

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 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

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.	126	ОК 01
МДК.04.01 Разработка творческих рекламных решений	Содержание Понятие системы корпоративной идентичности, фирменного стиля, бренд айдентики. Бренд-айдентика и корпоративная айденстика. Брендбук, гайдлайн, логобук. Основные функции системы корпоративной идентичности. Влияние системы корпоративной идентичности на эффективность рекламной коммуникации. Основные элементы системы корпоративной идентичности. Методика разработки шрифтового логотипа. Виды визуальных знаков. Методика разработки графического знака. Причины и способы изменения корпоративной айдентики. Редизайн, рестайлинг, ребрендинг. Носители корпоративной идентичности: деловая документация, корпоративная одежда и транспорт, сувенирная продукция.		ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3
Тема 1.1 Система корпоративной идентичности, ее основные функции и элементы	В том числе практических занятий и лабораторных работ Разработка шрифтового логотипа и графического фирменного знака Формирование системы корпоративной идентичности Разработка комплекса носителей корпоративного стиля		ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3
Тема 1.2. Рекламное проектирование	Содержание Проведение ситуационного анализа и формирование ключевых рекламных решений. Понятие инсайта и key visual. Рекламный текст и копирайтинг. Прием литературного тропа в создании креативной рекламы. Виды тропов. Работа с заказчиком. Заполнение и утверждение брифа. Бриф, дебриф, креативный бриф.		ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3

	<p>Проведение ситуационного анализа и формирование ключевых рекламных решений. Понятие инсайта и key visual.</p>	
<p>Тема 1.3. Проектирование печатной рекламы</p>	<p>В том числе практических занятий и лабораторных работ Проведение анализа, формирование ключевого рекламного решения. Создание инсайта, разработка рекламного текста Создание ключевого визуального образа (Key visual). Разработка комплекса рекламной продукции для продвижения нового товара на рынок</p> <p>Содержание Проектирование печатной рекламы. Виды печатной рекламы. Технологии печатной рекламы. Проектирование BTL-рекламы. Виды POSM. Виды рекламы для сопровождения экспозиционной деятельности</p> <p>В том числе практических и лабораторных занятий Разработка комплекса POSM</p>	<p>ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3</p>
<p>Тема 1.4. Проектирование рекламы в онлайн среде</p>	<p>Содержание Основные виды рекламных носителей в онлайн-среде. Типы и структура сайтов. Контекстная и таргетированная реклама. Виды интернет-баннеров.</p> <p>В том числе практических и лабораторных занятий Разработка комплекса рекламной продукции для продвижения в онлайн среде</p>	<p>ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3</p>
<p>Тема 1.5. Проектирование наружной рекламы</p>	<p>Содержание Виды наружной рекламы, конструктивные особенности, технологии создания.</p> <p>В том числе практических и лабораторных занятий Разработка комплекса и серии креативной наружной рекламы</p>	<p>ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3</p>
<p>Тематика курсовых работ: 1. Совершенствование рекламной коммуникации посредством редизайна сайта и адаптации для мобильных устройств. 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.</p>	<p>20</p>	

<ol style="list-style-type: none"> 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 рекламного кампании. 27. Разработка корпоративного персонажа для использования в рекламной продукции. 28. Разработка корпоративного персонажа для повышения узнаваемости. 29. Разработка сценария и раскадровки рекламной медиапродукции. 	
<p>Учебная практика Виды работ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Проведение ситуационного анализа 2. Поиск инсайта и ключевых рекламных решений 	18

