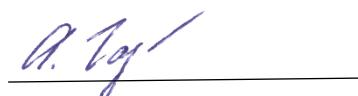


МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ ОМСКОЙ ОБЛАСТИ
бюджетное профессиональное образовательное учреждение Омской области
«Омский музыкально-педагогический колледж»

Утверждаю
Зам. директора по УР
Гаранина А.В.



«31» августа 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ.01. РАЗРАБОТКА И СОЗДАНИЕ ДИЗАЙНА РЕКЛАМНОЙ
ПРОДУКЦИИ

основной профессиональной образовательной программы

по специальности

42.02.01. Реклама

(базовой подготовки)

Омск 2021

Программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 12.05.2014 N 510.

Организация-разработчик: БПОУ Омской области «Омский музыкально-педагогический колледж»

Разработчики:

Гаранина А.В., зам. директора по научно-методической работе,
Могилев М.В., руководитель специальности реклама, преподаватель специальных дисциплин,
Киреева И. Н., преподаватель специальных дисциплин,

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	6
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	7
4 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ. 01 РАЗРАБОТКА И СОЗДАНИЕ ДИЗАЙНА РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ

1.1. Область применения программы

Программа профессионального модуля (далее программа) является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности **42.02.01. Реклама** в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): **Разработка и создание дизайна рекламной продукции** и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

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.

Программа профессионального модуля может быть использована как самостоятельная программа в дополнительном профессиональном образовании, при организации курсов повышения квалификации и профессиональной переподготовки работников по специальности Реклама и профессиональной подготовке работников по профессии 42.01.01.Агент рекламный. Уровень образования: основное общее, среднее (полное) общее, профессиональное образование. Опыт работы не требуется.

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 – **1138,5** часа, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – **940,5** часов, включая:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – **627** час;

самостоятельной работы обучающегося – **313,5** часов;

учебной практики – **198** часа.

Формы промежуточной аттестации:

МДК 01.01. Художественное проектирование рекламного продукта

4 сем - зачет,

6 сем - дифференцированный зачет,

МДК 01.02. Разработка творческой концепции рекламного продукта

4,6,8 сем - дифференцированный зачет

ПМ 8 сем – экзамен (квалификационный)

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности: **Разработка и создание дизайна рекламной продукции**, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями (по базовой подготовке):

Код	Наименование результата обучения
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.

В соответствии с программой воспитания освоение ПМ способствует достижению следующих личностных результатов: ЛР 1, ЛР 2, ЛР 3, ЛР 7, ЛР 8, ЛР 10, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 15

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Тематический план профессионального модуля

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля*	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика		
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная 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 1.2, ПК 1.3, ПК 1.5	Раздел 1. Осуществление художественного эскизирования и выбора оптимальных изобразительных средств рекламы	532,5	283	231		141,5		108	-	
ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.3, ПК 1.5	Раздел 2. Осуществление поиска и разработки творческой идеи с созданием образов с рекламными функциями	516	344	338	6	172			-	
	Производственная практика, часов (если предусмотрена итоговая (концентрированная) практика)	90								-
	Всего:	1138,5	627	569	6	313,5		108	-	

*Раздел профессионального модуля – часть программы профессионального модуля, которая характеризуется логической завершенностью и направлена на освоение одной или нескольких профессиональных компетенций. Раздел профессионального модуля может состоять из междисциплинарного курса или его части и соответствующих частей учебной и производственной практик. Наименование раздела профессионального модуля должно начинаться с отглагольного существительного и отражать совокупность осваиваемых компетенций, умений и знаний.

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ.01)

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работ (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения, формируемые ЛР
1	2	3	4
Раздел 1. Осуществление художественного эскизирования и выбора оптимальных изобразительных средств рекламы			
МДК 01.01 Художественное проектирование рекламного продукта			
Подраздел 1. Композиция в рекламе		159	ЛР 7, ЛР 8, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 15
Тема 1.1.1 Статичная композиция из модульных элементов	Содержание 3 семестр Композиция в дизайне рекламы. Модульные композиции по сетке Статика как композиционный приём. Графическая композиция из модульных элементов. Принципы создания абстрактного образа в композициях. Увеличение композиции по масштабной сетке. Выразительные средства композиции.	6	1,2,3
	Практические занятия Разработка и выполнение статичных, графических композиций по модульной сетке с последующим увеличением. (Пятно, оверлепинг, графические фактуры)		

Тема 1.1.2 Динамичная композиция из модульных элементов.	Содержание	6	
	Динамика композиционный приём. Графическая композиция из модульных элементов. Принципы создания абстрактного образа в композициях. Увеличение композиции по масштабной сетке.		1,2,3
	Практические занятия		
	Разработка и выполнение статичных, графических композиций по модульной сетке с последующим увеличением. (Пятно, оверлепинг, графические фактуры)		
Тема 1.1.3 Графическая композиция. Нюанс	Содержание	6	
	Цвет как выразительное средство композиции. Выразительные возможности цвета.		1
	Понятие нюанса в цветовых отношениях. Графическая композиция с нюансным цветовым сочетанием элементов.		1,2,3
	Практические занятия Построение графических композиций из геометрических форм в нюансном цветовом сочетании (холодные, теплые, смешанные цвета).		
Тема 1.1.4 Графическая композиция. Контраст.	Содержание	6	
	Понятие контраста в композиции. Виды контрастов в графическом изображении. Выразительные возможности контраста.		
	Графическая композиция с контрастным цветовым сочетанием элементов.		
	Практические занятия		
	Построение графических композиций из геометрических форм в контрастном цветовом сочетании (холодные, теплые, смешанные цвета)		
Тема 1.1.5 Пластика рельефных форм	Содержание	12	
	Бумагопластика. Основные термины и понятия. Свойства бумаги и техники работы с бумагой. Рельефная композиция из бумаги. Приёмы работы с бумагой. Пластическое моделирование рельефных форм. Основные виды рельефных форм: контррельеф, горельеф, профиль, изогнуто-прорезные и с накладными элементами. Понятие статической композиции. Рельефная композиция из бумаги. Приёмы передачи статики. Понятие динамической композиции. Рельефная композиция из бумаги. Приёмы передачи динамики.		1,2,3
	Практические занятия Выполнение образцов рельефных форм на выявление пластического характера. Размер 10*10 см. (12 шт)		

