



Автономная некоммерческая профессиональная образовательная
организация «Многопрофильная Академия непрерывного образования»
АНПОО «МАНО»
Колледж

ПРИНЯТО

Решением Педагогического
совета

АНПОО «МАНО»

Протокол № *01-01/33 от*

27.05.2024 г.



УТВЕРЖДАЮ

В.И. Гам Директор АНПОО «МАНО»

В.И. Гам

27 мая 2024 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и
основных креативных решений и творческих материалов на основных
рекламных носителях
Специальность 42.02.01 Реклама
Квалификация: Специалист по рекламе
Заочная форма обучения**

Омск, 2024

Программа профессионального модуля **ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях** разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее СПО) 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 21 июля 2023 г. № 552.

Организация-разработчик: АНПОО «Многопрофильная Академия непрерывного образования».

Разработчик: Кичук Е.А., преподаватель.

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. ПАСПОРТ ПРИМЕРНОЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2. СТРУКТУРА И ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	7
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	25
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	27
5. ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ И ДОПОЛНЕНИЙ, ВНЕСЕННЫХ В РАБОЧУЮ ПРОГРАММУ	31

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

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

В результате изучения профессионального модуля обучающихся должен освоить основной вид деятельности «создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях» и соответствующие ему общие компетенции и профессиональные компетенции:

1.1.1. Перечень общих компетенций:

Код	Наименование общих компетенций
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста
ОК 06	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках

1.1.2. Перечень профессиональных компетенций

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
ВД 4	Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях
ПК 4.1	Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании
ПК 4.2	Разрабатывать творческие рекламные решение в целях тактического планирования рекламной коммуникационной компании
ПК 4.3	Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет

1.1.3. В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

Владеть навыками	– подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и
------------------	--

	<p>коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом Уникального Торгового Предложения (УТП);</p> <ul style="list-style-type: none"> – поиска и подбора оригинального нейма и слогана; – определения оригинальной идеи для рекламной кампании; – подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом инсайта для РК; – оформления текстовых и графических документов; – оформление рекламных носителей, в том числе текстовых и графических; – создания визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом, поставленных задач в области рекламы.
Уметь	<ul style="list-style-type: none"> – использовать поисковые системы интернета – использовать технологии поисково-контекстной рекламы и их системы размещения; – определять эффективные УТП (уникальные торговые предложения) и офферы; – доводить информацию заказчика до ЦА; – использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество; – использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; – проверять рекламные материалы на уникальность / оригинальность; – использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете; – создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий; – конвертировать файлы в нужные форматы; – использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат; – размещать рекламные материалы в социальных медиа; – подбирать визуальные и текстовые материалы в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для интернет-продвижения; – представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов; – обеспечивать качественное функционирование сайта; – писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов; – создавать графические материалы рекламного характера; – находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА; – разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации, представляя их в виде мудборда или референсов; – составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа; – создавать оригинальные, современные по стилю сайты; – разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику;

	<ul style="list-style-type: none"> – использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов; – повышать информационную наглядность сайтов; – создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях.
Знать	<ul style="list-style-type: none"> – виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; – отраслевую терминологию; – требования к визуальным и текстовым материалам в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; – технологии воздействия на аудиторию при с применением визуальных и текстовых материалов в социальные сети и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам; – важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании; – программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей; – возможности интернет-ресурсов для макетирования рекламных носителей; – виды сайтов, их возможности и варианты применения; – требования к качественному функционированию сайтов; – технические средства создания визуального контента; – возможности и ресурсы для макетирования рекламных носителей; – структуру брифа и требования к нему; – важность учета пожеланий заказчика при разработке фирменного дизайна и элементов фирменного стиля; – важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей; – требования к электронной презентации для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; – технологии воздействия на аудиторию при проведении презентаций и защит проектов.

1.4.Количество часов, отводимое на освоение профессионального модуля

всего – 416 часа, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 344 часа, включая:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 48 часов;

самостоятельной работы обучающегося – 284 часа;

промежуточная аттестация – 12 часов;

учебной практики – 36 часов;

производственной практики –36 часов.

2. СТРУКТУРА И ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Коды профессиональных и общих компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего, час.	Объем профессионального модуля, ак. час.						
			Обучение по МДК					Практики	
			В том числе						
			лекций	Лабораторных и практических	Курсовых работ	Самостоятельная работа	Промежуточная аттестация	Учебная	Производственная
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3, ОК 01 - ОК 06, ОК 09	МДК 04.01. Разработка творческих рекламных решений	172	10	12	-	144	6		
	МДК 04.02. Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки	172	10	12	4	140	6		
	Учебная практика, часов	36						36	
	Производственная практика (по профилю специальности), часов	36							36
	Всего:	416	20	24	4	284	12	36	36

2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем, акад. ч / в том числе в форме практической подготовки, акад ч
1	2	3
МДК.04.01 Разработка творческих рекламных решений		
Раздел 1. Система корпоративной идентичности в рекламной деятельности		
Тема 1. Система корпоративной идентичности, ее основные функции и элементы	Содержание учебного материала	
	Лекция. Понятие системы корпоративной идентичности, фирменного стиля, бренд айдентики. Бренд-айдентика и корпоративная айдентика. Брендбук, гайдлайн, логобук.	2
	Самостоятельная работа обучающихся Бренд-айдентика и корпоративная айдентика. Брендбук, гайдлайн, логобук. Основные функции системы корпоративной идентичности. Влияние системы корпоративной идентичности на эффективность рекламной коммуникации.	6
	Самостоятельная работа обучающихся Основные элементы системы корпоративной идентичности. Методика разработки шрифтового логотипа. Виды визуальных знаков. Методика разработки графического знака.	6
	Самостоятельная работа обучающихся Причины и способы изменения корпоративной айдентики. Редизайн, рестайлинг, ребрендинг.	4
	Самостоятельная работа обучающихся Носители корпоративной идентичности: деловая документация, корпоративная одежда и транспорт, сувенирная продукция.	6
	Практическое занятие. Разработка шрифтового логотипа и графического фирменного знака	2
	Самостоятельная работа обучающихся. Формирование системы корпоративной идентичности Разработка комплекса носителей корпоративного стиля	4
Раздел 2. Рекламное проектирование		

