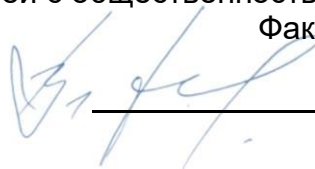


МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

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

 д.ф.н., Тулупов В.В.
18.04.2025 г.

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

ПМ.04 «Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений творческих материалов на основных рекламных носителях»

*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: 2027 - 2028

Семестр(ы): 5-6

Рекомендована: НМС факультета журналистики протокол от 17.04.2025 № 7

Составители программы:

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

Цуканова М.И. – пред. каф. связей с общественностью, рекламы и дизайна ВГУ

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

Чаплыгина Е.А. – преп. каф. связей с общественностью, рекламы и дизайна ВГУ

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	Стр. 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.04 «Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений творческих материалов на основных рекламных носителях»

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 21 июля 2023 г. № 552 "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.04 «Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений творческих материалов на основных рекламных носителях» и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.

ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.

ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.

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:

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

иметь практический опыт:

- создания рекламной фотографии;
- создания рекламного видео;
- разработки ключевых вербальных и визуальных сообщений;
- создания креативных решений и творческих материалов;
- работы с основными рекламными носителями;
- разработки дизайна и верстки рекламных материалов;
- работы с клиентами и понимания их потребностей;

уметь:

- создавать и обрабатывать фотографии в рекламных целях;
- снимать и монтировать рекламное видео;
- разрабатывать ключевые вербальные и визуальные сообщения;
- создавать креативные решения и творческие материалы;
- Умение работать с основными рекламными носителями;
- разрабатывать дизайн и верстку рекламных материалов;
- работать с клиентами и понимать их потребности;

знать:

- основы фото и видеосъемки. обработки изображений и монтажа;
- принципы создания ключевых вербальных и визуальных сообщений;
- методы разработки креативных решений и творческих материалов;
- основные рекламные носители и их особенности;
- принципы дизайна и верстки;
- основы психологии восприятия рекламы. методы психологического воздействия на потребителя.

1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение программы профессионального модуля:

всего – 627 часов, в том числе:

- максимальной учебной нагрузки обучающегося – 519 часа, включая:
- аудиторной учебной работы обучающегося – 390 часов (обязательных учебных занятий);
- внеаудиторной (самостоятельной) учебной работы обучающегося – 111 часов; учебной и производственной практики – 108 часов.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности ПМ.04 «Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений творческих материалов на основных рекламных носителях», в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код компетенции	Содержательная часть компетенции
ПК-4.1	Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.
ПК-4.2	Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.
ПК-4.3	Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.
ОК 01.	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;
ОК 02.	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;
ОК 03.	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;
ОК 04.	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;

ОК 05.	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;
ОК 06.	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения;
ОК 07.	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Тематический план профессионального модуля ПМ.04 «Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений творческих материалов на основных рекламных носителях»

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 если предусмотрена рассредоточенная практика)
			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-4.1-4.3	Раздел 1. Художественное проектирование рекламного продукта	125	96	96	-	17	-	-	-
ПК-4.1-4.3	Раздел 2. Техника и технология рекламной фотографии	86	74	74	-	12	-	-	-
ПК-4.1-4.3	Раздел 3. Техника и технология рекламного видео	86	60	48	-	26	-	-	-
ПК-4.1-4.3	Раздел 4. Рекламная полиграфия	54	44	26	-	10	-	-	-
ПК-4.1-4.3	Раздел 5. Наружная реклама	54	44	26	-	10	-	-	-
ПК-4.1-4.3	Учебная практика, часов	36	-	-	-	-	-	36	-
ПК-4.1-4.3	Производственная практика (по профилю специальности), часов	72							72
	Всего:	519	390	148	-	111	-	72	108

Содержание обучения по профессиональному модулю ПМ.04 «Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений творческих материалов на основных рекламных носителях»

3.1.