Тема 1.23 Цветовая моделировка рельефной формы. Статика	Содержание 4 семестр	12	
	Цвет как выразительное средство графической композиции. Приемы работы с цветом в графике. Основные виды цветовых гармоничных построений. Приёмы создания художественного образа в графике. Роль цвета в создании художественного образа. Статика в композиции.		1,2 1,2 1,2 1,2,3
	Практические занятия		
	Выполнение образцов рельефных форм на выявление пластического характера, передачу статики и динамики.		
Тема 1.24 Цветовая моделировка рельефной формы. Динамика	Содержание	12	
	Цвет как выразительное средство графической композиции. Приемы работы с цветом в графике. Основные виды цветовых гармоничных построений. Приёмы создания художественного образа в графике. Роль цвета в создании художественного образа. Динамика в композиции.		
	Практические занятия		
	Разработка и выполнение композиций с применением рельефных и графических форм. Размер 15*15 см.		
Тема 1.25 Графическая композиция	Содержание	12	
	Основные виды цветовых гармоничных построений. Эмоциональное воздействие цвета на человека. Приёмы создания художественного образа в графике. Роль цвета в создании художественного образа.		1 1,2 1,2,3
	Практические занятия		
	Разработка и выполнение серии графических композиций с выражением определенного художественного образа. Формат А5, 16 шт.		
Тема 1.26 Пластическая моделировка куба с помощью прорезей	Содержание	12	
	Приёмы моделировки объёмно-пространственных геометрических поверхностей из бумаги. Понятие развёртки. Приёмы выполнения развёрток геометрических поверхностей. Прорезывание как способ декорирования поверхности бумаги. Создание различных образов, путем художественного оформления поверхности куба с помощью прорезей.		1 1,2 1,2 1,2,3

	Практические занятия Декоративное образное оформление поверхности бумажной модели куба. На развертке куба выполняется рисунок с последующим выполнением прорезей. Куб с размером стороны 15*15.		
Тема 1.27 Композиция с использованием цвета и шрифтовых элементов	Содержание 5 семестр	12	
	Шрифт как графический объект. Шрифт как компонент формальной графической композиции. Тон и тональные отношения как средство композиции. Тональные отношения в графической композиции. Приёмы построения композиции с использованием графических средств и шрифтовых элементов. Статическая композиция. Динамическая композиция.		1 1 1,2,3
	Практические занятия Разработка и создание композиции, с использованием пластических, графических средства и шрифтовых элементов в комбинированной технике. Размер: А3.		
Тема 1.28 Пространственная композиция	Содержание	12	
	Графические и пластические средства создания пространственной композиции. Пространственная композиция с ярко выраженным композиционным центром.		1 1,2,3
	Практические занятия Разработка и выполнение пространственной композиции, в которой с помощью цветовых, шрифтовых акцентов и пластических элементов создается глубина пространства.		
Тема 1.29 Пластическая композиция	Содержание	12	
	Пластические средства создания пространственной композиции. Пластическая композиция в неглубоком пространстве с использованием разных графических средств.		
	Практические занятия Разработка и выполнение композиции, в которой с помощью цветовых, шрифтовых акцентов и пластических элементов создается глубина пространства. Формат А2.		
Тема 1.30 Пластика шрифта	Содержание 6 семестр	12	
	Приёмы выполнения отдельных объёмных пластических букв. Приёмы разработки и создания шрифтовых композиций из объёмных элементов.		1,2 1,2,3
	Практические занятия Выполнение шрифтовых композиций, используя различные пластические способы решения объёмной формы.		
Тема 1.31	Содержание	12	

Логотип.	Понятие логотипа. Логотип как графический символ.		1
	Объёмно-пластическая трактовка логотипа.		1
	Приёмы выполнения объёмной пластической формы логотипа.		1,2,3
	Практические занятия		
	Пластическая разработка и выполнение в материале графического знака (логотипа) с помощью композиционных средств: тона, цвета, рельефа, объема.		
Тема 1.32 Проект витрины и наружной рекламы	Содержание	15	
	Понятие витрины как вида наружной рекламы. Функции витрины.		1
	Понятие вывески как вида наружной рекламы. Функции вывески.		1
	Этапы разработки проекта витрины и вывески.		1,2
	Требования, предъявляемые к оформлению витрин и вывесок фирменных магазинов.		1,2
	Технические приёмы выполнения макетов витрины и вывески.		1,2,3
Практические занятия			
	Разработка и выполнение макета витрины с вывеской. Соблюдение главных требований: образность, яркость, пластичность, лаконичность и масштабность решения.		
Учебная практика по разделу 1. Пленэр.		72	
Виды работ: инструктаж по технике безопасности при работе на пленэре; участие в экскурсиях по изучению пейзажа и архитектурных объектов; наблюдение и анализ объектов природы и архитектурной среды; рисование с натуры на пленэре; выполнение живописных этюдов с натуры на пленэре; выполнение этюдов с натуры в закрытом пространстве; инструктаж по технике безопасности при работе с оборудованием, инструментами и материалами; участие в экскурсиях по изучению процесса разработки рекламы; просмотр учебных фильмов наблюдение и анализ объектов рекламы; разработка и создание эскизных проектов рекламного продукта; разработка и создание макетов объектов наружной рекламы.			
Подраздел 2. Основы современного шрифта		72	ЛР 7, ЛР 8, ЛР 10, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 15
Тема 2.1.1.	Содержание	6	

Шрифтовая графика в рекламе	1. Знакомство с историей шрифта. Закономерности возникновения шрифтовой графики и культуры Теоретические основы шрифтовой графики . Понятие шрифтовой графики. История возникновения шрифта. Использование шрифтовой графики в рекламе. закономерность возникновения шрифтовой культуры. Исторические предпосылки возникновения шрифта. История развития и изменения шрифта в зависимости от эпохи среды. Название шрифтов, страны, в которых они появились и время возникновения	2	
	2. Возникновение шрифтов, классификация, виды, техника , пропорции теоретические основы шрифтовой графики. Классификация и техника выполнения шрифтов различных начертаний (перо, кисть, трафарет, рисунок). Различие между видами шрифтов. Составление пропорции шрифта.	4	
	3. Способы написания шрифтов. Композиция надписи. Цвет в надписи Основные приемы начертания графем. Приемы начертания графем. Способы написания шрифтов (теоретически). Цвета в надписи. Композиция надписи (теоретически). Правильное расположение надписи на листе любого формата, композиция надписи. Цветовое решение надписи.	4	
Тема 2.1.2 Техника выполнения шрифтов различных начертаний	Содержание	4	
	Понятие техники. Техники выполнения шрифтов различных начертаний		
Тема 2.1.3. Рубленый шрифт	Содержание	16	
	1. Учебный рубленый шрифт. Упражнения в написании Основные характеристики шрифта. Приемы написания шрифта. Ритмический строй шрифта. Основные закономерности. Разметка шрифта в строке и выполнение гармоничного размещения всей фразы «жить хорошо». Владение техникой работы плакатным пером. Выполнение сложных по технике начертаний букв.	4	
	2. Выполнение алфавита учебного рубленого шрифта. Выполнение разметки шрифта. Отработка техники работы плакатным пером. Выполнение сложных по технике начертаний букв.	4	
	3. Наклонный рубленый шрифт. Упражнение в написании. Особенности написания наклонного шрифта	4	
	4. Выполнение наклонного рубленого шрифта	4	
Тема 2.1.4. Выполнение объявления	Содержание	4	
	1. Приемы выполнения объявления. Упражнение		
	2. Работа по выполнению объявления		

