

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

для специальности

42.02.01 Реклама

Рабочая программа профессионального модуля рассмотрена и одобрена предметной (цикловой) комиссией преподавателей профессионального цикла.

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее – СПО) 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 21 июля 2023 г. N 552 (зарегистрирован в Минюсте РФ 22 августа 2023 г. № 74908)

Внутренняя экспертиза:
Заведующая УМУ Заметта Д.Н.

СОДЕРЖАНИЕ

- 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**
- 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**
- 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО
МОДУЛЯ**
- 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

1.1. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

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

Перечень общих компетенций

Код	Наименование общих компетенций
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках

Перечень профессиональных компетенций

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
ВД 04	Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, 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 решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.
ПК 4.3.	Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.

В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

Владеть навыками	владеть основами дизайна, создавать креативные продукты, производить видеорекламу, фотоизображения, полиграфическую продукцию
Уметь	применять основные графические программы для разработки рекламного носителя и владеть элементарными навыками верстки настраивать контекстную и таргетированную рекламу
Знать	приемы и методы проектирования рекламного продукта офисные компьютерные программы, приложения и интернет сервисы маркетингового назначения

Всего часов 562

в том числе в форме практической подготовки 180 час.

Из них на освоение МДК 370 час.

в том числе самостоятельная работа – 56 час.

Курсовой проект 20 час.

практики, в том числе учебная 108 час.

производственная 72 час.

Промежуточная аттестация - экзамен по модулю 12 час.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

Для специальности 42.02.01 Реклама

Коды профессиональных и общих компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего, час.	В т.ч. в форме практической подготовки	Объем профессионального модуля, акад. час.						
				Обучение по МДК					Практики	
				Всего	В том числе				Учебная	Производственная
					Лабораторных и практических занятий	Курсовых работ (проектов)	Самостоятельная работа	Промежуточная аттестация		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
ОК 01, ПК 4.1.	Раздел 1. Художественное проектирование рекламного продукта	112		112	48	-	18	2		
ОК 01, ОК 05, ПК 4.1.	Раздел 2. Разработка и реализация творческой концепции рекламного продукта	128		128	58	-	16	2		
ОК 01, ОК 05, ОК 09, ПК 4.1. ПК 4.3.	Раздел 3 Производство рекламного продукта	130		130	36	20	22	2		
	Учебная практика	108	108						108	
	Производственная практика	72	72							72
	Промежуточная аттестация	12								
	Всего:	562	180	370	142	20	56	6	108	72

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

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)	Объем, акад. ч / в том числе в форме практической подготовки, акад ч	Код ПК, ОК
1	2	3	4
Введение	Связь с другими дисциплинами и модулями. Форма и содержание рекламного продукта. Взаимосвязь между процессом создания рекламы и творческой идеей. Формы творческой идеи. Психология восприятия рекламного продукта потребителем. Коммуникационный характер рекламы.	2	ОК 01
Раздел 1 Художественное проектирование рекламного продукта			
МДК.04.01 Художественное проектирование рекламного продукта		112	
Тема 4.1 Технология создания рекламного продукта.	Содержание		
	Виды рекламы, деление ее по способу воздействия, способу выражения, с точки зрения основных целей и задач. Характеристики процесса разработки рекламного обращения	4	ОК 01
	Понятие творческих рекламных разработок. Технологические виды рекламного продукта.	4	ОК 01
	Выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы.	4	ОК 01 ПК 4.1.
	Уровни и структура рекламного сообщения, позиционный эффект.	4	ОК 01
	Визуальной, семантической и эстетической информации рекламного материала.	4	ОК 05 ПК 4.1.
	В том числе практических занятий и лабораторных работ		
Практическое задание: Особенности восприятия рекламных текстов на примере рекламных объявлений	4	ОК 01	
Тема 4.2 Фирменный стиль	Содержание		ОК 01, ОК 09, ПК 4.1.
	Понятие «фирменный стиль». Примеры фирменного стиля. Компоненты фирменного стиля. Носители фирменного стиля. Фирменный стиль в узком и	6	

