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	Содержание	6	1,2
	1.Линия как средство выразительности формальной композиции		
	2.Законы композиции и варианты применения		
	3.Закономерности выполнения (разнообразие средств выразительности)		
	Практические занятия: 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.		
Тема 1.4. Средства выразительности в композиции – графическое пятно.	Содержание	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)		
Практические занятия: Выполнить в заданном размере графическими средствами мини-композиции с повтором силуэта рисунка (буква), но с разным его графическим насыщением. Задание выполняется линией			
Тема 1.5. Мини-композиции	Содержание	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		
Практические занятия: Контрольная работа 1. 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.			
Тема 1.6. Буква-знак	Содержание	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		
Практические занятия: Контрольная работа 2. 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).			
Тема 1.7. Стилизация	Содержание	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>Практические занятия: Контрольная работа 3. 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): 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); 2) деревья и кустарники: ель (фронтальное изображение), дерево (кустарник), (фронтальное изображение или вид сверху). Задание выполняется линией.</p>		
Тема 1.8. Структурная пластика	<p>Содержание</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>Практические занятия: Контрольная работа 4. 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
Тема 1.9. Слово-образ	<p>Содержание</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>Практические занятия: Контрольная работа 5. Выполнить в заданном размере варианты графического решения слова (название предмета в его буквенном написании) с сохранением силуэта слова и образа изображаемого предмета. 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>Внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа при изучении раздела 1.</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
Раздел 2. Изучение фотодизайна и техники фотографии		52	
МДК.01.05. Фотодизайн и техника фотографии		52	
Тема 2.1. Понятие фотодизайна.	Содержание.	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.		
Практические занятия: обсуждение темы			
Тема 2.2. История развития фотодизайна.	Содержание	4	1
	1. Предпосылки возникновения фотодизайна.		
	2. Фотодизайн: опыт Запада.		
	3. Специфика отечественной школы фотодизайна.		
Практические занятия: обсуждение темы, чтение докладов			
Тема 2.3. Устройство фотоаппарата.	Содержание	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.		
	Практические занятия: Наглядное обсуждение различных типов фотоаппаратов, преимуществ и недостатков, специфики работы.		
Тема 2.4. Основополагающие	Содержание	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.		
	Практические занятия: Изучение различных снимков Изучение устройства фотоаппарата Изучение режимов фотосъемки		
Тема 2.5. Технический арсенал фотографа.	Содержание	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.		
	Практические занятия: Изучение фотообъективов, насадок, оборудования для фотостудии. Проведение тестирования по темам 2.3-2.5.		
Тема 2.6. Подготовка фотографии к публикации.	Содержание	2	1,2
	1. Газетная, журнальная, фэшн- и интернет-фотография, полиграфия.		
	Практические занятия: отработка основных подходов к обработке снимков.		
Тема 2.7. Композиция.	Содержание	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.		
	Практические занятия: Изучение темы Выполнение фотографии, используя различные изобразительные средства		
Тема 2.8. Жанры фотографии.	Содержание	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.		
	Практические занятия: Изучение специфики работы фотографа Изучение различных жанров съемки		
Тема 2.9. Понятие этики.	Содержание	4	1
	1. Этическая составляющая работы фотодизайнера.		
	2. Документы, регулирующие этическую сторону деятельности фотографа.		
	3. Современные тенденции в области этики фотодизайнеров.		

	Практические занятия: Изучение документов Обсуждение темы		
Тема 2.10. Право и фотография.	Содержание	4	1
	1. Фотография как объект правовых отношений.		
	2. Авторское право на интеллектуальную собственность и фотография.		
	3. Правовое регулирование деятельности фотографа.		
	Практические занятия: обсуждение темы, чтение рефератов		
Внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа при изучении раздела 2: работа с литературой по истории фотодизайна отработка различных режимов фотосъемки работы со светофильтрами и насадками на объектив подготовки фотографии к публикации выполнение фотографий разных жанров подготовка докладов, сообщений по теме « Исторический аспект фотодизайна» подготовка рефератов подготовка серии фотоснимков подготовка к тестированию подготовка к дифференцированному зачету		20	2,3
Раздел 3. Изучение языка рекламы		72	
МДК.01.03 Язык рекламы		72	
Тема 3.1. Рекламный текст	Содержание	10	
	1. Рекламный текст в функционально-стилистическом аспекте.		1
	2. Стилеобразующие факторы рекламного стиля.		1
	3. Стилистика рекламы.		1
	4. Недостатки рекламных текстов.		1
	Практические занятия		
1. Определение рекламного стиля.	2		
1. Редактирование рекламного текста.	2		
Тема 3.2. Язык рекламы	Содержание	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
	Практические занятия		
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)		
Тема 3.3. Создание рекламного образа	Содержание	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
	Практические занятия		
	1. Просмотр рекламный роликов разных видов.		1
	2. Устный опрос по теме.		1
Тема 3.4. Композиционные блоки рекламы	Содержание	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
	Практические занятия		
	1. Обсуждения требований к слогану.		2
	2. Типы заголовков, привести примеры.		2
	2. Текущий контроль - тестирование	2	
Внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа при изучении раздела 3.		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.			
Раздел 4. Изучение методов художественного проектирования рекламного продукта		158	

