

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

**«Российский государственный гуманитарный университет»**

**(ФГБОУ ВО «РГГУ»)**

Гуманитарный колледж

Рабочая программа профессионального модуля

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

для специальности

**42.02.01 Реклама**

2022 г.

ОДОБРЕНА  
Предметной (цикловой) комиссией по  
общепрофессиональным дисциплинам/  
профессиональным модулям по специальности  
42.02.01 Реклама

**Протокол**

№ 1 от «09» сентября 2022 г.

Составлена на основе федерального  
государственного образовательного  
стандарта СПО по специальности  
42.02.01 Реклама  
(утвержден приказом Министерства  
образования и науки РФ  
от «12» мая 2014 г. № 510)

Разработчики:

Борисова Т.И., доцент Учебного центра «Арт-Дизайн», преподаватель ГК РГГУ, Федянина О.В., преподаватель Гуманитарного колледжа, Мурашкин И.С., к.ист.н, доцент, преподаватель Гуманитарного колледжа

---

Рецензент:

Галкина И.А., к.ист.н., доцент, преподаватель ГК РГГУ

---

## Содержание

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	5
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	6
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	15
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	18

# 1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

## Разработка и создание дизайна рекламной продукции

### 1.1. Область применения программы

Программа профессионального модуля является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности 42.02.01 Реклама (базовой подготовки), входящим в состав укрупненной группы 42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело 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.

Рабочая программа учебной дисциплины может быть адаптирована для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

### 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 Количество часов на освоение программы профессионального модуля:

Всего 698 часов, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося 480 часов, включая:

- обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 311 часов;
- самостоятельной работы обучающегося 169 часов.

учебной практики 181 час.

производственной практики 37 часов.

## 2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

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.

### 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

#### 3.1. Тематический план профессионального модуля

Код 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		Консультации, часов	Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов (если предусмотрена рассредоточенная практика)
			Всего часов	в т.ч. практические занятия, часов	в т.ч. курсовая работа, часов	Всего часов	в т.ч. курсовая работа, часов			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
	ПМ. 01. Разработка и создание дизайна рекламной продукции									
ПК 1.1 – 1.5.	МДК. 01.01. Художественное проектирование рекламного продукта	244	154	84	20	90	-	-	-	-
ПК 1.1 – 1.5.	МДК.01.02. Разработка творческой концепции рекламного продукта	236	157	106	-	79	-	-	-	-
ПК 1.1. – 1.5.	Учебная практика, часов	181						-	181	-
ПК 1.1. – 1.5.	Производственная практика, часов	37						-	-	37
	<b>Всего:</b>	<b>698</b>	<b>311</b>	<b>190</b>	<b>20</b>	<b>169</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>181</b>	<b>37</b>

### 3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ) Разработка и создание дизайна рекламной продукции

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов	Уровень освоения	
1	2	3	4	
<b>ПМ 01</b> Разработка и создание дизайна рекламной продукции		<b>698</b>		
<b>МДК 01.01.</b> Художественное проектирование рекламного продукта		<b>244</b>		
Тема 1. Основные сведения о построении композиции в рекламе	<b>Содержание учебного материала</b> Осуществление поиска идеи рекламного продукта при помощи первичных источников и материалов.	4		2
Тема 2. Проблемы и общие принципы композиционных задач в дизайне	<b>Содержание учебного материала</b> Элементы организации графической композиции в рекламе. Функциональное построение композиции. Структурная гармонизация формы. Основные составляющие художественного образа в формальной композиции.	4	2	
	<b>Практические занятия</b> Подготовить анализ рекламных объектов с учетом основных структурных, функциональных и эстетических особенностей рекламной продукции. Подобрать примеры рекламных дизайн-объектов и проанализировать их композиционно-графическую модель.	8		
Тема 3. Стратегия и тактика дизайн-проектирования в рекламе	<b>Содержание учебного материала</b> Особенности восприятия рекламных дизайн-объектов. Дизайн-инструментарий.	4		2
	<b>Практические занятия</b>	8		