Тема 2. Основы проектирования рекламного продукта	Самостоятельная работа обучающихся Реклама. Рекламный дизайн. Изобразительные средства отображения в дизайне. Композиция. Золотое сечение. Колористика. Орнамент. Абстрактные композиции на модульной основе.	4
	Самостоятельная работа обучающихся Визуальные иллюзии в графическом дизайне. Шрифт. Графема, гарнитура. Элементы шрифта. Перспектива как художественный прием.	4
	Самостоятельная работа обучающихся Эскизирование. Стилизация. Принципы получения стилизованного изображения. Применение. Стилизация в знаке. Корпоративный стиль. Логотип. Торговая марка. Плакат. Рекламный плакат. <i>Круглый стол:</i> осуществлять поиск рекламных идей. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.	4
Тема 3. Изобразительные средства в рекламе	Самостоятельная работа обучающихся Шрифт как элемент художественного оформления. Роль и значение шрифта в графическом дизайне и рекламе. Шрифтовой знак как средство коммуникации. Шрифтовые гарнитуры как средство создания гармоничной композиции. Шрифтовой плакат. Рекламный плакат. Значение плаката в рекламе. Фирменный шрифт. Разработка фирменного шрифта. Креативный подход к созданию шрифта. Разработка элементов фирменного стиля.	8
	Самостоятельная работа учащегося «Графические шрифтовые композиции» «Шрифтовой плакат» «Творческий подход к созданию шрифта» «Рекламный текст» «Рекламный слоган» «Рекламный плакат» «Логотип. Фирменный стиль» Графическая шрифтовая композиция. Разработка шрифтового плаката.	6
	Практические занятия. Составление рекламного текста. Разработка слогана. Разработка рекламного плаката.	2

	Самостоятельная работа учащегося Понятие фирменного стиля в рекламе. Элементы фирменного стиля. Разработка логотипа. Проектная деятельность: разрабатывать авторские рекламные проекты.	2
Промежуточная аттестация		2
Всего за семестр		62
Тема 4. Реклама товарной продукции.	Лекция. Реклама товарной продукции. Технология производства выставочного продукта. Значение упаковки товара в рекламе История развития технологии оформительского искусства выставок, роль и место связей с общественностью в выставочной деятельности организации.	2
	Самостоятельная работа учащегося Реклама торгового предприятия. Роль визуальной рекламы. Информационно-аналитическая деятельность организации во время проведения выставки. Современные тенденции в российской рекламе.	6
	Практическое занятие Разработка визуальной рекламы для производственного предприятия или торговой фирмы. Разработка приглашения на выставку/рекламной листовки для магазина. Разработка выставочного стенда/витрины	2
Тема 5. Правовое регулирование рекламной деятельности. Требования к рекламе	Самостоятельная работа обучающихся Государственное регулирование рекламной деятельности в России Федеральный закон РФ «О рекламе» Практические занятия: Изучение Федерального закона «О рекламе» Ненадлежащая реклама. Особенности рекламы алкогольной продукции. Особенности рекламы пива. Особенности рекламы биологически активных добавок. Защита несовершеннолетних в рекламе. Особенности рекламы оружия.	6
Тема 6. Классификация средств рекламы.	Самостоятельная работа обучающихся Классификация средств рекламы.	2

Печатные средства массовой информации	Средства рекламы. Печатные СМИ. Преимущества и недостатки рекламы в газетах и журналах.	
	Самостоятельная работа обучающихся Использование печатных средств массовой информации Самостоятельная работа учащегося: Анализ рынка печатной продукции. Рынок прессы рекламы в печатных изданиях. Анализ деловых ситуаций по составлению и оформлению текстов рекламных объявлений.	4
Тема 7. Электронные средства массовой информации	Самостоятельная работа обучающихся Реклама на телевидении Аудиореклама Интернет – реклама Составление рекламных сообщений для различных категорий потребителей Самостоятельная работа учащегося: Анализ рекламного рынка на радио. Анализ рекламной продукции на телевидении.	6
Тема 8. Фирменный стиль	Самостоятельная работа обучающихся Значение фирменного стиля как вида рекламы. Понятие бренда. Основные носители фирменного стиля. Маркетинговые материалы. Сувенирная продукция. POS-материалы. Роль коммуникаций на местах продаж в общей системе продвижения товара. Презентации и сопроводительные документы	4
	Практические занятия. Фирменный стиль Разработка фирменной визитки Разработка фирменного блока: папка, бланк, конверт Создание фирменного рекламного буклета	2
	Самостоятельная работа обучающихся Разработка воблера и шелфтокера Разработка рекламного дисплея Разработка эскизов для рекламного каталога Проектная деятельность: Создавать визуальные образы с рекламными функциями	6
Тема 9. Упаковка как вид рекламной продукции	Самостоятельная работа обучающихся Упаковка как вид рекламной продукции. Особенности промоупаковки. Дополнительная коммуникация на упаковке.	6