широком смысле. Принципы создания фирменного стиля. Анализ удачных и неудачных вариантов, их недостатки.		
Товарный знак. Виды товарных знаков. Торговая марка и бренд. Общая теория бренда. Законы создания бренда	4	ОК 01 ПК 4.1.
Логотип как элемент фирменного стиля. Критерий при разработке логотипа. Анализ хороших и неудачных логотипов. Варианты создания логотипа. Шрифт в логотипе	4	ОК 01 ПК 4.1.
Фирменный персонаж как элемент фирменного стиля. Анализ фирменных персонажей. Их значение. Разработка фирменного персонажа. Варианты.	4	ОК 01 ПК 4.1.
В том числе практических занятий и лабораторных работ		
Практическое задание: Разработка элементов фирменного стиля. Эскизы вариантов. Знак, образ, персонаж (индивидуальные задания)	4	ОК 01 ПК 4.1
Практическое задание: Разработка элементов фирменного стиля. Эскизы вариантов. Логотип	4	ОК 01 ПК 4.1
Практическое задание: Разработка графического, цветофактурного и колористического решения товарного знака	4	ОК 01 ПК 4.1 ПК 4.2.
Практическое задание: Проект фирменного стиля. (Графическая подача проекта)	4	ОК 01 ПК 4.1.
Практическое задание : Разработка и создание фирменной печатной рекламы (деловые бумаги)	4	ОК 01 ПК 4.1
Практическое задание : Разработка макета бланка для письма.	4	ОК 01 ПК 4.1.
Практическое задание: Создание эскизов визиток по индивидуальным заданиям.	2	ОК 01 ПК 4.1
Практическое задание : Разработка рекламного модуля.	2	ОК 01 ПК 4.1
Лабораторное занятие: Разработка макета рекламного плаката.	4	ОК 01 ПК 4.1
Лабораторное занятие: Разработка и создание фирменного буклета	2	ОК 01 ПК 4.1
Лабораторное занятие: Разработка макета упаковки. Разработка и создание фирменной этикетки	2	ОК 01 ПК 4.1
Лабораторное занятие: Разработка дизайн-проекта рекламного буклета	2	ОК 01

			ПК 4.1
	Практическое задание : Нейминг, разработка легенды	2	ОК 05, ОК 09, ПК 4.2.
	Лабораторное занятие:: Макет презентационного плаката А1 по проекту	2	ОК 01, ПК 4.1
	Практическое задание : Коллаж впечатлений	2	ОК 01, ПК 4.1 ПК 4.2.
Самостоятельная работа при изучении раздела		18	
Промежуточная аттестация – дифференцированный хачет			
Раздел 2 Разработка и реализация творческой концепции рекламного продукта			
МДК.04.02 Разработка и реализация творческой концепции рекламного продукта		128	
Тема 4.3 Творческая концепция в рекламе	Содержание		
	Историческое формирование рекламных жанров. Жанровое разнообразие рекламного творчества. Рекламное творчество в русской культуре	2	ОК 05 ПК 4.1
	Понятие рекламной концепции и рекламной идеи.	2	ОК 01, ПК 4.1, ПК 4.2.
	Основные жанры современной печатной рекламы. Публицистические жанры современного рекламного пространства	2	ОК 01 ОК 09 ПК 4.1
	Эстетика в рекламном деле и теория "вампиризма" Р.Ривза	2	ОК 01 ПК 4.1
	Рекламный продукт: технологические и творческие аспекты. Творческие решения рекламной задачи: рациональный и эмоциональный подходы	2	ОК 01 ПК 4.1
	Методы поиска творческих идей. Этапы создания рекламного продукта	2	ОК 01, ОК 09, ПК 4.1 ПК 4.2.
	Основы выработки стратегии разработки фирменного наименования. (Нейминг). Рекламные стратегии разработки торговых марок (брендов)	2	ОК 05 ОК 09
	Креативное обеспечение рекламного процесса. Формы и функции рекламного креатива. Этапы разработки креативной концепции, структурные элементы креативной концепции.	2	ОК 01, ПК 4.1, ПК 4.2.