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы, внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	
Раздел 1. Художественное проектирование рекламного продукта			1,2
МДК 04.01. Художественное проектирование рекламного продукта			
Тема 1.1 Фирменный стиль как элемент маркетинговых коммуникаций	Содержание Практические занятия Рекламный продукт и рекламное обращение: определения понятий. Процесс разработки и производства рекламного продукта: основные стадии рекламного процесса. Творчество и креативность в реализации рекламного продукта Анализ и исследовательская деятельность в поиске идей	16	
Тема 1.2. Товарный знак и логотип в системе фирменного стиля	Содержание Практические занятия Фирменный стиль как фактор повышения запоминаемости рекламы. Композиция и основные приемы в разработке логотипа Масштабная сетка и компоновка на носителе Эскизирование и метод ассоциаций	16	2-3
	Контрольная работа Эскиз логотипа на заданную тему	2	3
Тема 1.3. Цвет и символ в системе фирменной символики	Содержание Практические занятия Цвет в рекламе: функции, методика подбора Цветовые законы Групповое творческое задание: круг Иттена 7 типов цветовых контрастов	16	2-3
	Контрольная работа Цвет в логотипе и товарном знаке	2	3

Тема 1.4. Слоган как элемент фирменного стиля	Содержание Практические занятия Слоган как элемент фирменного стиля Учет среды восприятия рекламы при разработке креатива.	16	2-3
	Контрольная работа Разработка слогана на заданную тему	2	3
Тема 1.5. Основные носители элементов	Содержание Практические занятия Товарный знак. Фирменная шрифтовая надпись (логотип). Фирменный лозунг (слоган). Фирменный цвет (цвета). Корпоративный герой. Другие фирменные константы.	16	2,3
	Контрольная работа Разработка корпоративного героя	4	3
Тема 1.6. Шрифт как средство коммуникации	Содержание Практические занятия Шрифт как средство коммуникации Выразительные возможности шрифтового изображения Электронные версии шрифтовых гарнитур Принципы оформления рекламного текста: подбор шрифтов, верстка, цветовое решение Групповое творческое задание: создание шрифтового рекламного плаката	16	2-3
	Внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа при изучении раздела 1 Ознакомление со средствами рекламы. Изучение лучших образцов рекламы из отечественного и зарубежного опыта. Изучение сновных шрифтов, применяемых в рекламе. Подготовка доклада по сочетаемости цветов в рекламных продуктах. Изучение «читабельности» шрифтов. Самостоятельная работа по подготовке к экзамену (в 6 семестре)	17	2-3
	Контрольная работа Применение шрифтов в различных видах рекламных продуктов	2	3
	Всего :	125	

РАЗДЕЛ 1 (5 сем.)	СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В РЕКЛАМНОЙ ФОТОГРАФИИ	4	
------------------------------------	---	----------	--

Тема 1.1	Содержание учебного материала	2	
	1 Роль и место дисциплины в системе среднего профессионального образования. 1. Фотография и бизнес. 2. Современные тенденции в фоторекламе.		1
	Лабораторные работы		

	Практические занятия			
	Контрольные работы			
	Самостоятельная работа обучающихся			
Тема 1.2	Содержание учебного материала		2	
	2	Этика и право в фотографии. 1. Законы и документы, регулирующие этическую сторону деятельности фотографа. 2. Современные тенденции в области этики рекламного фотографа и фотодизайнера.		1
	Лабораторные работы			
	Практические занятия			
	Контрольные работы			
	Самостоятельная работа обучающихся			
РАЗДЕЛ 2 (5 сем.)	ОСНОВЫ ФОТОКОМПОЗИЦИИ		8	
Тема 2.1	Содержание учебного материала		8	
	1	Основы фотокомпозиции 1. Понятие композиции в изобразительном искусстве. 2. Композиционный центр 3. Активные зоны внутри кадра 4. Планы.		2
	Лабораторные работы			
	Практические занятия			
	Контрольные работы			
	Самостоятельная работа обучающихся			
РАЗДЕЛ 3 (5 сем.)	ЖАНРЫ, НАПРАВЛЕНИЯ (ВИДЫ) РЕКЛАМНОЙ ФОТОГРАФИИ		26	
Тема 3.1	Содержание учебного материала		8	
	1	Жанры в изобразительном искусстве 1. Понятие жанра в изобразительном искусстве. 2. Портрет 3. Натюрморт 4. Пейзаж 5. Жанр		2
	Лабораторные работы			
	Практические занятия			
	Контрольные работы			
	Самостоятельная работа обучающихся			

