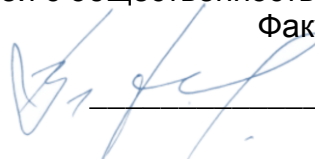


МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

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

 д.ф.н., Тулупов В.В.

20.06.2018 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: 2019 - 2020

Семестр(ы): 3-4

Рекомендована: НМС факультета журналистики

(Наименование рекомендующей структуры)

протокол от 30.05.2018 № 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 решений при создании рекламного продукта, услуги;
- разрабатывать композиционное решение рекламного продукта;
- использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы;
- составлять рекламные тексты;

знать:

- выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы;
- приемы и принципы составления рекламного текста;
- композицию, шрифтовую и художественную графику в рекламе;
- методы проектирования рекламного продукта;
- методы психологического воздействия на потребителя.

1.3. 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. Основопологающие	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
Тема 4.2. Товарный знак и логотип в системе фирменного стиля	2. Основы психологии поведения потребителей.	1,2	
	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	12	1
	Практические занятия		
	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	10	1
	Практические занятия		
	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	7	2,3	
Тема 4.6. Шрифт как средство			
1. Шрифт как средство коммуникации		1	

коммуникации	Практические занятия	14	
	1. Групповое творческое задание: создание шрифтового рекламного плаката		2,3
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>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>			
Тематика домашних заданий			
Курсовая работа на тему «Фирменный стиль афишы».			
Самостоятельная работа обучающихся над курсовой работой (проектом).			
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. Законы и правила рекламного творчества. Основная терминология рекламной деятельности.		1
	2. Организация работы рекламного отдела.		1
	Практические занятия	7	
	1. Разработка брифа и технического задания.		2,3
2. Работа с клиентами во время создания продукта.		2,3	
Тема 5.2. Фирменный стиль	Содержание	5	
	1. Константы фирменного стиля. Товарный знак, виды и свойства товарных знаков.		1
	2. Слоган. Виды и свойства слоганов.		1
	3. Понятие брендбука.		1
	Практические занятия	10	
	1. Фирменный шрифт, цвет, корпоративная легенда. Понятие фирменного блока.		2
	2. Создание товарного знака.		2,3
3. Создание слогана.	2,3		
Тема 5.3. Создание рекламного продукта	Содержание	5	
	1. Копирайтинг, рерайтинг. Понятие и виды. SEO-копирайтинг		1
	2. Искусство написания рекламных текстов.		1

	Практические занятия	10		
	1. Написание рекламных текстов.		2	
	2. Контрольная работа по изученной теме.		3	
Тема 5.4. Рекламная кампания	Содержание	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		
	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. 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	108	1,2
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. Трушина, Л. Е. История отечественной и зарубежной рекламы : учебник / Л. Е. Трушина. — Москва : Дашков и К, 2016. — 248 с. — ISBN 978-5-394-01087-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/93318> (дата обращения: 03.03.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2. Скрипачева, И. А. История возникновения дизайна : учебно-методическое пособие / И. А. Скрипачева. — Тольятти : ТГУ, 2018. — 100 с. — ISBN 978-5-8259-1261-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/139879>. — Режим доступа: для авториз. пользователей.
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 профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.</p> <p>ОК-4 Осуществлять поиск и использование информации,</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>Самостоятельный выбор методов и способов эскизирования для осуществления рекламной идеи, используя различные информационно-коммуникативные</p>

<p>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>технологии.</p> <p>Осуществление поиска и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного 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 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>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 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>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 деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.</p>	<p>Создание визуального образа с рекламными функциями, используя выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы, композицию, шрифтовую и художественную графику в рекламе.</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>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>