Семиотика рекламы: реклама как семиотическая система. Семантическая структура рекламного продукта. Типология знака. Виды и классификация рекламных знаков.	4	ОК 01 ПК 4.1
Типология моделей рекламного образа. Образно-выразительные средства рекламного творчества. Мифотехнологии в рекламной коммуникации	2	ОК 01 ПК 4.1
Креативный бриф. Структура брифа. Модели креативных рекламных брифов.	4	ОК 01 ПК 4.2.
Этапы творческого процесса создания рекламы: определение проблемы. Творческая стратегия и ее компоненты: обращение и его виды ("агрессивный» и «мягкий» подход), Неформальный стиль рекламного обращения; юмор и активизация позитивных эмоций у потребителя.	4	ОК 01
Формирование творческой концепции (поисковое эскизирование). Комплексное решение элементов наружной рекламы.	2	ОК 01 ПК 4.1
Основные элементы маркетинговой информации рекламного текста. Интралингвистические особенности рекламного текста. Стилистические приемы рекламного текста. Особенности текстового оформления рекламной продукции.	4	ОК 05 ОК 09 ПК 4.1
В том числе практических занятий и лабораторных работ		
Практическое задание: Анализ и оценка рекламы разных видов. Анализ и оценка интернет- рекламы разных видов.	2	ОК 01 ПК 4.1 ПК 4.3
Практическое задание: Традиционные и креативные формы в современной рекламной индустрии	2	ОК 01 ПК 4.1
Практическое задание: Составление рекламного сообщения по жанрам	2	ОК 09 ПК 4.1.
Практическое задание: Составление рекламного сообщения публицистическо-информационного характера	2	ОК 05 ОК 09 ПК 4.1
Практическое задание: Анализ ситуаций, влияющих на принятие потребителем решения о покупке (решение ситуационных задач или разбор ситуаций).	2	ОК 01 ПК 4.1
Практическое задание: Создание слогана по индивидуальным заданиям	2	ОК 05 ПК 4.1
Практическое задание: Создание нескольких вариантов заголовков к готовым текстам	2	ОК 05 ПК 4.1

Практическое задание: Разработка рекламного текста по заданной теме	4	ОК 05 ПК 4.1
Практическое задание: Выполнение эскиза рекламы с использованием особенности психологии цвета	4	ОК 01 ПК 4.1
Практическое задание: Анализ ситуаций, влияющих на принятие потребителем решения о покупке (решение ситуационных задач или разбор ситуаций).	2	ОК 01 ПК 4.1
Практическое задание: Создание текста для интернет-рекламы по индивидуальным заданиям	4	ОК 05 ПК 4.1 ПК 4.3
Практическое задание: Анализ рекламных обращений известной потребительской торговой марки. Составление «колеса бренда».	4	ОК 02 ПК 4.1 ПК 4.2.
Лабораторное занятие:: Создание зрительного образа фирмы.	2	ОК 01 ПК 4.1
Лабораторное занятие:: Разработка основных фирменных констант.	2	ОК 01 ПК 4.1
Практическое задание: Разработка метафорического рекламного сообщения.	2	ОК 05 ПК 4.1
Лабораторное занятие:: Разработка макета рекламного плаката (образные средства).	2	ОК 01 ПК 4.1
Лабораторное занятие:: Разработка макета рекламной листовки	2	ОК 05 ПК 4.1
Практическое задание: Разработать план рекламного игрового представления	2	ОК 01
Лабораторное занятие:: Работа над проектом-концепцией корпоративного фирменного стиля.	2	ОК 01, ОК 09, ПК 4.1 ПК 4.2.
Практическое задание: Разработка проекта-концепции фирменного стиля. (эскизирование)	2	ОК 01 ПК 4.1
Лабораторное занятие: Разработка проекта-концепции фирменного стиля. (Графическая подача проекта)	2	ОК 01 ПК 4.1
Лабораторное занятие: Разработка основных компонентов рекламного текста по индивидуальным заданиям.	2	ОК 05 ОК 09 ПК 4.1

	Лабораторное занятие: Разработка дизайна наружной рекламы – билборд	2	ОК 01 ПК 4.1
	Лабораторное занятие: Разработка дизайна POS– материалов торгового пространства	2	ОК 01 ПК 4.1
	Лабораторное занятие: Разработка дизайна выставочного пространства – выставочный стенд	2	ОК 01 ПК 4.1
Самостоятельная работа при изучении раздела		16	
Промежуточная работа - экзамен		12	
Раздел 3. Производство рекламного продукта			
МДК 04.03 Производство рекламного продукта		130	
Тема 4.4 Технологии производства рекламного продукта	Содержание		
	Рекламное обращение: форма, содержание структура. Использование инструмента, оборудования и основных изобразительных средств, и материалов при исполнении рекламного продукта. Копирайтинг, его составляющие. Правила разработки и оформления текстовой и изобразительной части рекламного обращения.	2	ОК 05 ОК 09 ПК 4.1
	Взаимодействие вербальной и невербальной информации в рекламном продукте. Приемы увеличения эффективности рекламного обращения. Запечатываемые материалы и носители для производства рекламного продукта. Структура и параметры печатных изданий. Структура полосы издания.	2	ОК 01 ПК 4.1
	Авторский замысел и режиссёрское воплощение. Приёмы реализации рекламной идеи. Определение и сущность. Схема разработки. Принципы успеха. Приёмы творческого замысла	2	ОК 01 ПК 4.1 ПК 4.2.
	Телереклама: приемы разработки. Радиореклама: приемы разработки. Реклама в прессе: особенности восприятия Транзитная реклама: условия восприятия, задачи разработчика, приемы разработки.	2	ОК 01 ПК 4.1
	Наружная реклама: условия воздействия, задачи разработчика, приемы разработки. Директ-мейл: особенности восприятия, задачи разработчика, приемы разработки конверта, письма и вложения	2	ОК 01 ОК 09 ПК 4.1 ПК 4.3
	В том числе практических занятий и лабораторных работ		
	Лабораторная работа: Приемы создания рекламных слоганов. Разработка текстов для полиграфической рекламы и POS- материалов	2	ПК 4.1