	Сформировать ассоциативные текстовые и визуальные ряды, используя основные представления о составляющих художественного образа и особенностях восприятия дизайн-объекта. Выполнение вариантов композиций по принципу структурной соподчиненности.		
Тема 4. Выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы	<b>Содержание учебного материала</b>	4	2
	Различные виды и типы композиционных структур, построенных на различных комбинациях элементов графики. Функциональные и художественные требования к дизайн-форме.		
	<b>Практические занятия</b>	6	
Тема 5. Основные композиционные средства в рекламной дизайн-композиции	<b>Содержание учебного материала</b>	4	3
	Графика как средство передачи смысловой (текстовой, знаковой, изобразительной) информации. Цвет и цветовое воздействие. Линейная и пространственная форма. Функциональные и композиционно-художественные свойства материалов.		
	<b>Практические занятия</b>	4	
Тема 6. Специфика использования основных средств гармонизации формы в рекламе	<b>Содержание учебного материала</b>	4	3
	Композиционно-художественное решение статичных динамичных форм. Особенности симметричных и ассиметричных композиций. Гармонизация на основе метра и ритма. Пропорционирование – средство выражения художественной идеи. Характеристики внешнего состояния формы. Соразмерная связь формы и ее элементов.		
	<b>Практические занятия</b>	4	
Тема 7. Основные методы формирования визуального языка в структуре рекламного сообщения	<b>Содержание учебного материала</b>	4	2
	Особенности современного визуального языка в рекламе. Пространство изобразительного ряда и специфика изобразительной поверхности объектов рекламного дизайна.		



Тема 8. Специфика изобразительной поверхности объектов рекламного дизайна	<b>Содержание учебного материала</b>	4	
	Основные формы словесно-изобразительного синтеза. Визуальный и текстовый ряд. Элементы организации композиции в рекламе.		2-3
	<b>Практические занятия</b> Подготовить анализ рекламных объектов с учетом основных структурных, визуальных и эстетических особенностей рекламной продукции. Подобрать примеры рекламных дизайн-объектов и проанализировать методы формирования визуального языка в рекламной коммуникации.	4	
Тема 9. Образно-стилевой характер визуального ряда	<b>Содержание учебного материала</b>	4	
	Особенности восприятия различных форм словесно-изобразительного синтеза в рекламных дизайн-объектах. Взаимодействие разных типов изображений в пространстве рекламного обращения.		2-3
	<b>Практические занятия</b> Выполнить ряд текстовых рекламных модулей, используя основные методы вербального сообщения. Выполнение вариантов рекламных коммуникаций с доминированием визуального ряда.	6	
Тема 10. Основные типы изображений и их характеристики	<b>Содержание учебного материала</b>	4	
	История и эволюция изобразительного языка. Различные виды и типы изображений в рекламной коммуникации. Особенности силуэтно-плоскостной и перспективной систем изображения и их связь с типографикой.		2-3
	<b>Практические занятия</b> Выполнить серию композиций на взаимодействие визуального и вербального ряда.	4	
Тема 11. Основные характеристики изобразительного языка в рекламном сообщении	<b>Содержание учебного материала</b>	6	
	Основные и дополнительные виды изображений и их взаимодействие в пространстве рекламной коммуникации. Характеристики изобразительного языка в рекламном сообщении (информационные, познавательные, ассоциативные и т.д.).		3
	<b>Практические занятия</b> Подготовить ряд рекламных модулей, используя визуальные и вербальные элементы, учитывая функциональные и эстетические требования к рекламному сообщению.	4	