МДК.01.01 Художественное проектирование рекламного продукта		158	
Тема 4.1 Фирменный стиль как элемент маркетинговых коммуникаций	Содержание	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
	Практические занятия		
	1. Модели восприятия рекламных обращений: AIDA, AIDMA, DAGMAR и др.		1,2
2. Основы психологии поведения потребителей.	1,2		
Тема 4.2. Товарный знак и логотип в системе фирменного стиля	Содержание	6	
	1. Фирменный стиль как фактор повышения запоминаемости рекламы.		1
	2. Выразительные возможности шрифтового изображения		1
	3. Электронные версии шрифтовых гарнитур	10	1
	Практические занятия		
	1. Принципы оформления рекламного текста: подбор шрифтов, верстка, цветовое решение.		1,2
Тема 4.3. Цвет и символ в системе фирменной символики	Содержание	6	
	1. Цвет в рекламе: функции, методика подбора		1
	Практические занятия	12	
	1. Композиция рекламы как способ привлечения и удержания внимания потребителя		1,2
	2. Групповое творческое задание: самопрезентация		1,2
Тема 4.4. Слоган как элемент фирменного стиля	Содержание	6	
	1. Слоган как элемент фирменного стиля		1
	Практические занятия	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
Тема 4.5. Основные носители элементов	Содержание	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	
	Практические занятия	14	
	1. Групповое творческое задание: круг Иттона		2,3
Тема 4.6. Шрифт как средство	Содержание	7	
	1. Шрифт как средство коммуникации		1

коммуникации	Практические занятия	14	2,3
	1. Групповое творческое задание: создание шрифтового рекламного плаката		
Внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа при изучении раздела 4		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>Самостоятельная работа по подготовке к дифференцированному зачету (в 7 семестре)</p>			
Раздел 5.		116	
Изучение основ разработки творческой концепции рекламного продукта			
МДК.01.02		116	
Разработка творческой концепции рекламного продукта			
Тема 5.1. Основы рекламной деятельности	Содержание	5	1
	1. Законы и правила рекламного творчества. Основная терминология рекламной деятельности.		
	2. Организация работы рекламного отдела.	7	2,3
	Практические занятия		
1. Разработка брифа и технического задания.	5	1	
2. Работа с клиентами во время создания продукта.			
Тема 5.2. Firmenный стиль	Содержание	5	1
	1. Константы фирменного стиля. Товарный знак, виды и свойства товарных знаков.		
	2. Слоган. Виды и свойства слоганов.		
	3. Понятие брендбука.	10	2
	Практические занятия		
	1. Firmenный шрифт, цвет, корпоративная легенда. Понятие фирменного блока.		
	2. Создание товарного знака.		
3. Создание слогана.	5	1	
Содержание			
1. Копирайтинг, рерайтинг. Понятие и виды. SEO-копирайтинг	10	2	
2. Искусство написания рекламных текстов.			
Тема 5.3. Создание рекламного продукта	Практические занятия	10	3
	1. Написание рекламных текстов.		
	2. Контрольная работа по изученной теме.		
Тема 5.4. Рекламная	Содержание	8	

кампания	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		
	Практические занятия		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			
Тема 5.5. Средства рекламы	Содержание	8			
	1. Средства рекламы. Общая характеристика.		1		
	2. Прямая почтовая реклама		1		
	3. Виды рекламы.		1		
	4. Мерчендайзинг.		1		
	Практические занятия		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				
	Внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа при изучении раздела 5		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.					
Тематика домашних заданий					
Изучение конспектов лекций.					
Разработка рекламного проекта.					
УП.01.01 Учебная практика. Практические основы разработки и создания дизайна рекламного продукта.		72	1		
Виды работ:					
Знакомство с основными принципами создания и разработки рекламной продукции					
ПП.01.01 Производственная практика. Разработка и создание дизайна рекламного продукта.		108	1,2		
Виды работ:					

Знакомство с основными принципами создания и разработки рекламной продукции		
Знакомство с основными принципами художественного эскизирования		
Знакомство с основными принципами выбора изобразительных средств		
Знакомство с основными принципами разработки авторских рекламных проектов		
Знакомство с основными принципами копирайтинга		
Знакомство с основными принципами оформления рекламных оформлений		
Знакомство с основными принципами создания визуальных образов с рекламными функциями		
Всего	674	

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 (освоенные профессиональные и 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. ОК-4 Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личного развития. ОК-5 Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности. 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. Осуществление поиска и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личного роста. Ориентация в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.</p>
<p>ПК-1.3 Разрабатывать авторские рекламные проекты. ОК-2 Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество. ОК-4 Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личного развития. ОК-5 Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности. 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. Поиск информации и использование информационно-коммуникативных технологий при выборе идеи для авторского рекламного проекта. 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. Ориентация в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.</p>
<p>ПК-1.4 Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений. ОК-2 Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество. ОК-4 Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личного развития. ОК-5 Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности. 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. Использование информационно-коммуникативных технологий при составлении и оформлении текстов рекламных объявлений. Осуществление поиска и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, в частности при создании рекламного продукта. Ориентация в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.</p>
<p>ПК-1.5 Создавать визуальные образы с рекламными функциями. 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>