	Эксклюзивная упаковка с Ложементом Разработка промоупаковки	
Тема 10. Рекламное проектирование	Самостоятельная работа обучающихся Проведение ситуационного анализа и формирование ключевых рекламных решений. Понятие инсайта и key visual.	2
	Лекция. Рекламное проектирование Рекламный текст и копирайтинг. Прием литературного тропа в создании креативной рекламы. Виды тропов. Работа с заказчиком. Заполнение и утверждение брифа. Бриф, дебриф, креативный бриф.	2
	Самостоятельная работа обучающихся Проведение ситуационного анализа и формирование ключевых рекламных решений. Понятие инсайта и key visual.	2
	Самостоятельная работа обучающихся Проведение анализа, формирование ключевого рекламного решения.	2
	Самостоятельная работа обучающихся Создание инсайта, разработка рекламного текста	2
	Самостоятельная работа обучающихся Создание ключевого визуального образа (Key visual). Разработка комплекса рекламной продукции для продвижения нового товара на рынок	6
Тема 11. Оформление торгового пространства	Самостоятельная работа обучающихся Оформление торгового пространства и торговых зон, витрин. Рекламные вывески. Торговые дисплеи. Ростовые фигуры, тотемы. Промостойки. Оформление витрин	4
	Практические занятия Разработка рекламной вывески Разработка торгового дисплея Разработка промостойки Разработка дизайн-проекта витрины магазина Проектная деятельность: разрабатывать авторские рекламные проекты.	2
	Самостоятельная работа при изучении раздела ПМ Разработать декоративный шрифт (алфавит) (на основе исторической классификации, создание выбранного образа или соответствие выбранной теме). Выполнить зарисовки знаков-символов для предметно-пространственной среды	12

	<p>Разработка рекламной листовки</p> <p>Разработка рекламного плаката на социальную тему</p> <p>Разработка сувенирной продукции</p> <p>Создание тестер-холдера</p> <p>Разработка эксклюзивной подарочной упаковки</p> <p>Разработка дизайн-проекта прикассовой зоны магазина</p>	
Тема 12. Проектирование печатной рекламы	Лекция. Проектирование печатной рекламы. Виды печатной рекламы. Технологии печатной рекламы.	2
	Самостоятельная работа при изучении раздела Проектирование BTL-рекламы. Виды POSM. Виды рекламы для сопровождения экспозиционной деятельности. Разработка комплекса POSM.	6
Тема 13. Проектирование рекламы в онлайн среде	Самостоятельная работа обучающихся Основные виды рекламных носителей в онлайн-среде. Типы и структура сайтов. Контекстная и таргетированная реклама. Виды интернет-баннеров.	2
	Самостоятельная работа обучающихся Разработка комплекса рекламной продукции для продвижения в онлайн среде	2
Раздел 3. Проектирование рекламного комплекса		
Тема 14. Проектирование наружной рекламы	Лекция. Особенности наружной рекламы. Проектирование рекламных конструкций. Уличная реклама. Транзитная реклама. Световые конструкции. Виды наружной рекламы, конструктивные особенности, технологии создания.	2
	Самостоятельная работа обучающихся Разработка дизайн-проекта уличной рекламы на различных носителях Разработка комплекса и серии креативной наружной рекламы	4
Тема 15. Проектирование транзитной рекламы	Самостоятельная работа обучающихся Виды транзитной рекламы	2
	Практическое занятие. Разработка комплекса транзитной рекламы	2
Курсовой проект (работа) Тематика курсовых работ: 1. Совершенствование рекламной коммуникации посредством редизайна сайта и адаптации для мобильных устройств.		4

<ol style="list-style-type: none"> 2. Совершенствование рекламной коммуникации в соцсетях. 3. Совершенствование рекламной коммуникации посредством проведения мероприятий (Event-мероприятия, btl акции, выставки и т.д.). 4. Совершенствование рекламной коммуникации посредством разработки фирменного стиля. 5. Совершенствование рекламной коммуникации посредством рестайлинга фирменного стиля. 6. Совершенствование рекламной коммуникации посредством разработки сайта. 7. Совершенствование рекламной коммуникации посредством продвижения в онлайн среде. 8. Совершенствование рекламной коммуникации посредством создания контента. 9. Совершенствование рекламной коммуникации посредством разработки рекламной продукции. 10. Совершенствование рекламной коммуникации посредством smm продвижения. 11. Разработка фирменного стиля и формирование имиджа компании. 12. Разработка рекламного комплекса для торговой марки. 13. Разработка рекламного комплекса для предприятия. 14. Разработка рекламного комплекса для увеличения лояльности целевой аудитории. 15. Разработка рекламной кампании в соцсетях для узнаваемости и информирования целевой аудитории для предприятия. 16. Разработка рекламной кампании в онлайн среде. 17. Разработка и создание медиа контента и раздаточных материалов. 18. Разработка материалов для совершенствования рекламной коммуникации. 19. Проведение рестайлинга фирменного стиля и создание печатной продукции. 20. Формирование (если на стартапе) рекламной коммуникации посредством создания фирменного стиля для предприятия. 21. Формирование рекламной коммуникации в онлайн среде. 22. Продвижение посредством таргетированной рекламы. 23. Продвижение посредством контекстной рекламы. 24. Проведение рестайлинга фирменного стиля для повышения узнаваемости имиджа компании. 25. Разработка комплекса печатной рекламы для информирования целевой аудитории. 26. Креативная концепция для создания рекламной кампании. 27. Разработка корпоративного персонажа для использования в рекламной продукции. 28. Разработка корпоративного персонажа для повышения узнаваемости. 29. Разработка сценария и раскадровки рекламной медиапродукции. 	
Промежуточная аттестация	4
Всего часов за семестр	110