3. Разработка рекламной продукции			
Производственная практика			
Виды работ		18	
1. Получение задания, составление брифа, утверждение у заказчика			
2. Поиск инсайта и ключевых рекламных решений			
3. Разработка рекламной продукции			
4. Сдача проекта заказчику			
Самостоятельная работа при изучении раздела		8	
Промежуточная аттестация – экзамен		6	
МДК.04.02 Художественное проектирование рекламного продукта		98	
Тема 2.1			
Технология создания рекламного продукта.	Виды рекламы, деление ее по способу воздействия, способу выражения, с точки зрения основных целей и задач. Характеристики процесса разработки рекламного обращения Понятие творческих рекламных разработок. Технологические виды рекламного продукта. Выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы. Уровни и структура рекламного сообщения, позиционный эффект. Визуальной, семантической и эстетической информации рекламного материала. В том числе практических занятий и лабораторных работ		ОК 01, ПК 4.1
	Особенности восприятия рекламных текстов на примере рекламных объявлений		ОК 01
Тема 2.2			
Фирменный стиль	Содержание Понятие «фирменный стиль». Примеры фирменного стиля. Компоненты фирменного стиля. Носители фирменного стиля. Фирменный стиль в узком и 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 Логотип как элемент фирменного стиля. Критерий при разработке логотипа. Анализ хороших и неудачных логотипов. Варианты создания логотипа. Шрифт в логотипе		ОК 01, ОК 09, ПК 4.1. ОК 01 ПК 4.1. ОК 01 ПК 4.1.

Фирменный персонаж как элемент фирменного стиля. Анализ фирменных персонажей. Их значение. Разработка фирменного персонажа. Варианты.	ОК 01 ПК 4.1.
В том числе практических занятий и лабораторных работ	
Разработка элементов фирменного стиля. Эскизы вариантов. Знак, образ, персонаж (индивидуальные задания)	ОК 01 ПК 4.1
Разработка элементов фирменного стиля. Эскизы вариантов. Логотип	ОК 01 ПК 4.1
Разработка графического, цветофактурного и колористического решения товарного знака	ОК 01 ПК 4.1 ПК 4.2.
Проект фирменного стиля. (Графическая подача проекта)	ОК 01 ПК 4.1.
Разработка и создание фирменной печатной рекламы (деловые бумаги)	ОК 01 ПК 4.1
Разработка макета бланка для письма.	ОК 01 ПК 4.1.
Создание эскизов визиток по индивидуальным заданиям.	ОК 01 ПК 4.1
Разработка рекламного модуля.	ОК 01 ПК 4.1
Лабораторное занятие: Разработка макета рекламного плаката.	ОК 01 ПК 4.1
Лабораторное занятие: Разработка и создание фирменного буклета	ОК 01 ПК 4.1
Лабораторное занятие: Разработка макета упаковки. Разработка и создание фирменной этикетки	ОК 01 ПК 4.1
Лабораторное занятие: Разработка дизайн-проекта рекламного буклета	ОК 01 ПК 4.1
Практическое задание : Нейминг, разработка легенды	ОК 05, ОК 09, ПК 4.2.
Лабораторное занятие:: Макет презентационного плаката А1 по проекту	ОК 01, ПК 4.1
Практическое задание : Коллаж впечатлений	ОК 01, ПК 4.1

					ПК 4.2.
Самостоятельная работа при изучении раздела					
Промежуточная аттестация – экзамен					
				14	
				6	
МДК 04.03 Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки					
Тема 3.1 Основы векторной графики. Программа Adobe Illustrator					
	Содержание			116	
	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 редактирование контуров. Техника рисунка в кривых и работа с текстом. Создание текстурных векторных кистей				ОК 05 ОК 09 ПК 4.1
	В том числе практических занятий и лабораторных работ				
	Рисунок из геометрических объектов. Создание логотипа				
	Работы с кривыми. Создание патера; Кисти. Создание текстурных векторных кистей				ПК 4.1
	Векторный компьютерный рисунок с использованием кривых				
	Создание рекламного плаката				
	Работа с текстом. Разработка дизайна интернет-рассылки.				
Тема 3.2 Основы растровой графики. Программа Photoshop					
	Содержание				
	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 коррекции изображения				ОК 01, ПК 4.1, ПК 4.3
	В том числе практических занятий и лабораторных работ				
	Создание композиции с использованием готовых выделенных объектов				ОК 01, ПК 4.1, ПК 4.3
	Создание многослойной монтажной композиции в растровой графике				
	Компьютерная обработка растрового изображения: стилизация фотографии «под вектор»				
	Обработка фотографий в программе растровой графики				
	Размещение объектов с учётом перспективы				
	Создание рекламной листовки в программе Photoshop				
Тема 3.3. Использование					
	Содержание				
	Особенности технологии прикладного использования студийного оборудования.				ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3
	В том числе практических занятий и лабораторных работ				