Тема 3.2	Содержание учебного материала		18	2
	3	Жанры и направления (виды) рекламной фотографии. 1. Специфика работы рекламного фотографа в основных фотографических жанрах. 2. Предметная фотография и натюрморт 3. Фотопейзаж в рекламе. 4. Рекламный портрет. 5. Фешн-фотография. 6. Спортивная съемка. 7. Съемка животных. 8. Особенности съемки в технике «макро». 9. Съемка архитектуры и произведений искусства.		
	Лабораторные работы			
	Практические занятия			
	Контрольные работы			
	Самостоятельная работа обучающихся			

РАЗДЕЛ 4 (6 сем.)	КУЛЬТУРА И ФОТОГРАФИЯ. ФОТОКОМПОЗИЦИЯ	12	
------------------------------	--	-----------	--

Тема 4.1	Содержание учебного материала		2	
	1	Фотокомпозиция. 1. Признаки хорошей фотографии 2. Этапы создания художественного произведения. 3. Законы композиции 4. Композиционные формы		
	Лабораторные работы			
	Практические занятия			
	Контрольные работы			
	Самостоятельная работа обучающихся			

Тема 4.2	Содержание учебного материала		4	
	2	Средства выразительности в фотокомпозиции. 1. Изобразительные средства (средства выразительности). 2. Роль изобразительных средств в рекламной фотографии.		
	Лабораторные работы			
	Практические занятия			
	Контрольные работы			
	Самостоятельная работа обучающихся			

Тема 4.3	Содержание учебного материала		6	
	1	Проектная фотография в рекламе.		

	Лабораторные работы		
	Практические занятия		
	Контрольные работы		
	Самостоятельная работа обучающихся		
РАЗДЕЛ 5 (6 сем.)	ТЕХНИКА И ТЕХНОЛОГИЯ РЕКЛАМНОЙ ФОТОРАФИИ	24	
Тема 5.1	Содержание учебного материала	6	
	1 Роль креатива в фоторекламе		
	Лабораторные работы		
	Практические занятия		
	Контрольные работы		
	Самостоятельная работа обучающихся		
Тема 5.2	Содержание учебного материала	6	
	2 Создание образа в фоторекламе.		
	Лабораторные работы		
	Практические занятия		
	Контрольные работы		
	Самостоятельная работа обучающихся		
Тема 5.3	Содержание учебного материала	6	
	3 Разработка креативной идеи для рекламного снимка.		
	Лабораторные работы		
	Практические занятия		
	Контрольные работы		
	Самостоятельная работа обучающихся		
Тема 5.4	Содержание учебного материала	6	
	4 Классицизм и новаторство: грани разумного.		
	Лабораторные работы		
	Практические занятия		
	Контрольные работы		
	Самостоятельная работа обучающихся		
Тематика курсовой работы (проекта) <i>(если предусмотрены)</i>			
Самостоятельная работа обучающихся над курсовой работой (проектом) <i>(если предусмотрены)</i>		12	
Всего:		86	