Тема 12. Принципы и методы визуализации дизайн-идеи рекламной коммуникации	<b>Содержание учебного материала</b>	4	3
	Особенности восприятия изобразительных элементов в композиции рекламного обращения и их роль в формировании образного решения. Способы активизации визуальных структурных элементов.		
	<b>Практические занятия</b>	6	
Создание ряда рекламных графических композиций с использованием основных методов визуализации в рекламном обращении.			
<b>Самостоятельная работа при изучении МДК 01.01</b>		<b>90</b>	
<b>Тематика внеаудиторной самостоятельной работы</b>			
1. Работа с конспектами и со специальной литературой по композиции и психологии в рекламе.			
2. Анализ и отбор примеров рекламных модулей с учетом основных структурных, функциональных и эстетических особенностей рекламной продукции.			
3. Подобрать примеры рекламных дизайн-объектов и проанализировать их композиционно-графическую модель.			
4. Изучение основной и дополнительной литературы; поиск информации в интернете и периодических изданиях.			
5. Подготовка к практическим занятиям с использованием методических рекомендаций преподавателя.			
6. Представить серию графических композиций с использованием общих принципов композиционных задач.			
7. Проанализировать принципы построения композиционной структуры дизайн-объектов рекламной продукции с учетом рекламных, конструктивных, технологических и художественно-образных требований.			
8. Подготовить варианты композиций с учетом основных средств гармонизации формы.			
Подготовка к промежуточным аттестациям			
<b>Консультации по курсовой работе</b>		20	
<b>Примерная тематика курсовых работ</b>			
Проектная разработка и креативная концепция рекламного сообщения на примере торговой марки (по выбору студента)			
<b>Промежуточная аттестация</b>	Зачет		
<b>МДК 01.02</b> <b>Разработка творческой концепции рекламной продукции</b>		<b>236</b>	
Тема 1.	<b>Содержание учебного материала</b>	8	

Креативная концепция рекламного продукта	Понятие креативной концепции в рекламе. Особенности разработки концепции в рекламе. Разработка творческой концепции рекламного продукта, содержания рекламных сообщений, включая текстовую и иллюстративную составляющие. Разработка рекламного текста. Основные понятия и составляющие рекламного текста. Нейминг. Выразительные средства речи и речевое воздействие.		2
	<b>Практические занятия</b> Разработка креативной концепции рекламного продукта	1	
Тема 2. Формирование образного решения рекламного продукта и его визуализация	<b>Содержание учебного материала</b> Рекламный образ. Невербалика персонажей в рекламе. Основные приемы визуализации текстового сообщения в рекламную форму. Способы создания эффективного рекламного образа на основе вербальных структурных элементов. Композиция в рекламном обращении. Основные формы словесно-изобразительного синтеза. Особенности современного визуального языка в рекламе.	8	2-3
	<b>Практические занятия</b> Представить ряд рекламных модулей, используя особенности рекламного языка, методы типографического структурирования текста, визуальные элементы.	16	
Тема 3. Коммуникативная концепция рекламного образа	<b>Содержание учебного материала</b> Структура рекламной коммуникации. Средства передачи рекламного сообщения. Рекламное сообщение с позиций восприятия.	8	2
	<b>Практические занятия</b> Выполнить серию композиций, учитывая их конструктивную и коммуникативную структуру.	16	
Тема 4. Разработка авторских рекламных проектов	<b>Содержание учебного материала</b> Теоретические модели рекламной концепции. Проектные технологии воплощения рекламной концепции товара. Основные этапы создания творческого проекта. Бренд как комплексный объект дизайна рекламы. Типы и виды брифов.	11	3
	<b>Практические занятия</b> Разработка авторского рекламного проекта на основе теоретической модели рекламной концепции.	16	
Тема 1.	<b>Содержание учебного материала</b>	4	