Всего часов по МДК		172
МДК.04.02 Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки		
Раздел 1. Основы компьютерной графики		
Тема 1.1. Основы векторной графики. Программа Adobe Illustrator	Содержание учебного материала	
	Лекция. Основные настройки и инструменты, навыки работы с объектами, работа с цветом, способы окрашивания объектов. Операции над объектами (трансформация, порядок, выравнивание, геометрические операции над объектами). Создание и редактирования контуров. Техника рисунка в кривых и работа с текстом. Создание текстурных векторных кистей.	1
	Самостоятельная работа обучающихся. Рисунок из геометрических объектов. Создание логотипа. Работы с кривыми. Создание патера; Кисти. Создание текстурных векторных кистей	4
	Самостоятельная работа обучающихся. Векторный компьютерный рисунок с использованием кривых. Создание рекламного плаката. Работа с текстом. Разработка дизайна интернет-рассылок.	2
Тема 1.2. Основы растровой графики. Программа Photoshop	Самостоятельная работа обучающихся. Интерфейс программы Photoshop. Основные инструменты. Способы выделения. Понятия слоя. Работа со слоями, многослойные изображения. Работа с текстом и эффекты в растровой среде. Техника ретуширования. Цветовая тоновая коррекция изображения	4
	Самостоятельная работа обучающихся. Создание композиции с использованием готовых выделенных объектов	2
	Практическое занятие. Создание многослойной монтажной композиции в растровой графике Компьютерная обработка растрового изображения: стилизация фотографии «под вектор» Обработка фотографий в программе растровой графики	2
	Самостоятельная работа обучающихся. Размещение объектов с учётом перспективы Создание рекламной листовки в программе Photoshop	2
Примерная тематика самостоятельной работы		4

<p>Работа с конспектами, учебной и специальной литературой (по параграфам, главам учебных пособий, указанным преподавателем).</p> <ul style="list-style-type: none"> – Импорт и экспорт изображений, работа с растровыми изображениями. – Специальные эффекты в векторной среде. – Цветовая-тоновая коррекция фотографий. – Художественное редактирование растровых изображений, создание рекламного плаката, в основе которого лежит фотомонтаж. 		
<p>Раздел 2. Выбор основных изобразительных средств рекламной фотографии.</p>		
<p>Тема 2.1. Введение в фотодело</p>	<p>Лекция. История возникновения. Принципы работы и техническое оснащение фотоаппарата. История возникновения фотографии. Основы работы с современной фототехникой. Дополнительное оборудование Основные правила работы с фототехникой. Особенности работы режимов фотокамеры. Творческий режим. Создание портрета. Черно-белая фотография.</p>	1
	<p>Самостоятельная работа обучающихся Анализ репортажной и стрит-фотографии на страницах печатных и интернет-изданий Правила пейзажной и архитектурной фотографии. Ночная съемка. Особенности работы при малой освещенности. Начало работы в графическом редакторе.</p>	4
	<p>Самостоятельная работа обучающихся. История фотографии в личностях. Основные правила работы с фототехникой. Создание портрета. Черно-белая фотография. Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.</p>	2
<p>Тема 2.2. Режимы фотосъемки. Композиционный треугольник.</p>	<p>Самостоятельная работа обучающихся. Режимы фотосъемки. Композиция в фотографии. Особенности работы режимов фотокамеры</p>	2
	<p>Самостоятельная работа обучающихся Режимы фотосъемки. Композиция в фотографии. Особенности работы режимов фотокамеры. Творческий режим. Анализ рекламной фотографии на страницах печатных и интернет изданий.</p>	4

	<p>Самостоятельная работа обучающихся Каталожная фотография. Предметная фотографии. Интерьерная и архитектурная съемка.</p>	2
	<p>Самостоятельная работа обучающихся. Разработки идеи фэшн-фотографии. Анализ рекламы и рекламной фотографии с точки зрения психологии цвета. Подбор цветовой гаммы для рекламного продукта. Правила геометрии в рекламной фотографии. Исполнение оригинала или отдельных элементов проекта в материале.</p>	4
<p>Тема 2.3. Жанры фотографии. Особенности съемки фотографии при различных жанрах.</p>	<p>Самостоятельная работа обучающихся Понятие жанр. Виды жанров и их взаимодействие. Жанры фотографий на страницах печатных и интернет-изданий.</p>	2
<p>Тема 2.4. Основы работы в графических редакторах</p>	<p>Самостоятельная работа обучающихся История возникновения ретуши изображений. Графическая обработка фотографий. Начало работы в графическом редакторе.</p>	4
<p>Тема 2.5. Рекламная фотография</p>	<p>Самостоятельная работа обучающихся. Рекламная фотография Понятие рекламной фотографии. История рекламной фотографии. Анализ рекламной фотографии на страницах печатных и интернет-изданий</p>	2
<p>Тема 2.6. Жанры рекламной фотографии</p>	<p>Самостоятельная работа обучающихся Общая характеристика жанров рекламной фотографии. Жанры рекламной фотографии и их анализ на страницах печатных и интернет-изданий.</p>	2
<p>Тема 2.7. Психология цвета в рекламе</p>	<p>Самостоятельная работа обучающихся. Психология цвета в рекламе Место цвета в рекламной фотографии. Психология цвета в рекламе. Рекламная фотография и цветовая гамма. Анализ рекламы и рекламной фотографии с точки зрения психологии цвета.</p>	2
<p>Тема 2.8. Геометрия в рекламной фотографии.</p>	<p>Самостоятельная работа обучающихся Геометрия в рекламной фотографии. Принцип золотого сечения в рекламной фотографии Правила геометрии в рекламной фотографии</p>	2
<p>Тема 2.9. Разработка рекламного снимка.</p>	<p>Самостоятельная работа обучающихся Идея, разработка и этапы подготовительного процесса.</p>	4