	Лабораторная работа: Разработка рекламного продукта для основных медиаканалов.	2	ОК 01, ПК 4.1, ПК 4.2. ПК 4.3
	Лабораторная работа: Разработка макета рекламной продукции на заданную тему (разворот страницы журнала, директ-мейл)	2	ОК 01, ОК 09, ПК 4.1
Тема 4.5 Технология производства Интернет- рекламы.	Содержание		
	Основные сервисы интернета. WEB-документы. Технология анонсирования рекламы в Интернете. Виды Интернет-рекламы и способы их классификации, основные достоинства и недостатки.	2	ОК 01, ПК 4.1, ПК 4.3
	Основные принципы и технология размещения рекламы. Особенности методов оценки эффективности вирусных рекламных акций	2	ОК 01, ПК 4.1, ПК 4.3
Тема 4.6 Применения средств графического дизайна для создания рекламного продукта	Содержание		
	Проектная графика. Место проектной графики на различных этапах создания рекламного продукта. Виды компьютерной графики. Особенности технического и программного оснащения в работе дизайнера	2	ОК 01
	Векторная компьютерная графика и программы её обработки. в графическом редакторе «Illustrator»	2	ОК 01 ПК 4.1
	Графический редактор Adobe Photoshop, его форматы изображений и роликов, применение редактора в создании рекламного продукта. Растровая компьютерная графика и программы её обработки. Интерфейс программы Adobe Photoshop CS5.	2	ОК 01 ПК 4.1
	Компьютерный дизайн. Дизайн в Интернете. Векторная графика в Интернете. Web-сайты и интернет-реклама	4	ОК 01, ПК 4.1, ПК 4.3
	В том числе практических занятий и лабораторных работ		
	Лабораторное занятие: Рисование в программе Photoshop CS5	2	ОК 01 ПК 4.1
	Лабораторное занятие: Импортирование фотографий в графический редактор Adobe Photoshop. Изменение экспозиции, цветового баланса фотографии. Создание художественной рамки для фотографии Наложение эффектов и фильтров на фотографию. Создание нового фона на фотографии.	4	ОК 01 ПК 4.1
Тема 4.7 Рекламное портфолио	Содержание		
	Работа по созданию авторских кистей. Создание авторского фона Создание шрифтов для разработки рекламной продукции.	2	ОК 01 ПК 4.1