Тема 2.1.5 Итальянский шрифт	Содержание	8	
	1. Тема итальянский шрифт. Упражнение в написании Основные характеристики шрифта. Приемы написания шрифта. Ритмический строй шрифта. Основные закономерности	4	
	2. Выполнение алфавита итальянского шрифта	4	
Тема 2.1.6 Вырезной шрифт	Содержание	8	
	1. Вырезной шрифт. Упражнение в технике выполнения Основные характеристики шрифта. Приемы написания шрифта. Ритмический строй шрифта. Основные закономерности	4	
	2. Вырезной шрифт. Рекламное объявление	4	
Тема 2.1.7 Шрифт «Рондо»	Содержание	16	
	1. Шрифт «Рондо прямой». Упражнение в написании Основные характеристики шрифта. Приемы написания шрифта.	4	
	2. Шрифт «Рондо прямой». Выполнение алфавита	4	
	3. Шрифт «Рондо наклонный». Упражнение в написании Отличительные особенности наклонного шрифта от прямого. Техника выполнения	4	
	4. Шрифт «Рондо наклонный». Выполнение алфавита	4	
Тема 2.1.8 Шрифт «Жетон». Способы выполнения. Упражнения	Содержание	6	
	Основные характеристики шрифта. Приемы написания шрифта. Ритмический строй шрифта. Основные закономерности		
Подраздел 2 Рекламный текст		52	ЛР 1, ЛР 2, ЛР 3, ЛР 7, ЛР 8, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 15
Тема 1.22 Понятие рекламного обращения	Содержание	10	1,2
	Рекламное обращение форма коммуникации. Цели, задачи и функции рекламного обращения Содержание рекламного текста “ad rem”, “ad hominem”, “ad populum”. Где черпать идеи? Виды и формы рекламного сообщения. Особенности современного языка рекламных сообщений. Составляющие рекламного сообщения.		

Тема 1.23 Язык рекламы	Содержание	6	1,2
	Понятие языка рекламы Классификация рекламных текстов. Понятие слогана. Функции рекламных слоганов. Теория уникального торгового предложения (УТП)		
Тема 1.24 Выразительные и художественно-изобразительные средства речи в рекламе	Содержание	10	1,2
	Богатство языка. Тропы Речевые фигуры в рекламном тексте. Архаизмы и неологизмы в рекламном тексте. Рифмы в рекламе Логика и аргументация в рекламном тексте. Художественные средства в рекламном тексте.		
Тема 1.25 Понятие рекламного текста	Содержание	6	1,2
	Виды и формы рекламного текста. Классификация по целям и содержанию. Расширенный рекламный текст Малые жанры в рекламе Рекламные объявления. Приёмы создания и правила разработки. Основные ошибки при создании рекламного текста		
Тема 1.26 Семиотика и стилистика рекламы	Содержание	8	1,2
	Понятие “знака” в рекламе. Вербальный знак. Синтаксис и фоносемантика рекламного текста. Стили речи. Стилистика в рекламе. Стилиевые принципы рекламы. Специфика стилей рекламы. Стандартные приемы (фишки) в рекламных текстах		
Тема 1.27 Специфика языка современной радио- и телерекламы	Содержание	12	1,2
	Каналы распространения рекламных сообщений. Типовые и нестандартные носители рекламы. Современная радио и телереклама. Психолингвистические особенности рекламных текстов. Создание малых и больших рекламных текстов для радио. Стилистические особенности рекламного текста для телевидения. Тексты интернет-рекламы. Прямая почтовая рассылка. Особенности содержания рекламных текстов. Культурологическая и психологическая экспертиза рекламного текста. Художественная ценность рекламного текста		
Самостоятельная работа при изучении Раздела 2		141,5	

<p>Анализ объектов рекламы. Исследование и анализ содержания и оформления рекламных продуктов. Выполнение исследовательских заданий по прикладным вопросам психологии в рекламе. Составление схем и таблиц согласно содержанию тем. Выполнение дополнительных творческих вариантов композиций по заданным темам с применением изученных технологий. Выполнение упражнений на изучение и отработку приёмов написания шрифтов. Выполнение прописей алфавита видами рукописных шрифтов. Выполнение эскизов шрифтового оформления обложки книги с прописью шрифтов «от руки». Выполнение вариантов эскизов информационного плаката. Выполнение вариантов эскизов стенной газеты. Составление рекламных текстов Разработка и графическое исполнение рекламного обращения согласно требованиям задания. Разработка и графическое исполнение уникального торгового предложения. Разработка текста для радиорекламы Анализ объектов рекламы. Исследование и анализ содержания и оформления рекламных продуктов. Выполнение исследовательских заданий по прикладным вопросам психологии в рекламе. Составление схем и таблиц согласно содержанию тем. Выполнение дополнительных творческих вариантов композиций по заданным темам с применением изученных технологий.</p>			
<p>Учебная практика. Практика по художественному проектированию рекламного продукта. Виды работ: изучение и анализ профессионально выполненных рекламных текстов, образцов рекламы со шрифтовой графикой; просмотр учебных фильмов; разработка рекламных текстов, образцов рекламы со шрифтовой графикой; разработка и создание эскизных проектов рекламного продукта.</p>		108	
<p>Раздел 3. Осуществление поиска и разработки творческой идеи с созданием образов с рекламными функциями</p>			