	Идея и разработка рекламной фотографии. Постановка идеи заказчиком и возможности ее выполнения.	
Тема 2.10. Работа с моделью	Практические занятия. Работа с моделью Взаимодействие фотографа и модели. Съемка при естественном освещении. Работа с тенями. Естественный свет в фотографии: виды и особенности Правила создания фотографии с использованием света и тени. Выбор инструмента, оборудования, основных изобразительных средств и материалов	2
Промежуточная аттестация		2
Всего часов за семестр		62
Тема 2.11. Студийная фотосъемка	Практические занятия. Студийная фотосъемка Работа фотографа в графических редакторах. Обработка рекламных фотографий в графических редакторах Adobe Photoshop и Adobe Lightroom. Выбор и подготовка рекламной фотографии для ретуши. Выбор инструмента, оборудования, основных изобразительных средств и материалов	1
	Самостоятельная работа обучающихся Работа в графических редакторах. Обработка рекламных фотографий в графических редакторах	4
Тема 2.12. Использование студийного оборудования, технология фототравирования.	Самостоятельная работа обучающихся Особенности технологии прикладного использования студийного оборудования.	2
	Практическое занятие. Схемы установки студийного освещения для решения основных задач рекламной фотосессии. Использование насадок и фильтров на приборы студийного освещения, для создания специфического светового рисунка на рекламируемом объекте.	1
Тема 2.13. Работа над имиджевой фотографией, фотосессия предметов потребления.	Лекция. Работа над имиджевой фотографией, фотосессия предметов потребления Фотографирование визуальных рекламных композиций. Фотосессия предметов потребления. Фотосессия визуальных композиций. Фотосессия имиджевого предмета. Креативная компоновка различных предметов в композицию для рекламного проекта.	2
	Самостоятельная работа обучающихся	4

	Компоновка и финишное решение для рекламной композиции натюрморта предметов потребления. Подбор визуального ряда и текстового материала по заданной теме в фотосессии визуальной композиции.	
	Самостоятельная работа обучающихся Фотосессия имиджевого предмета. Подбор вариантов креативного решения освещения для выявления визуального акцента. Фотографирование визуального проекта имиджевой фотосессии.	4
Примерная тематика самостоятельной учебной работы при изучении раздела 2		
	1. Пробная фотосессия предметов. 2. Приобретение знаний композиции в составлении натюрморта. Фотографирование натюрморта со студийным светом. 3. Подбор оптики по свойствам, параметрам и творческим задачам. 4. Приобретение знаний об оптической системе фотокамеры. Работа с объективами различных оптических систем.	4
Раздел 3. Использование технологии создания рекламных фотокомпозиций		
Тема 3.1. Разработка и создание дизайна рекламной продукции	Самостоятельная работа обучающихся Осуществление поиск рекламных идей. Художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы в жанрах.	2
	Самостоятельная работа обучающихся Разработка авторского рекламного проекта. Создание визуальных образов с рекламными функциями.	4
Тема 3.2. Производство рекламной продукции	Самостоятельная работа обучающихся Выбор и использование инструментов, оборудования, материалов и изобразительных средств Использование изобразительных средств оптики, фактуры, световых схем для создания имиджа рекламного продукта.	4
	Практическое занятие. Производство рекламной продукции Создание модели, макета, сценария визуального решения объекта Исполнение рекламного решения имиджа в визуальном образе.	2
Примерная тематика самостоятельной работы. Комплексное фото сопровождение бренда, продукции, каталогизирование визуальных образов. Создание конечного визуального продукта рекламной фотосессии. Разработка имиджевого решения визуального ряда рекламируемого объекта.		
Раздел 4. Техника и технология рекламного видео		

Тема 4.1. Способы формирования идеи. Запись идеи для дальнейшего видео производства.	Самостоятельная работа обучающихся Логлайн. Синопсис. Сценарий. Раскадровка. Трехактная структура повествования	2
	Самостоятельная работа обучающихся Написание своих логанов к реальным фильмам, написание логанов к своему воображаемому рекламному ролику. Написание своего сценария по логлайну к своему рекламному ролику. Создание раскадровки по своему сценарию рекламному ролику.	2
Тема 4.2. Техника рекламной видеосъемки	Лекции. История и предпосылки возникновения кино и телевидения, пути их развития; исторические аналоги Производство телевизионной рекламы и другой видеопродукции Виды съемочной аппаратуры, ее основные узлы, носители изображения	2
	Самостоятельная работа обучающихся Виды осветительной техники. Естественный и искусственный свет. Экспонетрия. Съемка статичной и движущейся камерами. Организация видео съёмочного процесса. Ракурсы и планы в видеосъемке. Композиция видеосъемки.	4
	Практические занятия. Разработка видеоролика с рекламой товара Съемка видеоролика с рекламой товара Съемка и разработка видеоролика с юмористическим сюжетом Съемка и разработка видеоролика с интервью Разработка видеоролика с рекламой услуг Выбор инструмента, оборудования, основных изобразительных средств и материалов	2
	Самостоятельная работа обучающихся Съемка видеоролика с рекламой услуг Съемка и разработка видеоролика экскурсии	2
Тема 4.3. Технологии видеомонтажа рекламных роликов	Лекции. Технологии видеомонтажа рекламных роликов Аналоговая и цифровая аудио и видео информация. Преобразование информации. Методы и принципы линейного и нелинейного монтажа Современное программное обеспечение для видеозахвата. Виды компьютерных программ видеоредакторов. Способы и технологии работы с ними Экспорт и импорт видеоматериала.	2