	Нелинейный монтаж. Программа Adobe Premiere. Интерфейс программы Adobe Premiere. Редактирование клипов в программе Adobe Premiere	4	ОК 01 ПК 4.1
	История возникновения анимации. Преимущества анимации. Режиссура анимационного фильма. Изобразительное решение анимационного фильма. Программное обеспечение, позволяющее создать компьютерную анимацию. Программа Macromedia Flash. Основные возможности Macromedia Flash	4	ОК 01 ПК 4.1
	В том числе практических занятий и лабораторных работ		
	Лабораторное занятие: Обработка фотографий под рекламный плакат. Создание рекламного плаката с моделью или объектом	2	ОК 01 ПК 4.1
	Лабораторное занятие: Обработка фотографий под рекламную продукцию. Создание рекламного плаката- социальной рекламы.	4	ОК 01 ПК 4.1
	Лабораторное занятие: Обработка фотографий под концертную афишу. Создание рекламной концертной афиши	2	ОК 01 ПК 4.1
	Лабораторное занятие: Обработка фотографий под обложку журнала (по индивидуальному заданию). Создание обложки журнала .	4	ОК 01 ПК 4.1
	Лабораторное занятие: Организация данных и интерфейс Adobe Premiere 6.5. Редактирование клипов в программе Adobe Premiere 6.5	4	ОК 01 ПК 4.1
	Лабораторное занятие: Организация данных и интерфейс программы Macromedia Flash. Создание простых графических объектов	4	ОК 01 ПК 4.1
	Лабораторное занятие: Создание анимации движения. Создание анимации формы и маски. Создание анимации с интерактивностью.	4	ОК 01 ПК 4.1
	Самостоятельная учебная работа при изучении раздела	22	
	Курсовой проект (работа) Тематика курсовых проектов (работ) 1. Разработка шрифтового рекламного плаката для фирменного магазина детских игрушек. 2. Текст, цвет и графика (порядок воздействия баннера) разработка баннера для рекламы салона красоты. 3. Цветовые предпочтения при создании наружной рекламы. Разработка вывески магазина женской обуви. 4. Разработка логотипа и элементов корпоративного стиля для фестиваля 5. Особенности символики в рекламном плакате. 6. Разработка рекламного плаката для авиакомпании. 7. Шрифтовая композиция в разработке корпоративного стиля. 8. Создание логотипа для фармацевтического предприятия.	20	

<p>9. Разработка входной группы молодежного кафе 10. Разработка рекламного плаката для промышленного предприятия. 11. Полиграфическая реклама. Разработка рекламного буклета для промышленного предприятия. 12. Разработка объёмно пространственной композиции для наружной рекламы, входная группа торгового предприятия. 13. Разработка творческой концепции сувенирной продукции для предприятия. 14. Особенности рекламы на транспорте. Разработка рекламного плаката для школы классического танца. 15. Шрифт, как символ, как знак. Шрифт в разработке логотипа для транс-портного предприятия</p>		
<p>Учебная практика Виды работ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Эскизирование, разработка основных элементов шрифтового плаката. 2. Работа над проектом-концепцией корпоративного фирменного стиля. 3. Визуализация фирменного блока. 4. Создание эскиза наружной вывески или витрины 5. Разработка дизайн-проект полиграфической продукции 6. Разработка дизайн- проекта упаковочной коробки 7. Создание обтяжки на транспорте. 8. Разработка нестандартной рекламной установки. 9. Разработка дизайн – проекта экспозиции. 10. Создание на ПК электронной презентации. 11. Создание раскадровки ролика на предложенную тему. 12. Управление коммуникациями в Интернет 	108	
<p>Производственная практика Виды работ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ознакомление с особенностями маркетинговой деятельности конкретной компании, 2. Изучение технических средств, программных продуктов, применяемых для создания оригинал-макетов. 3. Ознакомление с технологическим процессом разработки и создания рекламных материалов. 4. Формирование идеи, инсайта и творческой концепции, развертывание рекламной кампании, выход рекламы, проверка результатов (обратная связь).; 5. Разработка рекламных модулей для СМИ. 6. Создание пакета рекламной продукции для заказчика; 7. Работа с мультимедийными технологиями. Компьютерная графика; 8. Выполнение работ по заказу руководителя практики. 	72	

Экзамен по модулю	12	
Всего	562	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Для реализации программы профессионального модуля предусмотрены следующие специальные помещения:

Учебная аудитория (кабинет «Композиции, рисунка и живописи») для проведения занятий всех видов, предусмотренных образовательной программой, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная оборудованием, техническими средствами обучения и материалами, учитывающими требования международных стандартов

Специализированная мебель:

учебная мебель (стул с пюпитром) по количеству обучающихся; комплект мебели для преподавателя; маркерная доска; мольберты; натюрмортный фонд, включающий гипсовые модели головы, геометрических тел, драпировки.

Технические средства обучения:

компьютер в сборе для преподавателя, проектор, экран, телевизор.

Перечень лицензионного программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

Windows 10, КонсультантПлюс, Система ГАРАНТ, Kaspersky Endpoint Security.

Компьютерная техника с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду ММУ.

Учебная аудитория (лаборатория компьютерного дизайна; лаборатория компьютерной графики и видеомонтажа; фотолаборатория) для проведения занятий всех видов, предусмотренных образовательной программой, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная оборудованием, техническими средствами обучения и материалами, учитывающими требования международных стандартов

Специализированная мебель:

комплект учебной мебели (стол, стул) по количеству обучающихся; комплект мебели для преподавателя; маркерная доска.