Раздел 3. Техника и технология рекламного видео			ознакомительный
Тема 3.1.	Видеореклама: определение понятия и история развития	2	репродуктивный
Тема 3.2.	Видеозарисовка	-	
	Лабораторные работы	4	
	Самостоятельная работа обучающихся	4	
Тема 3.3	Классификация видеорекламы	2	
	Лабораторные работы	-	
	Самостоятельная работа обучающихся	-	
Тема 3.4	Видеореклама здорового образа жизни (Ролик ЗОЖ)	-	
	Лабораторные работы	4	
	Самостоятельная работа обучающихся	4	
Тема 3.5	Виды социальной рекламы и её заказчики	2	
	Лабораторные работы	-	
	Самостоятельная работа обучающихся	-	
Тема 3.6	Технологические разновидности видеорекламы	2	
	Лабораторные работы	-	
	Самостоятельная работа обучающихся	-	
Тема 3.7	Правовые основы размещения рекламы на телеканалах	2	
	Лабораторные работы	-	
	Самостоятельная работа обучающихся	-	
Тема 3.8	Реклама на местном телевидении	2	
	Лабораторные работы	-	
	Самостоятельная работа обучающихся	-	
Тема 3.9	Социальный видеоролик	-	
	Лабораторные работы	4	
	Самостоятельная работа обучающихся	6	
Тема 3.10	Эффективность телерекламы	-	
	Лабораторные работы	2	
	Самостоятельная работа обучающихся	-	
Тема 3.11	Разработка концепции рекламного видео	-	
	Лабораторные работы	2	
	Самостоятельная работа обучающихся	-	
Тема 3.12	Буктрейлер как разновидность рекламного творчества	-	
	Лабораторные работы	2	
	Самостоятельная работа обучающихся	6	
Тема 3.13	Композиция рекламного ролика	-	продуктивный
	Лабораторные работы	2	
	Самостоятельная работа обучающихся	-	

Тема 3.14	Подбор актеров для видеоролика	-	
	Лабораторные работы	2	
	Самостоятельная работа обучающихся	-	
Тема 3.15	Сценарий видеоролика	-	
	Лабораторные работы	2	
	Самостоятельная работа обучающихся	-	
Тема 3.16	Языковые особенности создания текстов	-	
	Лабораторные работы	2	
	Самостоятельная работа обучающихся	-	
Тема 3.17	Состав творческой группы	-	
	Лабораторные работы	2	
	Самостоятельная работа обучающихся	-	
Тема 3.18	Подготовка к съемке	-	
	Лабораторные работы	2	
	Самостоятельная работа обучающихся	-	
Тема 3.19	Рекламный ролик как средство борьбы с социальными проблемами (антикоррупционный ролик)	-	
	Лабораторные работы	2	
	Самостоятельная работа обучающихся	6	
Тема 3.20	Технологии работы с видеокамерой	-	
	Лабораторные работы	2	
	Самостоятельная работа обучающихся	-	
Тема 3.21	Масштабы видеокадров и их построение	-	
	Лабораторные работы	2	
	Самостоятельная работа обучающихся	-	
Тема 3.22	Драматургия кадра	-	
	Лабораторные работы	2	
	Самостоятельная работа обучающихся	-	
Тема 3.23	Разновидности видеомонтажа	-	
	Лабораторные работы	2	
	Самостоятельная работа обучающихся	-	
Тема 3.24	Правила монтажных переходов	-	
	Лабораторные работы	2	
	Самостоятельная работа обучающихся	-	
Тема 3.25	Голос диктора в видеоролике	-	
	Лабораторные работы	2	
	Самостоятельная работа обучающихся	-	
Тема 3.26	Работа с микрофоном в студии озвучивания	-	
	Лабораторные работы	2	
	Самостоятельная работа обучающихся	-	
Тема 3.27	Звуковое редактирование дикторского текста	-	
	Лабораторные работы	2	

	Самостоятельная работа обучающихся	-	
Тематика курсовой работы (проекта)		-	
Самостоятельная работа обучающихся над курсовой работой (проектом)		-	
Всего:		86	