МДК.01.02. Разработка творческой концепции рекламного продукта		344	ЛР 1, ЛР 2, ЛР 3, ЛР 7, ЛР 8, ЛР 10, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 15
Тема 2.1. Разработка плаката саморекламы	Содержание 3 сем (45)	6	
	Понятие рекламного продукта и творческого концепта. Значимость творческой концепции в создании рекламного продукта. Этапы разработки творческой концепции и особенности их реализации. Методы проектирования рекламного продукта. Разработка творческой концепции плаката саморекламы. Эскизирование, сбор информации. Создание образа, работа с тезисами и конспектами Завершение работы, создание итогового образа. Верстка итогового плаката. Ретушь, сведение Завершение работы над плакатом саморекламы. Подготовка к печати		
Тема 2.2. Разработка социального плаката	Содержание	28	
	Разработка творческой концепции социального плаката. Использование выразительных и художественно-изобразительных средств при моделировании рекламы Подготовка набросков, эскизов. Работа с доведением эскизных вариантов Выбор лучшего варианта от начала работы и доведение его до логического завершения Завершение работы с социальным плакатом. Итоговая верстка и подготовка к печати		
Тема 2.3. Разработка агитационных листовок	Содержание	31	
	Разработка творческой концепции агитационных листовок. Использование выразительных и художественно-изобразительных средств при моделировании рекламы Подбор различных тем, формирование общих принципов компоновки. Поиск набросков для чистовой работы. Ретушь фотографий, проработка стилистических нюансов. Верстка итоговых макетов листовок, завершение сценарных и подготовительных задач Компоновка, подготовка к защите концепта		
	4 семестр 42 ч		
	Содержание	42	

<p>Тема 2.4. Разработка творческой концепции бренда</p>	<p>Понятие бренда, брендинга, фирменного стиля, логотипа, айдентики. Специфика содержания деятельности по разработке творческой концепции бренда. Осуществление поиска различных решений при создании рекламного продукта Использование выразительных и художественно-изобразительных средств при моделировании рекламы.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Поиск и формирование задач, конкретизация образа компании. 2. Поиски, эскизирование образа компании. 3. Завершение работы с эскизами фирменного стиля. 4. Завершающий этап. Формирование конкретного образа и фирменных элементов компании. 5. Прорисовка логотипа организации, поиски основных элементов акцентирования образа. 6. Работа с итоговым образом на различных носителях. Ретушь требуемых объектов. 7. Сбор целостного образа. Начало компоновки брендбука. 8. Определение составляющих упрощенного брендбука 9. Зарисовка целостного образа упаковки товара, верстка в соответствии с установленными критериями 10. Чистовая верстка упаковки товара 11. Определение точки продаж (павильона). Зарисовка черновых конструктивных элементов 12. Отрисовка элементов павильона с витринами в цвете 13. Разработка чертежей павильона в масштабе с размерами (фронт, вертх, фас) 14. Определение общего принципа эксплуатации работы с брендом компании 15. Подбор общего способа промоутерского продвижения 16. Верстка работы в планшет. Подготовка к защите. 		
<p>2.5. Разработка логотипа и основных элементов фирменного стиля компании продвигающей</p>	<p>Содержание 5 семестр 56 ч</p> <p>Выразительные и художественно изобразительные средства рекламы логотипа, фирменного стиля. Осуществление поиска различных решений при создании рекламного продукта. Использование выразительных и художественно-изобразительных средств при моделировании рекламы</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Проработка образа компании, работа над набросками, концептуальное решение 2. Конкретизация образа компании, зарисовки фирменного стиля, окончательное определение с объектом исследования и его образом. 3. Работа над бренд букром компании, отрисовка логотипа и верстка элементов. 	<p>34</p>	

товар/услугу/бренд бук	4. Конкретизация образа компании в виде фасадного решения центрального входа компании		
2.6. Способы продвижения на рынке разработанной компании smm (inst\vk\баннеры + товары доп. брендирования)	Содержание Осуществление поиска различных решений при создании рекламного продукта. Разработка композиционного решения рекламного продукта. Использование выразительных и художественно-изобразительных средств при моделировании рекламы 1. Разработка общего рекламного образа/слогана компании с применением фирменного стиля 2. Smm продвижение, поиск сопутствующих фото/иллюстраций 3. Создание страниц продвижения в соц сетях, подготовка баннеров продвижения. 4. Подготовка элементов физического продвижения (минимально 3 товара (шоколадки, сумочки, пепельницы) 5. Верстка итогового планшета на формате A2 + подготовка к печати бренд бука (8 страниц)	42	
2.7. Разработка объединённого рекламного фасада для формирования концепта отрезка улицы (200-300 метров отрезка одной стороны центральной улицы)	Содержание 6 семестр 60 ч. Осуществление поиска различных решений при создании рекламного продукта. Разработка композиционного решения рекламного продукта. Использование выразительных и художественно-изобразительных средств при моделировании рекламы 1. Внесение теоретической ясности проекта, создание базы и эскизной наполняющей проекта. Разработка концепции проводимых работ. 2. Подготовка чертежей, конкретизация отдельных элементов проекта, обозначение ориентиров верстки 3. Ретушь и склейка панорамной фотографии проекта 4. Подбор объекта разработки, проведение фотосессии, обмер объекта работы. 5. Эскизирование подбор концептуальных привязок к проекту. 6. Проработка общей концепции и завершение эскизирования 7. Врисовка подготовленной концептуальной части проекта в фотографии 8. Работа над деталями проекта, создание завершённого образа, начало верстки 9. Чистовая ретушь фотографий. Сведение в общую панораму 10. Верстка, выставление размеров, итоговая сборка компонентов проекта, цветовое выравнивание 11. Компоновка планшета. Подготовка к защите проекта	60	