Основные методы и принципы разработки креативного продукта	Взаимодействие рекламного сообщения с другими составляющими комплекса маркетинга и интегрированных маркетинговых коммуникаций. Рекламная стратегия, креативная стратегия, рекламная идея. Основные этапы разработки креативного рекламного сообщения.		2
	<b>Практические занятия</b> Разработка креативной концепции товара на основе рекламной и креативной стратегии.	10	
Тема 2. Формирование стратегии коммуникативного воздействия в рекламном сообщении	<b>Содержание учебного материала</b> Особенности позиционирующего и оптимизирующего типа, их использование для повышения эффективности рекламного сообщения. Специфика коммуникативного воздействия в рекламном сообщении.	4	2
	<b>Практические занятия</b> Представить ряд рекламных модулей, используя методы коммуникативного воздействия в рекламе.	10	
Тема 3. Принципы создания креативной концепции для различных рекламоносителей	<b>Содержание учебного материала</b> Основные особенности создания креативной рекламной коммуникации в печатной рекламе. Принципы создания коммуникации в наружной и транзитной рекламе. Специфика создания креативной коммуникации на местах продаж.	4	3
	<b>Практические занятия</b> Подберите примеры рекламных сообщений одной торговой марки, связанных одной креативной идеей, проанализируйте коммуникативную структуру кампании.	12	
Тема 4. Разработка серийных коммуникативных проектов	<b>Содержание учебного материала</b> Основные преимущества серийных решений. Типология серийной рекламной продукции. Основные модели поэтапного креативного воздействия, структура, основные разновидности и условия творческого проекта, дизайна рекламы.	4	3
	<b>Практические занятия</b> Разработка авторского рекламного проекта на основе основных моделей поэтапного креативного воздействия.	12	
<b>Самостоятельная работа при изучении раздела МДК 01.02.</b>		<b>79</b>	
<b>Тематика внеаудиторной самостоятельной работы</b> 1. Организация и проведение сбора материала по темам практических занятий. 2. Анализ и отбор примеров рекламных модулей по темам практических занятий.			

<p>3. Подобрать примеры вербальных и визуальных рекламных объектов, проанализировать их функциональную и эмоционально-образную нагрузку, определить характер акцентации текстового сообщения.</p> <p>4. Изучение основной и дополнительной литературы; поиск информации в интернете и периодических изданиях.</p> <p>5. Выполнить варианты коллажей, содержащих рекламный образ и основные структурные элементы рекламного модуля.</p> <p>6. Подобрать примеры рекламных обращений, содержащих визуальные и вербальные элементы, проанализировать их структуру, дать оценку принципам и методам визуализации творческой концепции.</p> <p>7. Составление эскизов рекламных коммуникаторов.</p> <p>8. Разработка рекламного брифа.</p> <p>9. Художественно-графическое эскизирование и решение логотипов.</p> <p>10. Написание рекламных текстов и слоганов.</p> <p>11. Подготовка к практическим занятиям с использованием методических рекомендаций преподавателя. Выполнение и оформление практических работ. Подготовка сообщений и докладов.</p> <p>Подготовка к промежуточным аттестациям</p>			
<b>Промежуточная аттестация</b>	Зачет		
<p><b>Учебная практика</b></p> <p>1. Прохождение инструктажа обучающихся по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности. Выдача индивидуальных заданий.</p> <p>2. Поиск рекламных идей.</p> <p>3. Осуществление художественного подхода и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.</p> <p>4. Разработка рекламного проекта (видеоролика).</p> <p>5. Создание рекламного продукта. Создание визуальных образов с функциями рекламы (съемка).</p> <p>6. Подведение итогов практики и систематизация документов по практике.</p>	<b>181</b>		
<p><b>Производственная практика</b></p> <p>Разработать рекламную идею рекламного продукта, выбрать художественную форму реализации данной рекламной идеи; создать визуальный образ с рекламными функциями; осуществить художественное конструирование рекламного продукта по заданию организации</p>	<b>37</b>		
<b>Всего:</b>		<b>698</b>	

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

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

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

### **4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению**

Реализация профессионального модуля предполагает наличие лаборатории информационных и коммуникационных технологий, методического кабинета.

Учебная аудитория для проведения уроков, практических занятий, лабораторных работ, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, ГИА.

Учебное оборудование: Рабочие места обучающихся. Рабочее место преподавателя. Маркерная доска.

Учебно-наглядные пособия: нормативные документы, комплекс учебно-наглядных и методических пособий, стенды плакаты.

Технические средства, специальное лабораторное оборудование: 21 ПК с выходом в Интернет (лицензионное программное обеспечение: Windows 7, Adobe Reader, 1с предприятие 8 (учебная версия), 7 zip, Adobe master collection cs4, Consulatant plus, Free pascal, Kaspersky endpoint security 10, K-lite codec pack, Microsoft Office 2013, Бизнес пак, Adobe acrobat, Adobe design standard cs6, Adobe livecycle es2, Autodesk 3ds max 2014), переносной проектор, переносной МФУ (принтер, сканер, копир), цветной принтер, магнитофон, аудиоклонки.