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы, внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
Раздел 4. Рекламная полиграфия			
Тема 4.1. Полиграфические технологии как основа изготовления печатной рекламы	Содержание учебного материала Общие понятия о процессах изготовления печатной рекламы. Виды печатной рекламы. Общие сведения о современном состоянии печатной рекламы в России. Этапы конструирования печатной рекламы. Взаимосвязь рекламных агентств и полиграфических предприятий. Основные понятия о полиграфическом производстве: полиграфия, технологический и производственный процессы, полиграфическая промышленность, необходимые условия печатного размножения печатной рекламы. Суть полиграфического процесса Практические занятия Развернутая беседа с с разбором конкретных ситуаций	4 2 2	1-2
Тема 4.2 Способы печати	Содержание учебного материала Основы печатного процесса. Классификация видов и способов печати. Основные способы печати: высокая, плоская, глубокая, трафаретная. Печатные машины. Общие сведения о печатных машинах. Высокая печать, ее особенности, разновидности, перспективы использования. Флексографическая печать. Основные требования к качеству оттисков и их характерные особенности. Перспективы развития флексографической печати. Глубокая печать, ее особенности, разновидности, перспективы использования. Трафаретная печать, ее особенности, разновидности, перспективы использования. Трафаретные печатные формы и печатные машины. Особенности подготовительных операций и печатание тиража. Характеристика оттисков трафаретной печати. Области применения трафаретной печати. Ризография. Плоская печать, ее особенности, разновидности, перспективы использования. Печатные машины для офсетной печати. Особенности подготовительных операций и печатание тиража. Характеристика оттисков плоской печати. Области применения плоской печати. Практические занятия Дискуссия. Анализ конкретных ситуаций Консультирование и проверка	4 2 2	1-2
Тема 4.3 Допечатная подготовка	Содержание учебного материала Допечатная подготовка полиграфической продукции, ее основные этапы. Исходные материалы для создания оригинал-макетов. Оригиналы для конструирования печатной рекламы. Общая классификация оригиналов в полиграфии. Воспроизведение иллюстраций. Изобразительные оригиналы и их виды. Электронные изображения в качестве оригиналов для печатной рекламы. Цифровая фотография. Технические требования при приемке оригиналов в работу. Шрифты в	6 2	1-2

	полиграфии и печатной рекламе. Классификация шрифтов. Типографика. Воспроизведение текста. Издательские текстовые оригиналы, основная задача их полиграфического воспроизведения и требования, предъявляемые к полиграфическому воспроизведению текстов. Цвет в полиграфии. Общие понятия о цвете и синтезе цветов. Цветовое зрение. Общие понятия о синтезе цветов: субтрактивное и аддитивное цветовые пространства. Основные принципы полиграфического воспроизведения многоцветных оригиналов. Схема «идеального» трехкрасочного репродукционного процесса: фотографическое цветоделение, изготовление фотоформ и печатных форм, получение совмещенных многокрасочных изображений. Общие сведения о цветовых искажениях в многокрасочном репродукционном процессе. Особенности изготовления форм для многокрасочной печати. Изготовление цветоделенных фотоформ. Контроль цветоделенных фотоформ. Общие схемы изготовления цветоделенных печатных форм для флексографической, плоской офсетной и глубокой печати. Общие сведения о формах плоской офсетной печати. Краткие сведения из истории развития форм плоской печати. Разновидности форм плоской офсетной печати. Особенности изготовления фотоформ. Монометаллические офсетные пластины и их изготовление. Механизация и автоматизация технологии изготовления монометаллических форм. Перспективы развития технологии изготовления форм плоской офсетной печати. Система измерения в полиграфии.		
	Практические занятия Дискуссия. Анализ конкретных ситуаций Выступление с докладами	4	
Тема 4.4 Материалы, используемые в полиграфическом производстве.	Содержание учебного материала	4	1-2
	Основные и вспомогательные полиграфические материалы. Основные полиграфические материалы, входящие в состав готовой продукции: бумага, картон, краски, переплетные материалы. Классификация печатной бумаги. Технология производства бумаги. Свойства бумаги. Особенности использования различных видов бумаги для конструирования печатной рекламы. Печатные краски и лаки. Ткани и пластик.	2	
	Практические занятия Дискуссия. Анализ конкретных ситуаций. Выступление с докладами	2	
Тема 4.5 Послепечатная обработка. Брошюровочно-переплетные процессы	Содержание учебного материала	6	1-2
	Послепечатная обработка как этап конструирования печатной рекламы. Брошюровочно-переплетные процессы. Элементы книжных изданий. Рекламные возможности книжных изданий (полиграфические аспекты). Изготовление простых тетрадей. Фальцовка листов. Варианты фальцовки и их применение. Технология фальцовки. Классификация, типы форзацев и область их применения. Изготовление и присоединение форзацев к тетрадям или блоку. Изготовление и присоединение к тетрадям вклеек. Сравнительная характеристика видов вклеек. Изготовление и присоединение вклеек к тетрадям.	2	
	Практические занятия Дискуссия. Анализ конкретных ситуаций. Выступление с докладами	4	
Тема 4.6 Послепечатная отделка	Содержание учебного материала	8	1-2
	Отделка листовой полиграфической продукции. Лакирование оттисков. Способы получения лакового покрытия на оттисках. Припрессовка полимерной пленки. Тиснение и механические	4	