	<p>Видеоформаты, различные виды трансляции и передачи видеосигнала и звука. Способы сжатия видеоинформации Способы и приемы видеомонтажа Способы и приемы вывода готового фильма или ролика</p>	
	<p>Самостоятельная работа обучающихся. Интерфейс программы Pinnacle Studio Параметры проекта. Импорт составляющих фильма. Переходы, применение переходов. Спецэффекты. Титры. Движение титров, видеофрагментов и статических изображений Наложение изображений. Создание меню. Вывод фильма на различные носители. Интерфейс программы SonyVegas. Параметры проекта. Импорт составляющих фильма. Исполнение оригинала или отдельных элементов проекта в материале.</p>	8
	<p>Самостоятельная работа обучающихся Создание видеоэффектов для фильмов и роликов. Создание переходов для фильмов и роликов. Спецэффекты. Создание титров для фильмов и роликов. Создание меню для фильмов и роликов. Вывод смонтированных роликов в файл, на диск, на пленку.</p>	4
<p>Тема 4.4. Техника рекламной видеосъемки</p>	<p>Лекции. Техника рекламной видеосъемки. Оборудование для видеосъемки, его характеристики. Форматы видеокамер: VHS, VHS-c, Super VHS-c, Video-8, Hi-8, Digital, Betacam. Сравнительная характеристика, область применения. Цветовые матрицы.</p>	2
	<p>Самостоятельная работа обучающихся Техника рекламной видеосъемки Выполнение видеосъемки для ролика «Реклама товара» Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.</p>	4
	<p>Самостоятельная работа обучающихся Выполнение видеосъемки для ролика «Интервью» Выполнение видеосъемки для ролика «Социальная реклама» Выполнение видеосъемки для ролика «Мероприятие»</p>	4
<p>Тема 4.5. Технологии видеомонтажа рекламных роликов</p>	<p>Самостоятельная работа обучающихся Видеомонтаж ролика «Интервью» Видеомонтаж ролика «Реклама товара» Видеомонтаж ролика «Социальная реклама» Видеомонтаж ролика «Мероприятие»</p>	4
<p>Тема 4.6. История телевизионного ролика;</p>	<p>Самостоятельная работа обучающихся Производство телевизионной рекламы и другой видеопродукции Виды съемочной аппаратуры, ее основные узлы, носители изображения</p>	2

природа и функции рекламного ролика	Съемка статичной и движущейся камерами. Оптика, общие понятия, технические характеристики. Дискретная оптика	
Тема 4.7. Разработка рекламного ролика	Самостоятельная работа обучающихся Рекламный ролик, этапы подготовки. Свет и освещение, осветительное оборудование и осветительные приборы. Естественный и искусственный свет. Экспонометрия	4
	Самостоятельная работа обучающихся Основные этапы подготовительного (пред постановочного) процесса. Съемочный процесс Видеомонтаж, кадр и монтаж	2
Тема 4.8. Съемка видеоматериала	Практическое занятие. Съемка видеоматериала Съемка видеоматериала для создания различных рекламных видеороликов. Программные режимы съемки Художественно-документальный образ, актер, пространство Видеосъемка в павильоне, в интерьере, на природе. Невидимый художник (оформление материала) Монтажно-тонировочный период	2
Тема 4.9. Тритмент. Референсы	Самостоятельная работа обучающихся Тритмент. Структура. Наполнение. Референсы.	2
	Самостоятельная работа обучающихся Написать триметр опираясь на свой логин и сценарий. Научится пользоваться ресурсами для поисков референсов Собрать референсы для своего ролика поместить в Тритмент.	4
Тема 4.10. Создание рекламного видеоролика по-своему тритменту.	Самостоятельная работа обучающихся Основные принципы композиции кадра. 10 принципов монтажа.	4
	Самостоятельная работа обучающихся Снять рекламный ролик. Опираясь на свой три. Смонтировать рекламный ролик согласно раскадровки тмент	6
Промежуточная аттестация		4
Всего часов за семестр		110

Всего часов по МДК	172
<p>Учебная практика</p> <ul style="list-style-type: none"> • Использование типографики в графическом дизайне. • Создание информационного плаката. • Техника масло, карандаш, акварель в компьютерной графике. • Создание рекламных продуктов с цифровой живописью. • Проведение ситуационного анализа • Поиск инсайта и ключевых рекламных решений • Разработка рекламной продукции • Визуальная коммуникация с использованием рекламной фотографии. • Разработка темы и сюжета рекламной фотосессии. • Составление рекламного брифа по задачам фотосъёмки. • Подготовка и обозначение оборудования и реквизитов рекламной фотосессии. • Обработка фотографий в графическом редакторе с использованием простых приемов создания и обработки изображения. • Формирование положительного имиджа бренда или персоны. • Разработка темы и сюжета рекламной фотосессии; • Составление или импортирование рекламного брифа по задачам фотосъёмки. • Подготовка и обозначение оборудования и реквизитов рекламной фотосессии. • Жанр и стиль. Определение жанра и стиля рекламной фотосессии. • Персонажи, фотомодели. Объект и субъект. Натура, фотостудия. • Тестовые съёмки природы для рекламной фотосессии. • Подготовка фотостудии для рекламной фотосессии (реквизит, аксессуары, набор осветительного оборудования и источников света). • Организация и проведение фотосъёмки. Компьютерная обработка фотографий с использованием простых приемов создания и обработки изображения. 	36
<p>Производственная практика</p> <p>Характеристика предприятия, организационная структура предприятия.</p> <p>Разработка и создание рекламной продукции:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выбор художественной формы реализации рекламной идеи; - создание визуального образа с рекламными функциями; 	36

<p>- художественное конструирование рекламных продуктов по заданию. Художественное редактирование растровых изображений, создание рекламного плаката, в основе которого лежит фотомонтаж. Создания шрифтовых композиций. Спецэффекты Составление брифа, поиск инсайта и ключевых рекламных решений Основные виды деятельности, ассортимент продукции, структура управления, должностные обязанности специалистов организации. Место фотографии в цепочке рекламной продукции. Анализ рекламной деятельности предприятия. Организация и подготовка выпуска, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы. Технология организации и проведения фотосопровождения.</p>	
Всего	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Кабинет «дизайна и макетирования рекламной продукции», оснащенный в соответствии с п. 6.1.2.1 примерной образовательной программы по специальности.