Методический кабинет. Кабинет для проведения индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Учебное оборудование: Рабочие места обучающихся. Рабочее место преподавателя.

Учебно-наглядные пособия: учебно-методические пособия.

Технические средства: 3 ПК с выходом в Интернет (лицензионное программное обеспечение: Adobe Reader, 1с предприятие 8 (учебная версия), 7 zip, Adobe master collection cs4, Consulatant plus, Free pascal, Kaspersky endpoint security 10, K-lite codec pack, Microsoft Office 2013, Бизнес пак, Adobe acrobat, Adobe design standard cs6, Adobe livecycle es2, Autodesk 3ds max 2014), 2 МФУ, принтер.

### **4.2. Информационное обеспечение обучения**

**Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы**

Печатные издания не используются. Профессиональный модуль полностью обеспечен электронными изданиями.

#### **Нормативно-правовые акты:**

1. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе» // Собрание законодательства РФ, 20.03.2006, № 12, ст. 1232. // СПС «Консультант плюс»

1. Конституция Российской Федерации, принята 12 декабря 1993 года // СПС «Консультант Плюс» URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_28399/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399/)

2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 №51-ФЗ // СПС «Консультант Плюс» URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_5142/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/)

3. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 №195-ФЗ // СПС «Консультант Плюс» URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_34661/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34661/)

4. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 №197-ФЗ (ред. от 25.11.2009) // СПС «Консультант Плюс» URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_34683/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34683/)

5. Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей» // СПС «Консультант Плюс» URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_305/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/)

6. Закон РФ от 19.04.1991 № 1032-1 «О занятости населения в Российской Федерации» // СПС «Консультант Плюс» URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_60/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_60/)

### **Основные источники:**

1. Боресков А. В. Компьютерная графика: учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. В. Боресков, Е. В. Шикин. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 219 с. URL: <https://urait.ru/bcode/495978>
2. Домнин В. Н. Брендинг: учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. Н. Домнин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 493 с. URL: <https://urait.ru/bcode/497491>
3. Курушин В.Д. Дизайн и реклама: от теории к практике / В.Д. Курушин. — М.: ДМК Пресс, 2017. - 308 с. URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028149>
4. Овчинникова Р.Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 070601 «Дизайн», 032401 «Реклама» / Р.Ю. Овчинникова; под ред. Л.М. Дмитриевой. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 239 с. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028720>
5. Поляков В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта: учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 502 с. URL: <https://urait.ru/bcode/489057>

### **Дополнительные источники:**

1. Ананьева Н.В. Рекламная деятельность: учеб. пособие / Н.В. Ананьева, Ю.Ю. Сулова. - Красноярск: Сиб. федер. ун-т, 2017. - 198 с. URL: <https://znanium.com/catalog/product/1031865>
2. Литвина Т. В. Дизайн новых медиа: учебник для вузов / Т. В. Литвина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 181 с. URL: <https://urait.ru/bcode/493319>
3. Рекламная деятельность: учебник / под ред. В.Д. Секерина. — М.: ИНФРА-М, 2018. — 282 с. URL: <https://znanium.com/catalog/product/920551>
4. Рекламный образ: Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности "Реклама", "Маркетинг", "Коммерция (торговое дело)" / Анашкина Н.А.; Под ред. Дмитриева Л.М. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 175 с.: 60x90 1/16. URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028574>
5. Селезнева Л. В. Подготовка рекламного и PR-текста: учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 159 с. URL: <https://urait.ru/bcode/492732>