<p>2.8. Коллективная разработка творческой концепции фирмы и пути размещения рекламной конструкции в ней.</p>	<p>Содержание 7 семестр 44ч</p> <p>Осуществление поиска различных решений при создании рекламного продукта Разработка композиционного решения рекламного продукта. Использование выразительных и художественно-изобразительных средств при моделировании рекламы</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Коллективное решение и обсуждение концепции фирмы. 2. Поиск контентного наполнения по теме, эскизирование и наброски. 3. Подбор уникальных методов решения, формирование целостности проекта 4. Компановка упаковки фирмы в проекте. 	<p>32</p>	
<p>2.9. Разработка творческой концепции малой архитектурной формы с размещением рекламного носителя</p>	<p>Содержание</p> <p>Осуществление поиска различных решений при создании рекламного продукта Разработка композиционного решения рекламного продукта. Использование выразительных и художественно-изобразительных средств при моделировании рекламы</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Эскизирование, зарисовки малой архитектурной формы. 2. Верстка целостного образа малой архитектурной формы, 3. Проработка деталей проекта 4. Общая компоновка проекта. 	<p>29</p>	
<p>2.10 Разработка творческой концепции вендинговой франшизы</p>	<p>Содержание 8 семестр 40 ч.</p> <p>Вендинговая франшиза. Понятие и виды вендингового оборудования. Поиск, анализ и формулирование собранной информации по аспектам разработки. Особенности айдентики для вендинговой франшизы. Разработка графической навигации для вендингового оборудования. Ликвидность визуального оформления вендингового аппарата в визуальной среде.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Анализ основных аспектов вендингового оборудования 2. Поиск информации для создания творческой концепции вендингового оборудования (формулирование) 3. Эскизирование основных элементов айдентики. 4. Поиск визуального оформления вендингового аппарата. 5. Подготовка творческой концепции вендингового бизнеса 6. Завершение работы над итоговым образом, верстка 7. Компановка на планшет, подготовка к защите. 	<p>40</p>	

<p align="center">Самостоятельная работа при изучении раздела 3. ПМ. 01</p> <p>Самостоятельное решение проектных проблем и учебных задач: Дизайн этикетки и упаковки. Разработка товарного знака (логотипа) Разработка рекламного каталога. Разработка рекламного баннера.</p>	172	
<p align="center">Тематика домашних заданий</p> <p>Завершение учебных проектов. Устранение ошибок и переработка учебных заданий.</p>		
<p>Учебная практика. Практика по разработке творческой концепции рекламного продукта. Виды работ. инструктаж по технике безопасности при работе с оборудованием, инструментами и материалами; участие в экскурсиях по изучению процесса разработки рекламы; просмотр обучающих программ и учебных фильмов; наблюдение и анализ объектов рекламы; разработка и создание эскизных проектов рекламного продукта; разработка и создание макетов объектов корпоративной печатной рекламы.</p>	36	
Всего	1138,5	

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация профессионального модуля требует наличия учебных кабинетов шрифтовой и художественной графики, проектирования рекламного продукта.

Оборудование учебного кабинета:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- комплект учебно-методической документации (включая медиатеку и видеотеку);
- учебные пособия.

Технические средства обучения:

- ПК с программным обеспечением для преподавателя;
- ПК по количеству обучающихся;
- мультимедиа проектор и проекционный экран;
- лицензионное программное обеспечение;
- локальная сеть;
- доступ в Интернет.

Лаборатории:

- компьютерного дизайна,
- компьютерной графики и видеомонтажа;
- информационных и коммуникационных технологий;

Студии:

- фотостудия.

Полигоны:

- минитипография.

4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Безрукова, Е. А. Шрифты: шрифтовая графика : учеб. пособие для СПО / Е. А. Безрукова, Г. Ю. Мхитарян ; под науч. ред. Г. С. Елисеенкова. — 2-е изд. — М. : Издательство Юрайт; Кемерово : Кемеровский государственный институт культуры, 2019 — 116 с. — (Серия : Профессиональное образование).
2. Боресков, А. В. Компьютерная графика : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. В. Боресков, Е. В. Шикин. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 219 с.

3. Домнин, В. Н. Брендинг: учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. Н. Домнин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 493 с. — (Профессиональное образование).
4. Основы дизайна и композиции: современные концепции : учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. Э. Павловская [и др.] ; ответственный редактор Е. Э. Павловская. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 119 с.
5. Поляков В.А., Разработка и технологии производства рекламного продукта: учебник и практикум для академического бакалавриата / В.А. Поляков, А.А. Романов. – М.: Юрайт, 2017. 502 с.
6. Селезнева, Л. В. Написание рекламных текстов: учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. В. Селезнева. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 159 с.

Дополнительные источники

1. Кольшикина, Т. Б. Анализ рекламного текста : учебное пособие для вузов / Т. Б. Кольшикина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 305 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14014-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/467471>
2. Коноваленко, М. Ю. Психология рекламы и PR : учебник для вузов / М. Ю. Коноваленко, М. И. Ясин. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 393 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00765-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450081>
3. Курушин, В. Д. Дизайн и реклама: от теории к практике / В. Д. Курушин. — Москва : ДМК Пресс, 2017. — 308 с.
4. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и PR-текста : учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 159 с.
5. Трищенко, Д. А. Разработка творческой концепции рекламного продукта : учебное пособие / Д. А. Трищенко. — Белгород : Издательство БУКЭП, 2016. — 276 с.

Электронные ресурсы:

1. Интернет-сайт о творчестве и последних новостях в рекламе. Форма доступа: <http://www.adme.ru/>
2. Интернет-сайт on-line библиотеки: дизайн, PR, реклама, полиграфия, Web «Книги по дизайну и о дизайне для дизайнера». Форма доступа: <http://de-lib.narod.ru/>
3. Интернет-сайт «Школа рекламиста [Adv]schoolRu»: новости, статьи, книги о рекламе, маркетинге, PR и дизайне. Форма доступа: <http://www.advschool.ru/>

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Программа профессионального модуля **ПМ.01. Разработка и создание дизайна рекламной продукции** реализуется в течение 4-х курсов обучения.

Организация учебного процесса и преподавание профессионального модуля в современных условиях должны основываться на инновационных психолого-педагогических подходах и технологиях, направленных на повышение эффективности преподавания и качества подготовки обучающихся.

В процессе обучения студентов основными формами являются: аудиторные занятия, включающие лекции и практические занятия, а также самостоятельная работа обучающегося. Тематика лекций и практических занятий соответствует содержанию программы профессионального модуля.

Для успешного освоения профессионального модуля каждый студент обеспечивается учебно-методическими материалами (тематическими планами семинаров и практических занятий, учебно-методической литературой, типовыми тестовыми заданиями, ситуационными задачами, заданиями и рекомендациями по практической и самостоятельной работе).

Самостоятельная работа студентов проводится вне аудиторных часов, составляет 1/2 от общей трудоемкости междисциплинарных курсов.

Оценка теоретических и практических знаний студентов осуществляется с помощью тестового контроля, решения ситуационных задач, оценки практических умений. В конце изучения профессионального модуля проводится экзамен, кроме того, материалы профессионального модуля, включаются в государственную (итоговую) аттестацию по специальности 42.02.01. Реклама.