Технические средства обучения:

компьютер в сборе для преподавателя; компьютеры в сборе для обучающихся; проектор; экран.

Перечень свободно распространяемого и лицензионного программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

WindowsServer2016, Windows 10, Microsoft Office, КонсультантПлюс, Система ГАРАНТ, Kaspersky Endpoint Security, Gimp, Inkscape, Shotcut, Blender.

Компьютерная техника с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду ММУ.

<p>Библиотека (читальный зал, помещение для самостоятельной работы обучающихся)</p> <p>Специализированная мебель: комплект учебной мебели, в т.ч. адаптивные парты для лиц с ОВЗ и инвалидов.</p> <p>Технические средства обучения: компьютеры в сборе; телевизор Sharp; беспроводная клавиатура Clevy с большими ярко окрашенными кнопками и разделителем для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата; роллер, заменяющий компьютерную мышь, для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата; видеоувеличитель электронный ручной, позволяющий читать слабовидящим людям плоскочечатный текст на мониторе (экране) с возможностью увеличения текста; портативный дисплей Брайля Focus 14 Blue, включающий точечную клавиатуру, возможность подключения к ПК; клавиатура со шрифтом Брайля; наушники; колонки.</p> <p>Перечень лицензионного программного обеспечения, в том числе отечественного производства: Windows 10, КонсультантПлюс, Система ГАРАНТ, Kaspersky Endpoint Security.</p> <p>Компьютерная техника с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду ММУ.</p>
<p>Помещение для самостоятельной работы обучающихся (методический кабинет)</p> <p>Специализированная мебель: комплект учебной мебели (стол, стул) по количеству обучающихся; комплект мебели для преподавателя; маркерная доска.</p> <p>Технические средства обучения: компьютер в сборе для преподавателя; компьютеры в сборе для обучающихся; колонки; проектор, экран.</p> <p>Перечень лицензионного программного обеспечения, в том числе отечественного производства: WindowsServer2016, Windows 10, Microsoft Office, КонсультантПлюс, Система ГАРАНТ, Kaspersky Endpoint Security.</p> <p>Компьютерная техника с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду ММУ.</p>

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

1. Основные печатные издания

1. Брянкина С.Ю., Орехов Н.Н., Бабаева К.А. Художественное проектирование рекламного продукта: метод. указания для студентов специальности 42.02.01 Реклама.- М.: МИПК им. И. Федорова, 2020– 288 с.
2. Борисов, А. А. Методические подходы в интернет-маркетинге. Основные метрики и показатели эффективности рекламной кампании / А. А. Борисов // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2019. – № 2-1. – С. 49-52.
3. Селезнева, Л. В. Написание рекламных текстов : учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. В. Селезнева. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 159 с.
4. Волохов, А. А. Каналы коммуникации с потребителями в интернете / А. А. Волохов // Путеводитель предпринимателя. – 2019. – № 42. – С. 67-72.
5. Гончаров, В. Н. Использование интернет-технологий в маркетинге / В. Н. Гончаров, Е. В. Курипченко // Менеджер. – 2020. – № 3(93). – С. 181-187.

2. Основные электронные издания

1. Крайнов, Г. Н. Технология подготовки и реализации кампании по рекламе и связям с общественностью / Г. Н. Крайнов. — 2-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2023. — 372 с. — ISBN 978-5-507-45867-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/288947>

2. Бочарова, Т. И. Рекламный текст. Сборник упражнений / Т. И. Бочарова. — 3-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2022. — 88 с. — ISBN 978-5-507-44709-1. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/238658>

3. Дополнительные источники

1. Федеральный закон «О рекламе» №38 ФЗ.- М.: ИНФРА-М, 2006.

2. Романов А. А., Васильев Г. А., Поляков В. А. Разработка рекламного продукта: учебное пособие.- : Вузовский учебник, Инфра-М, 2020–320 с.

3. Трищенко, Д. А. Техника и технологии рекламного видео : учебник и практикум для вузов / Д. А. Трищенко. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 177 с.

4. Карпова С.В. Рекламное дело: Учебник и практикум для СПО.- М.: Юрайт, 2019– 380 с.

5. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 502 с.