### **Профессиональные базы данных и информационные ресурсы сети Интернет:**

1. <http://www.window.edu.ru> - «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»
2. <http://www.edu.ru> - Российский портал открытого образования
3. <http://www.liber.rsuh.ru> - Электронная библиотека РГГУ
4. <http://www.znanium.com> - ЭБС «Знаниум»
5. <http://www.reklamist.com> - «Энциклопедия Рекламных Знаний»
6. <http://www.iaa.ru> - Международная рекламная ассоциация. Российское отделение
7. <http://www.bigadvenc.ru> - Большая энциклопедия рекламы
8. <http://www.advertime.ru> - Время рекламы. Теория и практика рекламы. СМИ. РА.
9. <http://www.advi.ru> - Рекламные идеи. О брендинге и креативе.
10. <http://www.advertology.ru> - Наука о рекламе.
11. <http://www.advesti.ru> - Сайт, посвященный рекламодателям.
12. <http://www.media-online.ru/> -Media-online. Все о рекламе.
13. <http://www.rwr.ru> - RWR. Реклама в России.
14. <http://www.akarussia.ru/> - АКАР. Ассоциация Коммуникационных Агентств России.
15. <http://www.adme.ru> - Сайт о рекламе.
16. <http://www.reklamodatel.ru> - Журнал "Рекламодатель: теория и практика". Дизайн, фото, галереи.
17. <http://www.index.ru> - Index.ru открытая база данных по компаниям, работающим в области визуальных коммуникаций. Самый большой каталог выполненных работ.

### **4.3. Общие требования к организации образовательного процесса**

Учебный процесс по программе подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности 42.02.01 Реклама (базовой подготовки) проводится с использованием как традиционных (лекции, практические занятия и т. п.), так и инновационных (использование мультимедийных средств, интерактивное обучение, работа в сети Интернет и т. п.) форм и технологий образования.

Освоение программы модуля «Разработка и создание дизайна рекламной продукции» базируется на изучении общепрофессиональных дисциплин ОП. 01 Рисунок с основами перспективы, ОП.02. Живопись с основами цветоведения.

Реализация программы модуля предполагает учебную и производственную практику. Программа учебной практики реализуется в лаборатории макетирования графических работ Гуманитарного колледжа РГГУ, рекламных агентствах города Москвы и Московской области, организациях и предприятиях различных организационно-правовых форм. Программа производственной практики реализуется в рекламных агентствах города Москвы и Московской области, организациях и предприятиях различных организационно-правовых форм. Обязательным условием допуска к учебной и производственной практике в рамках профессионального модуля является поэтапное освоение междисциплинарных курсов «Художественное проектирование рекламного продукта» и «Разработка творческой концепции рекламного продукта». Аттестация по итогам практики проводится на основании результатов, подтверждаемых отчётами и дневниками практики студентов, а также отзывами руководителей практики на студентов. Учебная и производственная практика завершается зачётом студентами освоенных профессиональных компетенций.

Реализация модуля должна обеспечиваться доступом каждого обучающегося к базам данных и библиотечным фондам по перечню основной и дополнительной литературы, доступом в Интернет. Каждый обучающийся должен быть обеспечен не менее чем одним учебным печатным и/или электронным изданием по каждой дисциплине профессионального учебного цикла и одним учебно-методическим печатным и/или электронным изданием по каждому междисциплинарному курсу (включая электронные базы периодических изданий). Библиотечный фонд должен быть укомплектован изданиями основной и дополнительной учебной литературы (изданными за последние 5 лет), а также справочными, библиографическими и периодическими изданиями.

Реализация программы ПМ предусматривает самостоятельную (внеаудиторную) работу обучающихся. Внеаудиторная работа должна сопровождаться методическим обеспечением и обоснованием времени, затрачиваемого на ее выполнение.

При работе над курсовой работой по междисциплинарному курсу «Художественное проектирование рекламного продукта» для обучающихся проводятся консультации.

Изучение программы модуля завершается промежуточной аттестацией в форме экзамена по модулю для оценки усвоения общих и профессиональных компетенций по модулю.

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

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу (курсам): наличие высшего профессионального образования по специальности рекламного направления, соответствующей профилю модуля «Разработка и создание дизайна рекламной продукции»; опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы; преподаватели должны проходить стажировку в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой: наличие высшего профессионального образования по специальности рекламного направления, соответствующей профилю модуля «Разработка и создание дизайна рекламной продукции»; опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы; преподаватели должны проходить стажировку в профильных организациях не реже 1 раза



в 3 года. Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы, а также стажировка в профильных организациях не реже 1-го раза в три года являются обязательными.