Базами учебной практики являются кабинеты, лаборатории и студии колледжа, рекламные предприятия и организации, с которыми колледж заключает договор о взаимном сотрудничестве. Основными условиями прохождения учебной практики в данных предприятиях и организациях являются наличие квалифицированного персонала, оснащенность современным технологическим оборудованием.

Учебная практика проводится под руководством преподавателей. Руководитель практики от колледжа назначается приказом директора из числа

преподавателей профессионального цикла. В обязанности преподавателя-руководителя практики входит: контроль выполнения программы практики, оказание методической и практической помощи студентам при отработке практических профессиональных умений и приобретения практического опыта, проверка портфолио заданий практики.

Обязательным условием допуска к итоговому экзамену в рамках данного профессионального модуля является освоение учебной практики в рамках ПМ. 01.Разработка и создание дизайна рекламной продукции.

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по модулю:

- высшее образование, соответствующее профилю преподаваемого модуля;
- опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы
- дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

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

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.	Нахождение и использование различных источников информации, в том числе электронной, для эффективного поиска рекламных идей.	Текущее наблюдение за процессом обучения. Индивидуальные беседы и консультации по текущим заданиям. Оценка деятельности обучающегося при выполнении практических заданий, оценка самостоятельной работы студентов и оценка контрольных заданий.
	Результативность поиска графической концепции рекламного продукта в соответствии с поставленной задачей.	Экспертное наблюдение и оценка проектной деятельности обучающегося. Текущий контроль в форме: анализа и оценки учебных и творческих работ.
	Результативность поиска различных эскизных решений при создании рекламного продукта, услуги в	Экспертное наблюдение и оценка проектной деятельности обучающегося. Текущий контроль в форме: анализа и оценки учебных и творческих работ.

	соответствии с поставленной задачей.	
	Правильность и полнота формулировки рекламной идеи.	Индивидуальные беседы и консультации по текущим заданиям. Оценка письменного отчёта с предоставлением конспекта.
	Степень наличия образного и нестандартного решения рекламной идеи.	Экспертное наблюдение и оценка работ, выполненных на практических занятиях, при выполнении самостоятельной работы и при выполнении работ по учебной практике.
ПК 1.2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.	Соответствие и оптимальность выбора изобразительных и выразительных средств рекламы рекламной идее. Выполняет макеты рекламной деятельности с учетом выбранной технологии.	Экспертное наблюдение и оценка результатов эскизной деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы при выполнении практических заданий, оценка самостоятельной работы студентов и оценка контрольных заданий.
	Выбор художественной формы реализации рекламной идеи в соответствии с поставленными задачами.	Экспертное наблюдение и оценка деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы при выполнении практических заданий, оценка самостоятельной работы студентов и оценка контрольных заданий.
	Соответствие эскиза композиционного решения рекламного продукта рекламной идее.	Экспертное наблюдение и оценка деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы при выполнении практических заданий, оценка самостоятельной работы студентов и оценка контрольных заданий.
	Соответствие визуального образа рекламной идеи законам композиции.	Оценка деятельности обучающегося при выполнении эскизов, рисунков, электронных изображений, плоских и объёмно-пространственных композиций.
	Наличие творческих (креативных) компонентов в эскизном проекте.	Экспертное наблюдение и оценка проектируемых объектов. Текущий контроль в форме анализа учебных и творческих работ.
ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.	Степень соответствия требованиям технического (проектного) задания.	Оценка деятельности обучающегося при выполнении чертежей, эскизов, технических рисунков; оригинал-макетов, проектной документации. оценка самостоятельной работы студентов.
	Глубина раскрытия темы проекта.	Оценка деятельности обучающегося при выполнении чертежей, эскизов, технических рисунков; оригинал-макетов, проектной документации. оценка самостоятельной работы студентов.
	Обоснование актуальности выбранных авторских рекламных проектных решений	Текущее наблюдение за процессом обучения. Индивидуальные беседы и консультации по текущим заданиям. Оценка участия в презентациях, творческих защитах, выставках, конкурсах.
	Наличие новизны и нестандартного подхода в проектном решении.	Экспертное наблюдение и оценка проектной деятельности обучающегося. Текущий контроль в форме анализа творческих работ. Оценка участия в конкурсах, выставках, фестивалях различного уровня.
	Уровень владения технологиями проектирования.	Оценка деятельности обучающегося при выполнении чертежей, эскизов, технических рисунков; расчётной документации. Оценка самостоятельной работы студентов и оценка контрольных заданий.

	Оптимальность выбора художественных средств в проектом решении.	Экспертное наблюдение и оценка проектной деятельности обучающегося. Текущий контроль в форме анализа творческих работ.
	Степень владения современным «языком» выражения рекламной идеи.	Экспертное наблюдение и оценка проектной деятельности обучающегося. Текущий контроль в форме анализа творческих работ.
	Уровень владения специальными компьютерными программами.	Текущее наблюдение за процессом выполнения электронных документов и изображений. Индивидуальные беседы и консультации по текущим заданиям с использованием программ компьютерной графики. Оценка деятельности обучающегося при выполнении электронных изображений. Оценка результатов учебной, самостоятельной работы студентов и оценка контрольных заданий.
	Качество оформления и презентации авторского рекламного проекта	Оценка итоговых творческих проектов. Оценка участия в просмотрах, презентациях выставках, конкурсах.
ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.	Соответствие учебного рекламного текста правилам составления текстов рекламного характера	Оценка письменного отчёта с предоставлением конспекта.
	Грамотность составления текста. (Согласно правилам русского языка).	Оценка письменного отчёта с предоставлением конспекта.
	Владение типовыми (классическими) приёмами копирайтинга.	Оценка письменного отчёта с предоставлением конспекта. Индивидуальные беседы и консультации по текущим заданиям.
	Оптимальность выбора художественных средств и приёмов в проектом решении рекламного текста.	Экспертное наблюдение и оценка деятельности обучающегося при разработке рекламного текста. Текущий контроль в форме анализа творческих работ.
	Степень наличия творческих (креативных) компонентов в разработанном рекламном тексте.	Экспертное наблюдение и оценка деятельности обучающегося при разработке рекламного текста. Текущий контроль в форме анализа творческих работ.
	Соответствие стилевого и визуального решения рекламного текста рекламной идее.	Экспертное наблюдение и оценка деятельности обучающегося при разработке рекламного текста. Текущий контроль в форме анализа творческих работ.
	Соблюдение требований и приёмов типографической композиции.	Оценка деятельности обучающегося при выполнении эскизов, рисунков, электронных изображений. Оценка результатов учебной, самостоятельной работы студентов и оценка контрольных заданий.
ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.	Соответствие визуальных образов с рекламными функциями поставленным проектным задачам.	Экспертное наблюдение и оценка проектной деятельности обучающегося. Текущий контроль в форме анализа и оценки учебных и творческих работ.
	Оптимальность выбора художественных средств и приёмов в решении визуального рекламного образа.	Экспертное наблюдение и оценка проектной деятельности обучающегося. Текущий контроль в форме анализа и оценки учебных и творческих работ.
	Степень креативности разработанного рекламного образа.	Экспертное наблюдение и оценка проектной деятельности обучающегося. Текущий контроль в форме анализа и оценки учебных и творческих работ.