<p>студийного оборудования, технология фотографирования.</p>	<p>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.</p>		
<p>Тема 3.4. Работа над имиджевой фотографией, фотосессия предметов потребления</p>	<p>Содержание Фотографирование визуальных рекламных композиций. Фотосессия предметов потребления. Фотосессия визуальных композиций. Фотосессия имиджевого предмета. Креативная компоновка различных предметов в композицию для рекламного проекта. В том числе практических занятий и лабораторных работ Компоновка и финишное решение для рекламной композиции натюрморта предметов потребления. Подбор визуального ряда и текстового материала по заданной теме в фотосессии визуальной композиции. Фотосессия имиджевого предмета. Подбор вариантов креативного решения освещения для выявления визуального акцента. Фотографирование визуального проекта имиджевой фотосессии</p>		<p>ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3</p> <p>ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3</p>
<p>Тема 3.5. Разработка и создание дизайна рекламной продукции</p>	<p>Содержание Осуществление поиск рекламных идей. Художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы в жанрах. В том числе практических занятий и лабораторных работ Разработка авторского рекламного проекта Создание визуальных образов с рекламными функциями.</p>		<p>ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3</p>
<p>Тема 3.6. Производство рекламной продукции</p>	<p>Содержание Выбор и использование инструментов, оборудования, материалов и изобразительных средств. Практическое использование изобразительных средств оптики, фактуры, световых схем для создания имиджа рекламного продукта. В том числе практических занятий и лабораторных работ Создание модели, макета, сценария визуального решения объекта Исполнение рекламного решения имиджа в визуальном образе.</p>		<p>ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3</p>
<p>Самостоятельная учебная работа при изучении раздела</p>			<p>6</p>
<p>Промежуточная аттестация – экзамен</p>			<p>12</p>

<p>Учебная практика Виды работ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Использование типографики в графическом дизайне. 2. Создание информационного плаката. 3. Техника масло, карандаш, акварель в компьютерной графике. 4. Создание рекламных продуктов с цифровой живописью. 5. Визуальная коммуникация с использованием рекламной фотографии. 6. Определение задач учебной практики. 7. Техника безопасности. 8. Разработка темы и сюжета рекламной фотосессии. 9. Составление рекламного брифа по задачам фотосъёмки. 10. Подготовка и обозначение оборудования и реквизитов рекламной фотосессии. 11. Проведение фотосъёмки. 12. Промежуточный анализ отснятого материала. 13. Обработка фотографий в графическом редакторе с использованием простых приемов создания и обработки изображения. 14. Определение задач учебной практики. 15. Техника безопасности. 16. Разработка темы и сюжета рекламной фотосессии; 17. Составление или импортирование рекламного брифа по задачам фотосъёмки. 18. Подготовка и обозначение оборудования и реквизитов рекламной фотосессии. 19. Жанр и стиль. Определение жанра и стиля рекламной фотосессии. 20. Персонажи, фото модели. Объект и субъект. Натура, фотостудия. 21. Тестовые съёмки природы для рекламной фотосессии. 22. Подготовка фотостудии для рекламной фотосессии (реквизит, аксессуары, набор осветительного оборудования и источников света). 23. Организация и проведение фотосъёмки. Компьютерная обработка фотографий с использованием простых приемов создания и обработки изображения. 	<p style="text-align: center;">18</p>	
---	---------------------------------------	--