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

Образовательная организация, реализующая подготовку по программе профессионального модуля, обеспечивает организацию и проведение текущего контроля и промежуточной аттестации.

Текущий контроль осуществляется преподавателем в процессе обучения.

В 3-5 семестрах студенты проходят промежуточную аттестацию по ПМ 01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции, которая направлена на проверку готовности обучающегося к выполнению указанного вида профессиональной деятельности и сформированности у него компетенций, определенных в разделе 2. Результаты освоения профессионального модуля. В 4 семестре формой промежуточной аттестации по МДК.01.01 Художественное проектирование рекламного продукта является аттестация с оценкой, в 5 семестре - зачет. В 4 семестре формой промежуточной аттестации по МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта является аттестация с оценкой, в 3 и 5 семестрах - зачет. В 5 семестре обучающиеся выполняют курсовую работу по МДК.01.01 Художественное проектирование рекламного продукта.

Промежуточная аттестация по учебной и производственной практике – дифференцированный зачет.

Обучение по профессиональному модулю завершается экзаменом по модулю, который проводит экзаменационная комиссия.

Формы и методы текущего контроля и промежуточной аттестации по профессиональному модулю самостоятельно разрабатываются образовательной организацией и доводятся до сведения обучающихся не позднее одного календарного месяца до начала сессии.

Для текущего контроля и промежуточной аттестации образовательной организацией создаются фонды оценочных средств (ФОС). ФОС включают в себя педагогические контрольно – измерительные материалы, предназначенные для определения соответствия (или несоответствия) индивидуальных образовательных достижений основным показателям результатов подготовки (таблицы).

<b>Результаты (освоенные профессиональные компетенции)</b>	<b>Основные показатели оценки результата</b>	<b>Формы и методы контроля и оценки</b>
ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Демонстрация умений поиска рекламных идей.</li> <li>• Полнота и точность мониторинга рекламных идей.</li> <li>• Обоснованность решений о поиске идей с использованием первичных источников.</li> <li>• Аргументированность выбора рекламной идеи.</li> </ul>	<p>Экспертное наблюдение и оценка в рамках текущего контроля:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• результатов работы на практических занятиях;</li> <li>• результатов выполнения индивидуальных домашних заданий.</li> </ul> <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения учебной и производственной практики.</p> <p>Экспертная оценка выполнения рекламного проекта.</p> <p>Оценка на экзамене по модулю.</p>
ПК 1.2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Аргументированность выбора изобразительных средств рекламы.</li> </ul>	<p>Экспертное наблюдение и оценка в рамках текущего контроля:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• результатов работы на</li> </ul>

<p>оптимальных изобразительных средств рекламы</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Точность и обоснованность выбора оптимальных изобразительных средств рекламы.</li> <li>• Демонстрация знаний об изобразительных средствах рекламы.</li> <li>• Демонстрация умения художественного эскизирования средств рекламы.</li> </ul>	<p>практических занятиях;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• результатов выполнения индивидуальных домашних заданий. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения учебной и производственной практики. Экспертная оценка выполнения рекламного проекта. Оценка на экзамене по модулю.</li> </ul>
<p>ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Полнота и точность составления брифа.</li> <li>• Демонстрация знаний о характеристиках и составе рекламных проектов.</li> <li>• Обоснованность решений при разработке рекламных проектов (методов и технологий).</li> <li>• Демонстрация умений представить свой проект.</li> <li>• Демонстрация знаний элементов состава рекламного проекта.</li> <li>• Аргументированность выбора элементов оптимального состава рекламного проекта.</li> </ul>	<p>Экспертное наблюдение и оценка в рамках текущего контроля:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• результатов работы на практических занятиях;</li> <li>• результатов выполнения индивидуальных домашних заданий. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения учебной и производственной практики. Экспертная оценка выполнения рекламного проекта. Оценка на экзамене по модулю.</li> </ul>
<p>ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Демонстрация умений составлять основной рекламный текст.</li> <li>• Обоснованность выбора литературной и художественной обработки рекламного текста.</li> <li>• Аргументированность применения слогана и дополнительных элементов рекламного текста.</li> <li>• Грамотность разработки рекламного текста.</li> <li>• Обоснованность выбранного типа слогана/нейма.</li> <li>• Демонстрация умений тестировать рекламный текст.</li> </ul>	<p>Экспертное наблюдение и оценка в рамках текущего контроля:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• результатов работы на практических занятиях;</li> <li>• результатов выполнения индивидуальных домашних заданий. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения учебной и производственной практики. Экспертная оценка выполнения рекламного проекта. Оценка на экзамене по модулю.</li> </ul>
<p>ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Демонстрация умений поиска рекламных визуальных образов.</li> </ul>	<p>Экспертное наблюдение и оценка в рамках текущего контроля:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• результатов работы на</li> </ul>