	способы отделки. Технология конгревного тиснения, тиснения полиграфической фольгой, комбинированного тиснения на бумаге и оттисках, биговки, перфорации, высечки.		
	Практические занятия Дискуссия. Анализ конкретных ситуаций. Выступление с докладами	4	
Тема 4.7 Особенности изготовления различных видов печатной рекламы	Содержание учебного материала	22	2-3
	Печатная реклама как вид печатной продукции. Особенности печатной рекламы по сравнению с традиционной печатной продукцией. Печатная реклама: варианты выбора способа печати и оптимальное полиграфическое решение. Характеристики и особенности изготовления отдельных видов печатной рекламы: листовая продукция, каталоги, брошюры. Большие форматы печатной рекламы. Технологические инструкции, технические условия и стандарты по процессам полиграфического воспроизведения и их назначение.	4	
	Практические занятия Прототипирование макета печатной рекламы. 3D/2D модель. Изготовление полиграфической продукции на заданную тему	8	
	Внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа при изучении раздела 1 Работа на заданную тему по прототипированию печатной рекламы	10	
	Всего:	54	
Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы, внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
Раздел 5. Наружная реклама			
Тема 5.1. Понятие наружной рекламы. Нормативно-правовое регулирование наружной рекламы.	Содержание учебного материала	4	1-2
	Понятие наружной рекламы, ее роль и основные функции. OutDoor (наружная реклама) в Законе РФ о рекламе. Стандарты в наружной рекламе. Региональные правила и кодексы размещения наружной рекламы.	2	
	Практические занятия Развернутая беседа с с разбором конкретных ситуаций	2	
Тема 5.2 Понятие и структура рынка наружной рекламы.	Содержание учебного материала	4	1-2
	Понятие рынка Outdoor –рекламы. Основные субъекты рынка Outdoor –рекламы. Объекты рынка Outdoor –рекламы. Основные тенденции развития рынка Outdoor –рекламы	2	
	Практические занятия Дискуссия. Анализ конкретных ситуаций Консультирование и проверка	2	
Тема 5.3 Современные виды носителей наружной	Содержание учебного материала	6	1-2
	Толедо в наружной рекламе и его экономическая целесообразность. Лайтпостер как эстетический объект. Штендер: преимущества и недостатки. Пилларс и его уникальные функции. Растяжка: от материалов к цветовым решениям. Для чего нужны брендмаузерные конструкции?	2	