	Соблюдение правил и приёмов композиции в создании визуального образа с рекламными функциями.	Экспертное наблюдение и оценка изобразительной деятельности обучающегося. Текущий контроль в форме анализа и оценки учебных и творческих работ.
	Уровень владения программами компьютерной графики при создании электронных версий визуальных рекламных образов.	Текущее наблюдение за процессом выполнения визуальных образов с рекламными функциями. Индивидуальные беседы и консультации по текущим заданиям с использованием программ компьютерной графики. Оценка деятельности обучающегося при выполнении электронных изображений. Оценка результатов учебной, самостоятельной работы студентов и оценка контрольных заданий.

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общих компетенций и обеспечивающих их умений.

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес ЛР 1, ЛР2	Демонстрация интереса к будущей профессии в процессе обучения.	Собеседование. Анализ творческих работ. Отчет по учебной и производственной практике.
	Степень активности, инициативность в процессе освоения программы модуля, включая деятельность во время практики.	Собеседование. Анализ творческих работ. Отчет по учебной и производственной практике.
	Участие в конкурсах профессионального мастерства, выставках-ярмарках, мастер-классах и т.п.	Собеседование. Анализ творческих работ. Отчет по учебной и производственной практике.
	Наличие систематичности в изучении дополнительной, справочной литературы, периодических изданий по специальности.	Собеседование. Экспертное наблюдение и оценка результатов учебной деятельности обучающегося.
	Эффективность и качество выполняемой самостоятельной работы.	Экспертное наблюдение и оценка учебной деятельности обучающегося.
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые	Обоснование выбора и применения методов и способов решения профессиональных задач в области разработки технологических процессов.	Собеседование. Анализ учебных, творческих работ. Отчет по учебной и производственной практике.

методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество ЛР2, ЛР3, ЛР7, ЛР11, ЛР13	Результативность организации собственной деятельности для выполнения профессиональных задач.	Собеседование. Экспертное наблюдение и оценка результатов учебной деятельности обучающегося.
	Демонстрация эффективности и качества выполнения профессиональных задач.	Собеседование. Экспертное наблюдение и оценка результатов учебной деятельности обучающегося.
	Адекватный выбор методов и способов решения профессиональных задач.	Собеседование. Экспертное наблюдение и оценка проектной деятельности обучающегося.
	Точность подбора критериев и показателей оценки эффективности и качества выполнения профессиональных задач.	Собеседование. Анализ творческих работ. Отчет по учебной и производственной практике.
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность ЛР13, ЛР15	Обоснованность принятия решения в стандартных и нестандартных ситуациях.	Собеседование. Экспертное наблюдение и оценка процесса и результатов учебной деятельности.
	Демонстрация личной ответственности за действия в период учебного процесса и практики.	Собеседование. Экспертное наблюдение и оценка процесса и результатов учебной деятельности.
	Демонстрация способности принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Собеседование. Экспертное наблюдение и оценка процесса и результатов учебной и внеучебной деятельности, практики.
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Нахождение и использование информации для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Собеседование. Экспертное наблюдение и оценка процесса и результатов учебной и внеучебной деятельности, практики.
	Адекватность использования нескольких источников информации для решения профессиональных задач, включая электронные.	Собеседование. Экспертное наблюдение и оценка процесса и результатов учебной, внеучебной деятельности и практики.
	Демонстрация навыков использования информационно-коммуникационные технологии для поиска необходимых материалов	Собеседование. Экспертное наблюдение и оценка процесса и результатов учебной и внеучебной деятельности и практики.

	для решения профессиональных задач.	
	Нахождение и использование информации для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Собеседование. Экспертное наблюдение и оценка процесса и результатов учебной и внеучебной деятельности и практики.
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	Демонстрация навыков использования информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности.	Текущее наблюдение за процессом выполнения электронных документов и изображений. Индивидуальные беседы и консультации по текущим заданиям с использованием программ компьютерной графики. Оценка деятельности обучающегося при выполнении электронных изображений.
	Своевременность решения профессиональных задач на основе самостоятельно найденной информации с использованием ИКТ.	Индивидуальные беседы и консультации по текущим заданиям. Текущий контроль в форме анализа и оценки учебных и творческих работ.
	Результативность использования различных информационных источников с использованием ИКТ.	Текущее наблюдение за процессом выполнения электронных документов и изображений. Индивидуальные беседы и консультации по текущим заданиям с использованием программ компьютерной графики. Оценка деятельности обучающегося при выполнении электронных изображений.
	Качество оформления результатов работы с использованием ИКТ.	Экспертное наблюдение и оценка процесса и результатов учебной и внеучебной деятельности и практики.
ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями ЛР7, ЛР8, ЛР13	Взаимодействие с обучающимися, преподавателями и мастерами в ходе обучения.	Экспертное наблюдение и оценка на практических и лабораторных занятиях, при выполнении работ по учебной и производственной практикам
	Ясность и аргументированность изложения собственного мнения.	Индивидуальные беседы и консультации по текущим заданиям. Экспертное наблюдение и оценка на практических и лабораторных занятиях при выполнении работ по учебной и производственной практикам
	Правильность выбора стратегии поведения при организации работы в команде.	Наблюдение за учебной, внеучебной и творческой деятельностью обучающегося.
	Результативность взаимодействия с коллегами, руководством, потребителями.	Собеседование. Экспертное наблюдение и оценка на практических и лабораторных занятиях, при выполнении работ по учебной и производственной практикам.