6. Гринько, О. И. Место и роль контент-маркетинга в системе маркетинговых коммуникаций / О. И. Гринько // Современная экономическая наука: теоретический и практический потенциал. Инновационное развитие современного экономического образования : материалы Международной научно-практической конференции, Ярославль, 04 декабря 2019 года. – Ярославль: Общество с ограниченной ответственностью «Филигрань», 2020. – С. 43-49.

7. Гришкина, Ю. Э. Ключевые инструменты цифрового маркетинга на онлайн-платформе / Ю. Э. Гришкина // Хроноэкономика. – 2019. – № 2(15). – С. 188-194.

8. Гуриева, Л. К. Возможности интернет-маркетинга современной компании / Л. К. Гуриева, Г. Э. Батагов // Управление экономическими и социальными системами региона : Сборник научных трудов / Под редакцией С.Ф. Дзагоева. – Владикавказ : Северо-Осетинский государственный университет им. К.Л. Хетагурова, 2019. – С. 120-126.

9. Гюмюшлю, А. И. Методы продвижения с использованием Интернет-маркетинга / А. И. Гюмюшлю, Ж. Санду // Практический маркетинг : Материалы IV международной студенческой научно-практической конференции, Москва, 24 апреля 2019 года / Ответственный редактор И.Л. Сурат. – Москва: Негосударственное образовательное частное учреждение высшего образования «Московский экономический институт», 2019. – С. 356-363.

3.3. Реализация элементов практической подготовки

Практическая подготовка при реализации учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей) организуется путем проведения практических занятий, практикумов, лабораторных работ и иных аналогичных видов учебной деятельности, предусматривающих участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Практическая подготовка может включать в себя отдельные занятия лекционного типа, которые предусматривают передачу учебной информации обучающимся, необходимой для последующего выполнения работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

3.4. Воспитательная составляющая программы

Воспитательная система в Университете направлена на формирование и развитие интеллектуальной, культурной, творческой, нравственной личности обучающегося, будущего специалиста, сочетающего в себе профессиональные знания и умения, высокие моральные и патриотические качества, обладающего правовой и коммуникативной культурой, активной гражданской позицией.

ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях способствует развитию личностных результатов ЛР 1-12 с учетом Программы воспитания обучающихся.

3.5. Применение электронного обучения и дистанционных образовательных технологий

При реализации образовательной программы образовательная организация вправе применять электронное обучение (ЭО) и дистанционные образовательные технологии (ДОТ).

Под электронным обучением понимается организация образовательной деятельности с применением содержащейся в базах данных и используемой при реализации образовательных программ информации и обеспечивающих ее обработку информационных технологий, технических средств, а также информационно-телекоммуникационных сетей, обеспечивающих передачу по линиям связи указанной информации, взаимодействие обучающихся и педагогических работников. Под дистанционными образовательными технологиями понимаются образовательные технологии, реализуемые в основном с применением информационно-телекоммуникационных сетей при опосредованном (на расстоянии) взаимодействии обучающихся и педагогических работников.

3.6. Особенности организации обучения для лиц с ограниченными возможностями здоровья

Адаптация рабочей программы дисциплины проводится при реализации адаптивной образовательной программы (при предоставлении индивидуальной программы реабилитации или абилитации (ИПРА) инвалида разрабатывается в соответствии с его потребностями) – в целях обеспечения права инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья на получение профессионального образования, создания необходимых для получения среднего профессионального образования условий, а также обеспечения достижения обучающимися инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья результатов формирования практического опыта.

Информация о специальных условиях, созданных для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья, размещена на сайте ММУ (<http://www.mi.university>).

Для обучения инвалидов и лиц с ОВЗ, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата обеспечиваются условия беспрепятственного доступа в учебные помещения, столовую, туалетные, другие помещения (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов и др.).

3.7. Оборудование учебного кабинета для обучающихся с различными видами ограничения здоровья

Оснащение кабинета должно отвечать особым образовательным потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья. Кабинет должен быть оснащен оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения для обучающихся с различными видами ограничений здоровья.

Кабинет, в котором обучаются лица с нарушением слуха, должен быть оборудован индукционными системами (индукционными петлями).

Для слабовидящих обучающихся в кабинете предусматривается наличие компьютерной техники для просмотра учебной информации при помощи видео-увеличителей, использование клавиатуры со шрифтом Брайля.

Для обучающихся с нарушением опорно-двигательного аппарата кабинет оборудуется адаптивными партами с регулировкой высоты.

Вышеуказанное оснащение устанавливается в кабинете при наличии обучающихся по адаптированной образовательной программе с учетом имеющегося типа нарушений здоровья у обучающегося.