Лаборатории «цифровых коммуникационных технологий», «компьютерной графики», «видеостудия», «фотостудия» в соответствии с п. 6.1.2.3 примерной образовательной программы по специальности.

Оснащенные базы практики в соответствии с п. 6.1.2.4 примерной образовательной программы по специальности.

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы для использования в образовательном процессе. При формировании библиотечного фонда образовательной организации выбирается не менее одного издания из перечисленных ниже печатных изданий и (или) электронных изданий в качестве основного, при этом список может быть дополнен новыми изданиями.

3.2.1. Основные печатные издания

1. Бернбах, Б. Библия Билла Бернбаха: история рекламы, которая изменила рекламный бизнес / Б. Бернбах, Б. Левенсон. - М.: Издательство "Эксмо" ООО, 2021. - 288 с.
2. Бушков, Василий Дизайн рекламы. 10 иллюстрированных уроков / Василий Бушков. - М.: Издательские решения, 2019. - 312 с.
3. Бхаскаран, Лакшми Анатомия дизайна. Реклама, книги, газеты, журналы / Лакшми Бхаскаран. - М.: АСТ, Астрель, ОГИЗ, 2019. - 256 с.
4. Бхаскаран, Лакшми Анатомия дизайна: реклама, книги, газеты, журналы / Лакшми Бхаскаран. - М.: АСТ, 2019. - 637 с.
5. Головач, В.В. Дизайн пользовательского интерфейса (v 1.2) / В.В. Головач. - М.: 2020. - 138 с.
6. Голубятников, И.В. Дизайн. История, современность, перспективы: моногр. / И.В. Голубятников. - М.: ИЗД-ВО "МИР ЭНЦИКЛОПЕДИЙ", 2022. - 224 с.
7. Данилов, Александр Идея, сценарий, дизайн в рекламе / Александр Данилов. - М.: ДАН, 2021. - 252 с.
8. Зурабова Анастасия., Фуд-фотография. От теории к практике., Эксмо., М., 2020.
9. Карповская, Елена Визуальные коммуникации в графическом дизайне. От шрифтов и композиции к эффективным навыкам рекламы / Елена Карповская. - М.: LAP Lambert Academic Publishing, 2019. - 277 с.
10. Келби С., Цифровая фотография.Т. 1., Диалектика., Москва; Санкт- Петербург; Киев., 2020.
11. Коттон Ш., Фотография как современное искусство., Ад Маргинем., -М., 2020.
12. Курушин, В. Д. Графический дизайн и реклама / В.Д. Курушин. - М.: ДМК Пресс, 2019. - 204 с.
13. Курушин, В. Д. Дизайн и реклама. От теории к практике / В.Д. Курушин. - М.: ДМК Пресс, 2019. - 662с.
14. Курушин, В.Д. Графический дизайн и реклама / В.Д. Курушин. - М.: ДМК Пресс, 2020. - 270 с.
15. Марио, Прикен Идеал. Стратегический менеджмент идей для маркетинга, рекламы, СМИ и дизайна: кузница идей - алхимия творчества / Прикен Марио. - М.: Дитон, 2020. - 743 с.
16. Мокшанцев Р. И. «Психология рекламы» - М.: ИНФРА-М, 2020.
17. Овчинникова, Р. Ю. Дизайн в рекламе / Р.Ю. Овчинникова. - М.: Юнити-Дана, 2022. - 240 с.

18. Овчинникова, Р.Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования. Гриф УМО МО РФ / Р.Ю. Овчинникова. - М.: Юнити-Дана, 2019. – 383с.
19. Павловская, Елена Дизайн рекламы: поколение NEXT / Елена Павловская. - М.: Питер, 2019. - 320 с.
20. Пайл, Д. Дизайн интерьеров и архитектура. 6000 лет истории / Д. Пайл. - М.: АСТ, 2020. - 285 с.
21. Пигулевский, В.О. Визуальные коммуникации в рекламе и дизайне / В.О. Пигулевский. - М.: Институт прикладной психологии "Гуманитарный центр", 2021. - 851 с.
22. Романычева, Э. Т. Дизайн и реклама. Компьютерные технологии / Э.Т. Романычева. - М.: ДМК Пресс, 2022. - 573 с.
23. Сьюзи, Ходж Дизайн. Почему это шедевр. 80 историй уникальных предметов / Ходж Сьюзи. - М.: Синдбад, 2020. - 378 с.
24. Тангейт, Марк Всемирная история рекламы / Марк Тангейт. - М.: Альпина Диджитал, 2018. - 634 с.
25. Тимофеева, М. А. Дизайн в Швеции. История концепций и эволюция форм / М.А. Тимофеева. - М.: РГГУ, 2020. - 304 с.
26. Тимофеева, М. Дизайн в Швеции. История концепций и эволюция форм / М. Тимофеева. - М.: Российский государственный гуманитарный университет (РГГУ), 2020. - 774 с.
27. Уильямс Р. «Не дизайнерская книга о дизайне» - М.: Инфра-М., 2020.
28. Фисун П.К., Фотография. Школа мастерства., АСТ: Кладезь., - М., 2020.
29. Фотография: практическое руководство: 355 секретов и уникальных советов для самых удачных снимков = Фотография: полный курс мастерства., АСТ: Кладезь., -М 2020.
30. Эвами М. «Logo. Создание логотипов. Самые современные разработки» - СПб.: Питер, 2019.