рекламы. Преимущества и недостатки.	Призмавижен: устройство и стоимость. Маркизы в современных городах. Плюсы и минусы супер-сайтов		
	Практические занятия Дискуссия. Анализ конкретных ситуаций Выступление с докладами	4	
Тема 5.4 Наружная реклама и транспорт.	Содержание учебного материала	4	1-2
	Правила размещения наружной рекламы в метро. Особенности наружной рекламы в салонах автобусов. Басорамы на современном общественном транспорте: их эффективность. Виды рекламы на транспорте.	2	
	Практические занятия Дискуссия. Анализ конкретных ситуаций. Выступление с докладами	2	
Тема 5.5 Наружная реклама и культура.	Содержание учебного материала	6	1-2
	Применение литературных цитат и их имитаций в наружной рекламе. Использование репродукций работ известных живописцев в создании фона наружной рекламы. Светомузыка как нестандартное рекламное решение. К вопросу об авторских правах и ответственности за их несоблюдение. Наружная реклама в этическом аспекте	2	
	Практические занятия Дискуссия. Анализ конкретных ситуаций. Выступление с докладами	4	
Тема 5.6 Креативные методы работы с наружной рекламной продукцией.	Содержание учебного материала	8	1-2
	Использование света как элемента наружной рекламы. Возможности и принципы звукового оформления наружной рекламы. 3- и 4-D эффекты в современной рекламной продукции. Высокотехнологичные элементы наружной рекламы: от робототехники к нанотехнологиям.	4	
	Практические занятия Дискуссия. Анализ конкретных ситуаций. Выступление с докладами	4	
Тема 5.7 Практическая деятельность по созданию наружной рекламы.	Содержание учебного материала	22	2-3
	Менеджмент в сфере наружной рекламы. Правила создания рекламного макета. Трёхмерное моделирование элементов рекламы: применение 3D принтера. Колористика в области наружной рекламы. Основы композиции. Оформление витринной рекламы	4	
	Практические занятия Прототипирование макета наружной рекламы. 3D модель. Работа на заданную тему	8	
	Внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа при изучении раздела 1 Работа на заданную тему	10	
Всего:		54	

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: мульти-медиа проектор 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: мульти-медиа проектор 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. 118. [Воронеж, ул. Хользунова, 40-а](#) Компьютерный класс, помещение для самостоятельной работы: Специализированная мебель, мультимедиа-проектор BenQ, экран настенный CS 244*244; ПК (Intel/16Gb/HDD 1Tb) (10 шт), Тв 55" Haier WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdmc, OfficeSTD 2013 RUS OLP NL Acdmc, Неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite Комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite + Центр управления на 12 месяцев, 1400 ПК (Продление)

Ауд. 112. Воронеж, ул. Хользунова, 40-а Радиостудия Типовое оснащение, оборудование: мульти-медиа проектор BenQ MX511, экран настенный CS 244*244; ПК (Celeron/2Gb/HDD 500Gb) (10 шт.), микшерный пульт Behringer XENYX X

1832, усилитель АВК РА 3002, микрофоны студийные В-1 (2 шт.), мониторы студийные (колонки) M-Audio BX5 (1 комплект (2 шт.)), стойки микрофонные настенные (2 шт.), ручной рекордер (репортер) Zoom H-2, ручной рекордер (репортер) Zoom H-4, микрофон

Shure SM 58, микрофонBeyerdynamic;

Программное обеспечение: WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdmc; Office STD 2013 RUS OLP

Ауд. 132 Фотолаборатория: Специализированная мебель, компьютеры с возможностью подключения к сети "Интернет" (8 шт), проектор, экран, принтер Epson Stylus Photo R300, принтер Epson Stylus Photo R3000, колонки Luxeon (1 шт.), вспышка Falcon Eyes (3 шт.), ресивер Falcon Eyes (1 шт.), стойка студийная (3 шт.), зонт студийный (3 шт.), софт-бокс Falcon Eyes (1 шт.), штатив Manfrotto (1 шт.), фон студийный бумажный (3 шт.)

WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdmc, OfficeSTD 2013 RUS OLP NL Acdmc,

Неисключительные права ПО Dr. Web Enterprise Security Suite Комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite + Центр управления на 12 месяцев, 1400 ПК (Продление)

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. Веселова, Ю.В. Графический дизайн рекламы. Плакат : учебное пособие / Ю.В. Веселова, О.Г. Семёнов. - Новосибирск : НГТУ, 2012. - 104 с. - ISBN 978-5-7782- 2192-5; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=228990>
2. Костина А. В. Основы рекламы : [учеб. пособие для студ. вузов, обуч. по гуманит. спец.] / А. В. Костина, Э. Ф. Макаревич, О. И. Карпухин. - 4-е изд., испр. и доп. - М. : КноРус, 2012. - 401 с.
3. Макарова Т. В. Основы информационных технологий в рекламе : учеб. пособие для студ. вузов, обуч. по спец. 032401 "Реклама" / Макарова Т. В., Ткаченко О. Н., Капустина О. Г. ; под ред. Л. Д. Дмитриевой. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2014. - 271 с. (подробности) Тип записи: Текстовые материалы - Монография.
4. Овчинникова, Р.Ю. Дизайн в рекламе: основы графического проектирования : учебное пособие / Р.Ю. Овчинникова ; под ред. Л.М. Дмитриева. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 239 с. : ил. - ISBN 978-5-238-01525-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115010>
5. Наружная реклама / Сост. Н.В. Аниськина, Т.Б. Колышкина. - М.: Форум: НИЦ