функциями	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Обоснованность решений о применении визуального образа.</li> <li>• Аргументированность выбора визуального образа и его функции.</li> <li>• Демонстрация умений создавать визуальный образ с применением художественно-изобразительных средств.</li> </ul>	<p>практических занятиях;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• результатов выполнения индивидуальных домашних заданий.</li> </ul> <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения учебной и производственной практики.</p> <p>Экспертная оценка выполнения рекламного проекта.</p> <p>Оценка на экзамене по модулю.</p>
-----------	--	---

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.

<b>Результаты (освоенные общие компетенции)</b>	<b>Основные показатели оценки результата</b>	<b>Формы и методы контроля и оценки</b>
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- участие в работе научно-студенческих обществ,</li> <li>- выступление на научно-практических конференциях,</li> <li>- участие во внеурочной деятельности, связанное с будущей специальностью (посещение профессиональных выставок, участие в конкурсах профессионального мастерства).</li> </ul>	<p>Экспертная оценка деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- на практических занятиях,</li> <li>- при выполнении работ по проекту,</li> <li>- при выполнении работ на различных этапах учебной и производственной практики,</li> <li>- при выполнении индивидуальных домашних заданий;</li> </ul>
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- выбор применения методов и способов решения профессиональных задач, оценка их эффективности и качества.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- при выполнении самостоятельной работы;</li> <li>- при проведении: зачета, экзамена по модулю.</li> </ul>
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- анализ профессиональных ситуаций,</li> <li>- решение стандартных и нестандартных задач.</li> </ul>	
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- эффективный поиск необходимой информации,</li> <li>- использование различных источников, включая Интернет, при изучении теоретического материала и прохождение различных этапов учебной практики.</li> </ul>	

<p>ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.</p>	<p>- использование в учебной и профессиональной деятельности, различных видов программного обеспечения, в том числе специального, при оформлении и презентации всех видов работ.</p>
<p>ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.</p>	<p>Взаимодействие:          - с обучающимися при выполнении коллективных заданий (проектов),          - с преподавателями, мастерами в ходе обучения,          - с потребителями и коллегами в ходе учебной практики.</p>
<p>ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.</p>	<p>- самоанализ и коррекция результатов собственной деятельности при выполнении коллективных заданий (проектов),          - ответственность за результат выполнения заданий (проектов).</p>
<p>ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.</p>	<p>- планирование и качественное выполнение заданий для самостоятельной работы при изучении теоретического материала и прохождение различных этапов учебной практики,          - определение этапов и содержание работы по реализации самообразования.</p>
<p>ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.</p>	<p>- адаптация к изменяющимся условиям профессиональной деятельности,          - проявление профессиональной маневренности при прохождении различных этапов учебной практики.</p>
<p>ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.</p>	<p>- демонстрация готовности принимать решения в условиях изменяющихся рыночных отношений, усиливающейся конкуренции и нести за них ответственность.</p>
<p>ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми</p>	<p>- использование приемов межличностного общения в процессе обучения,          - умение преодолевать коммуникативные барьеры.</p>

умениями общения на иностранном языке.		
--	--	--