3.2.3. Дополнительные источники

Интернет-ресурсы:

1. Рекламный совет России: www.a-z.ru/assoc/osr/
2. Ассоциация коммуникационных агентств России: <http://www.akarussia.ru/>
3. Международная рекламная ассоциация. Российское отделение: <http://www.iaa.ru/15>
4. Сайт о креативе в рекламе <http://www.creatiff.ru/>
5. Сайт о рекламном рынке adindex.ru;
6. Сайт Федеральной антимонопольной службы www.fas.gov.ru;
7. Сайт Большая энциклопедия рекламы www.bigadvenc.ru
8. Рекламный сайт "Advertising.ru": <http://www.advertising.ru>
9. Сайт "Advertology.ru": www.advertology.ru/
10. Центр правового регулирования рекламной деятельности: <http://www.cprrd.ru/>.
11. Fototips.ru — советы по оборудованию, съёмке, обработке.
12. Просты фокусы — ежедневные статьи по самым разнообразным темам для фотографов.
13. Photo-Monster — советы по фотосъёмке от профессионалов.
14. Основы фотографии от онлайн-фотошколы.
15. Раздел «Культпросвет» на сайте Photograher.ru — статьи по теории и практике, а также вдохновляющие интервью.
16. Раздел уроков по категориям на сайте Russian Photo.
17. Уроки фотографии, обработка фото, ретушь фотографий на сайте журнала «Фотоиндустрия».
18. Вдохновляющие советы на сайте Photomotion.ru.
19. Уроки от Prophotos.
20. Советы от Digital Camera World.
21. MorgueFile Classroom — 10 уроков по фотографии от фриланс-фотографа Джоди Костона (Jodie Coston).

22. [Photonet learning](#) — раздел с уроками по категориям одного из самых масштабных фоторесурсов на английском языке.
23. [Photomanual](#) — доступно о фотографии.
24. [BAMP](#) — уроки по мобильной фотографии
25. [Библиотека книг по фотографии](#).

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код ПК и ОК, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
ОК 01	<ul style="list-style-type: none"> - выбор и применение способов решения профессиональных задач; - оценка эффективности и качества выполнения задач; - знание более одного способа решения профессиональной задачи; - аргументация выбора конкретного способа. 	<p>Экспертное наблюдение выполнения практических работ</p> <p>Кейс-задачи</p> <p>Защита проекта</p> <p>Зачет</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ОК 02	<ul style="list-style-type: none"> - соответствие найденной информации заданной теме (задаче); - владение разными способами представления информации; - результативность и оперативность поиска информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития; - объективный анализ найденной информации; - использование широкого спектра современных источников информации, в том числе Интернета при решении профессиональных задач, профессионального и личностного развития 	<p>Устные выступления с презентацией</p> <p>Защита проектов</p> <p>Зачет</p> <p>Экспертное наблюдение выполнения практических работ</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>

<p>ОК 03</p>	<ul style="list-style-type: none"> - демонстрация интереса к инновациям в области профессиональной деятельности; - выстраивание траектории профессионального развития и самообразования; - осознанное планирование повышения квалификации 	<p>Осуществление самообразования, использование современной научной и профессиональной терминологии, участие в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических конференциях, оценка способности находить альтернативные варианты решения стандартных и нестандартных ситуаций, принятие ответственности за их выполнение</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
<p>ОК 04</p>	<ul style="list-style-type: none"> - демонстрация результатов деятельности в условиях коллективной и командной работы в соответствии с заданной задачей; - объективность оценки собственного вклада в достижение командного результата; - успешность применения коммуникационных способностей на практике; - соблюдение принципов профессиональной этики; - владение способами бесконфликтного общения и саморегуляции в коллективе 	<p>Экспертное наблюдение за обучающимся в ходе выполнения практических (проектных, исследовательских) парных (групповых) заданий;</p> <p>Оценка практических (проектных, исследовательских) парных (групповых) заданий.</p> <p>Зачет</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
<p>ОК 05</p>	<ul style="list-style-type: none"> - использование вербальных и невербальных способов коммуникации на государственном языке с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста; - соблюдать нормы самостоятельность выбора стиля монологического 	<p>Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе;</p>

	высказывания в зависимости от его цели и целевой аудитории и с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста.	Экспертное наблюдение за выполнением работ. Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ОК 06	- грамотно излагать свои мысли; - оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке; - проявлять толерантность в рабочем коллективе.	Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе; Экспертное наблюдение за выполнением работ. Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ОК 09	- эффективность поиска необходимой информации в российских и зарубежных источниках: нормативно-правовой документации, стандартах; - объективность анализа и эффективность применения в профессиональной деятельности информации, содержащейся в документации профессиональной области.	Экспертное наблюдение за выполнением работ; Оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации; Кейс-метод; Зачет Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.

<p>ПК 4.1</p>	<p>- использование дизайнерских эскизов при создании основных печатных документов, определяющих фирменный стиль</p>	<p>Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы.</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
<p>ПК 4.2</p>	<p>- художественно редактировать растровые изображения, создавать рекламный плакат, в основе которого лежит фотомонтаж;</p> <ul style="list-style-type: none"> - креативность, выразительность рекламной идеи, знание технологий изготовления рекламных носителей и широкоформатной печати, грамотное и качественное выполнение дизайн-проекта; - оригинальность рекламной идеи; - использование программ компьютерной графики. 	<p>Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы.</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
<p>ПК 4.3</p>	<p>- обоснованность выбора проектных технологий и инструментов;</p> <p>- уровень выполнения рекламных проектов на основе критериев:</p> <ul style="list-style-type: none"> - актуальность; степень достижения поставленной цели; - креативность; - изобразительная ценность; - обоснованность выводов и предложений; - характер (авторский или компилятивный); - использование смежных технологий и материалов; - эффективность. 	<p>Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы.</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>

5. ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ И ДОПОЛНЕНИЙ, ВНЕСЕННЫХ В РАБОЧУЮ ПРОГРАММУ

№ изменения, дата изменения; № страницы с изменением	
БЫЛО	СТАЛО
Основание: Подпись лица внесшего изменения	