ИНФРА-М,

2013. - 208 с.: 60х90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (о) ISBN 978-5-91134-788-8, 60экз.

6. Теория и практика рекламы и связей с общественностью : учебное пособие / под ред. В. В. Тулупова ; Воронежский государственный университет. – Воронеж : Издательский дом ВГУ, 2022. – 364 с.

7. Цуканова М.И. Технология выпуска учебной рекламной видеопродукции : Учебное пособие. – Воронеж : Факультет журналистики ВГУ, 2020. – 134 с.

Дополнительные источники:

1. Рекламный дискурс и рекламный текст : коллективная монография / [под ред. Т.Н. Колокольцевой] .— 2-е изд., стер. — Москва : Флинта : Наука, 2013 .— 292, [3] с.
2. Бердышев С. Н. Эффективная наружная реклама : практическое пособие / С.Н. Бердышев .— 2-е изд. — М. : Дашков и Ко, 2012 .— 130, [1] с
3. Левкина А.В. Фотодело. - ИНФРА-М. - М. : Альфа-М, 2013.
4. Крылов А.П. Фотомонтаж = Пособие для фотохудожников. - М. : КУРС, ИНФРА-М, 2013. - 80 с.
5. Колесникова В.В., Цуканова М.И. Основы телевизионной и радиорежиссуры : [учебное пособие] / В.В. Колесникова, М.И. Цуканова. — Воронеж : Факультет журналистики ВГУ, 2019 . 86 с. 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. Основы композиции и изобразительные средства фотографии_ <https://edu.vsu.ru/enrol/index.php?id=13580>
3. Техника и технология рекламной фотографии <https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=13454>
4. Официальный сайт Фотоконкурса «Самая красивая страна» - <https://photo.rgo.ru/>
5. Официальный сайт Союза фотохудожников России - <http://www.photounion.ru/news.php>
6. Официальный сайт Музейно-выставочного центра РОСФОТО - <https://rosphoto.org>

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: ОПЦ 1 Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе, ОПЦ 04 Рекламная деятельность, ОПЦ 6 История и теория дизайна, ОПЦ 7 Основы фотографии, ОПЦ 8 Компьютерная графика и мультимедиа, ПМ 03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий.

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
ОК 2 Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности; ОК 3 Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях; ОК 4 Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде; ОК 5 Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста; ОК 6 Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения; ОК 9 Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.	Планирование собственной работы в составе коллектива исполнителей, имея практический опыт планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта. Понимание сущности и социальной значимости своей будущей профессии, проявление к ней устойчивого интереса, зная аспекты планирования рекламы, классификацию целей менеджмента. Бесконфликтная работа в коллективе и команде, эффективное общение с коллегами, руководством, потребителями, применяя знания основных принципов работы организаций в условиях рыночной экономики, пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов. Проведение самоконтроля изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее, организовывая собственную деятельность, выбирая типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивая их эффективность и качество. Несение ответственности за себя и работу членов команды (подчинены), результат выполнения заданий, составляя планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта, при работе в СМИ, при проведении презентации рекламного продукта.

ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании. ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании. ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.	Самостоятельное осуществление поиска рекламных идей, используя методы психологического воздействия на потребителя. 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. Умелое использование информационно-коммуникативных технологий для поиска информации при реализации рекламной идеи. Ориентация в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности. Успешное выполнение художественного эскиза и применение оптимальных изобразительных средств рекламы при осуществлении рекламной идеи, используя выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы. Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.
---	--