		Наблюдение за внеучебной и творческой деятельностью обучающегося.
	Владение коммуникативными и организаторскими приёмами в малых и больших группах.	Собеседование. Экспертное наблюдение и оценка на практических и лабораторных занятиях, при выполнении работ по учебной и производственной практикам. Наблюдение за внеучебной и творческой деятельностью обучающегося.
	Владение механизмом целеполагания, планирования, организации, анализа, рефлексии, самооценки успешности собственной деятельности и коррекции результатов в области образовательной деятельности.	Собеседование. Экспертное наблюдение и оценка на практических и лабораторных занятиях, при выполнении работ по учебной и производственной практикам. Наблюдение за внеучебной и творческой деятельностью обучающегося.
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий ЛР7, ЛР8	Проявление ответственности за работу подчиненных, результат выполнения заданий	Собеседование. Экспертное наблюдение и оценка на практических и лабораторных занятиях, при выполнении работ по учебной и производственной практикам. Наблюдение за внеучебной и творческой деятельностью.
	Адекватность оценки и анализа эффективности и качества результатов работы членов команды (подчиненных).	Собеседование. Экспертное наблюдение и оценка на практических и лабораторных занятиях, при выполнении работ по учебной и производственной практикам. Наблюдение за внеучебной и творческой деятельностью обучающегося.
	Проявление навыков самоанализа и коррекции результатов собственной работы.	Индивидуальные беседы и консультации по текущим заданиям.
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	Планирование обучающимся повышения личностного и квалификационного уровня	Индивидуальные беседы. Наблюдение за внеучебной и творческой деятельностью обучающегося.
	Владения способами физического, духовного и интеллектуального саморазвития, эмоциональной саморегуляции.	Наблюдение за внеучебной и творческой деятельностью обучающегося.
	Наличие навыков самоанализа и коррекции результатов собственной работы.	Собеседование. Экспертное наблюдение и оценка на практических и лабораторных занятиях, при выполнении работ по учебной и производственной практикам. Наблюдение за внеучебной и творческой деятельностью.

ЛР7, ЛР11, ЛР13, ЛР15	Участие в конкурсах профессионального мастерства, выставках-ярмарках, мастер-классах и др	Собеседование. Экспертное наблюдение и оценка проектной деятельности обучающегося. Текущий контроль в форме анализа творческих работ. Оценка участия в конкурсах, выставках, фестивалях различного уровня.
	Планирование получения профессионального образования более высшего уровня в дальнейшем.	Собеседование. Экспертное наблюдение и оценка проектной деятельности обучающегося. Текущий контроль в форме анализа творческих работ. Оценка участия в конкурсах, выставках, фестивалях различного уровня.
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности ЛР13, ЛР15	Проявление интереса к инновациям в области профессиональной деятельности.	Наблюдение за проектной, внеучебной и творческой деятельностью обучающегося.
	Систематичное изучение дополнительной, справочной литературы, периодических изданий, специальных интернет-ресурсов в области профессиональной деятельности	Индивидуальные беседы и консультации по текущим заданиям. Экспертное наблюдение и оценка на практических и лабораторных занятиях при выполнении работ по учебной и производственной практикам
	Проявление интереса к самостоятельному изучению новых компьютерных программ и рекламных технологий.	Индивидуальные беседы и консультации по текущим заданиям. Экспертное наблюдение и оценка на практических и лабораторных занятиях при выполнении работ по учебной и производственной практикам
ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.	Проявление интереса в области предпринимательской деятельности.	Индивидуальные беседы и консультации по текущим заданиям. Наблюдение за внеучебной и творческой деятельностью обучающегося.
	Точность определения порядка организации предпринимательской деятельности в профессиональной области	Индивидуальные беседы и консультации по текущим заданиям. Текущий контроль в форме анализа и оценки учебных и творческих работ.
	Демонстрация умений выполнять бизнес-планы и проекты с расчётом бюджета и рисков реализации проектных задач.	Текущее наблюдение за процессом планирования. Индивидуальные беседы и консультации по текущим заданиям по продвижению и планированию реализации продуктов учебной и творческой деятельности. Оценка результатов деятельности обучающегося.
	Демонстрация умений планировать продвижение и реализацию продуктов	Текущее наблюдение за процессом планирования. Индивидуальные беседы и консультации по текущим заданиям по продвижению и

	учебной и творческой деятельности	планированию реализации продуктов учебной и творческой деятельности. Оценка результатов деятельности обучающегося.
	Демонстрация умений организовывать мероприятия в рамках рекламной деятельности.	Наблюдение за учебной, внеучебной и творческой деятельностью обучающегося. Текущий контроль в форме анализа и оценки учебных и творческих работ.
<p>ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке</p> <p>ЛР3, ЛР8, ЛР10</p>	Демонстрация элементов экологического поведения при выполнении и реализации проектов.	Собеседование. Экспертное наблюдение и оценка на практических и лабораторных занятиях, при выполнении работ по учебной и производственной практикам. Наблюдение за внеучебной и творческой деятельностью обучающегося.
	Аргументированность оценки информации с использованием информационно-коммуникационных технологий.	Собеседование. Экспертное наблюдение и оценка на практических и лабораторных занятиях, при выполнении работ по учебной и производственной практикам. Наблюдение за внеучебной и творческой деятельностью обучающегося.
	Обоснованность отбора средств решения профессиональных задач с учетом экологических требований	Собеседование. Экспертное наблюдение и оценка на практических и лабораторных занятиях, при выполнении работ по учебной и производственной практикам. Наблюдение за внеучебной и творческой деятельностью обучающегося.
	Демонстрация способности понимания и владения профессиональной терминологией на иностранном языке.	Индивидуальные беседы и консультации по текущим заданиям. Экспертное наблюдение и оценка на практических и лабораторных занятиях при выполнении работ по учебной и производственной практикам
	Ясность и правильность изложения информации, собственных мыслей на иностранном языке с использованием несложных речевых оборотов для решения профессиональных задач	Индивидуальные беседы и консультации по текущим заданиям. Наблюдение за учебной, внеучебной и творческой деятельностью обучающегося.

**ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ И ДОПОЛНЕНИЙ, ВНЕСЕННЫХ
В РАБОЧУЮ ПРОГРАММУ
ПМ.01. Разработка и создание дизайна рекламной продукции**

Дата внесения изменений	Основание для внесения изменений	№ листа рабочей программы	Содержание изменений

Преподаватель: Могилев М.В.