При необходимости предоставляются бесплатно специальные учебники и учебные пособия, иная учебная литература. Имеется возможность предоставления услуг ассистента, оказывающего обучающимся с ОВЗ необходимую техническую помощь, в том числе услуг сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

3.9. Формы и методы контроля и оценки результатов обучения

Применяемые при реализации рабочей программы формы и методы контроля проводятся с учетом ограничения здоровья обучающихся.

Целью текущего контроля является своевременное выявление затруднений и отставания обучающегося с ограниченными возможностями здоровья и внесение коррективов в учебную деятельность.

Форма промежуточной аттестации устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.).

При проведении промежуточной аттестации обучающемуся предоставляется время на подготовку к ответу, увеличенное не более чем в три раза от установленного для подготовки к ответу обучающимся, не имеющим ограничений по состоянию здоровья.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код и наименование профессиональных и общих компетенций, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
ПК 4.1 Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.	<ul style="list-style-type: none">– проявляет способности и интерпретировать стили, жанры и направления;– создает высокохудожественные творческие работы с использованием различных художественных материалов;	Наблюдение и оценка в ходе выполнения: <ul style="list-style-type: none">– практических заданий аудиторных занятий,– видов работ учебной и производственной практики.

	<ul style="list-style-type: none"> – формирует рекламное обращение на основе соотнесения утилитарного целевого назначения рекламы с эстетическими требованиями к ней; – создает оригинальный дизайн-проект рекламного обращения средствами компьютерных технологий. 	Наблюдение и оценка в ходе выполнения практической части экзамена (квалификационного).
ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.	<ul style="list-style-type: none"> - способность логично, последовательно и аргументированно высказывать свои предложения по планированию кампании. – владение навыками проектирования коммуникационных кампаний в интернете. владеет навыками использования методов наглядного изображения при моделировании и гармонизации рекламной программы. 	<p>Наблюдение и оценка в ходе выполнения:</p> <ul style="list-style-type: none"> – практических заданий аудиторных занятий, – видов работ учебной и производственной практики. <p>Наблюдение и оценка в ходе выполнения практической части экзамена (квалификационного).</p>
ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.	<ul style="list-style-type: none"> - владение методами и технологиями проведения рекламных интернет-кампаний; - владение современными методами оценки интернет-продвижения; – методами оптимизации интернет-ресурсов с целью привлечения большего числа интернет-клиентов. 	<p>Наблюдение и оценка в ходе выполнения:</p> <ul style="list-style-type: none"> – практических заданий аудиторных занятий, – видов работ учебной и производственной практики. <p>Наблюдение и оценка в ходе выполнения практической части экзамена (квалификационного).</p>
ОК 01 Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	<ul style="list-style-type: none"> –выбор и применение методов и способов решения профессиональных задач в области маркетингового обеспечения реализации рекламного продукта в интернете; -решение стандартных и нестандартных 	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы

	профессиональных задач в области интернет- маркетинга и продвижения в сети интернет.	
ОК 05 Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	- способен осуществлять устную и письменную коммуникацию, разрабатывать нейминг и рекламные тексты с учетом особенностей ЦА	Мониторинг и рейтинг выполнения работ на учебной и производственной практике, самостоятельных работ
ОК 09 Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	-способен использовать профессиональную документацию для выполнения рекламных заданий	Мониторинг и рейтинг выполнения работ на учебной и производственной практике, самостоятельных работ

Для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений обучения по учебной дисциплине создается фонд оценочных средств, позволяющие оценить предметные (знания и умения) и метапредметные результаты.

Оценка личностных результатов может быть произведена с применением следующих форм оценивания:

- персонифицированная (демонстрирующая достижения конкретного обучающегося);
- неперсонифицированная (характеризующая достижения в учебной группе, у конкретного педагогического работника, в образовательной организации в целом);
- качественная (измеренная в номинативной шкале: есть/нет);
- количественная (измеренная, например, в ранговой шкале: больше/меньше);
- интегральная (оцененная с помощью комплексных тестов, портфолио, выставок, презентаций);
- дифференцированная (оценка отдельных аспектов развития).

При этом могут предусматриваться следующие методы оценивания:

- наблюдение;
- портфолио;
- экспертная оценка;
- стандартизованные опросники;
- проективные методы;
- самооценка;
- анализ продуктов деятельности (проектов, практических, творческих работ) и т.д.