<p>Производственная практика Виды работ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Художественное редактирование растровых изображений, создание рекламного плаката, в основе которого лежит фотомонтаж. 2. Создания шрифтовых композиций. Спецэффекты 3. выбор художественной формы реализации рекламной идеи; 4. создание визуального образа с рекламными функциями; 5. художественное конструирование рекламных продуктов по заданию. 6. Характеристика предприятия, организационная структура предприятия. 7. Основные виды деятельности, ассортимент продукции, структура управления, должностные обязанности специалистов организации. 8. Место фотографии в цепочке рекламной продукции. 9. Анализ рекламной деятельности предприятия. 10. Организация и подготовка выпуска, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы. 11. Технология организации и проведения фотосопровождения. 12. Финишные визуальные работы. 	<p>18</p>	
<p>МДК 04.04 Выполнение рекламных проектов в материале</p> <p>Тема 4.1 Психология восприятия рекламного продукта потребителем</p>	<p>82</p>	<p>Содержание Физиологические возможности восприятия рекламного продукта. Различия индивидуального и массового восприятия. Эффекты Миллера, Милыштейна. Зависимость Зильске. Имидж. Стереотипы в рекламе. Мотивационные характеристики аудитории. Учет индивидуальных особенностей потребителей рекламной информации. Пирамида Маслоу. Проблема адекватности формы и содержания особенностям индивидуального восприятия. Понятие профилирования и принцип "двойного проектирования" рекламного продукта. Традиционное поведение, ориентированное на удовлетворение потребностей, сформированных культурой. Знак, символ, миф в рекламе. Теория Ж. Бодрийяра о взаимоотношении человека и "вещи". Понятие "Мильтон-модели</p>
	<p>ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3</p>	

	<p>В том числе практических занятий и лабораторных работ Круглый стол на тему "Механизм воздействия рекламного образа" Принцип "двойного проектирования" рекламного продукт</p>	
<p>Тема 4.2 Творческое производство рекламного продукта в печатных средствах массовой информации</p>	<p>Содержание В том числе практических занятий и лабораторных работ Разработка элементов интерьерной печати на различных видах баннерной ткани Разработка элементов текстильной сувенирной продукции.</p>	<p>ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3</p>
<p>Тема 4.3 Творческое производство рекламного продукта в электронных средствах массовой информации</p>	<p>Содержание Создание телевизионной рекламы и кинорекламы. Разработка концепции. Типы телерекламы. Техника производства телерекламы. Анимация. Живое действие. Специальные эффекты. Процесс производства. Подготовительный этап. Производственный этап. Завершающий этап. Кино и видео. Затраты. Основы операторского искусства и сценарного мастерства. Производство радиорекламы. Принципы создания сценария радиорекламы. Типы радиорекламы</p>	<p>ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3</p>
	<p>В том числе практических занятий и лабораторных работ Разработка концепции кинорекламы Разработка элементов современной радиорекламы: прямое объявление, музыкальная заставка Разработка элементов современной радиорекламы: жанровая сценка, оригинальное представление Производство рекламного продукта для сети Интернет</p>	<p>ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3</p>
<p>Самостоятельная учебная работа при изучении раздела</p>		<p>6</p>
<p>Промежуточная аттестация – экзамен</p>		<p>12</p>
<p>МДК 04.05 Проектная компьютерная графика и мультимедиа</p>		<p>108</p>
<p>Тема 5.1 Основы компьютерной графики. Представление графических данных</p>	<p>Содержание Предмет и задачи курса. История компьютерной графики. Направления и области приложения компьютерной графики. Знакомство с различными сферами применения методов и средств компьютерной графики в современном обществе. Основные виды компьютерной графики. Форматы файлов для хранения изображений. Файлы растровых изображений. Файлы векторных изображений. Использование</p>	<p>ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3</p>

	<p>универсальных форматов для хранения изображений. Необходимая конфигурация компьютера. Популярные графические программы.</p> <p>В том числе практических занятий и лабораторных работ</p> <p>Круглый стол на тему "Научная графика, деловая графика, конструкторская графика, иллюстративная графика, художественная и рекламная графика»</p> <p>Использование компьютерных технологий при создании рекламных текстов. Основы работы в текстовом редакторе.</p> <p>Использование компьютерных технологий при создании рекламных изображений. Основы работы в Corel DRAW. Имитация объема в Corel DRAW.</p>		ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3
<p>Тема 5.2. Растровая и векторная графика</p>	<p>Содержание</p> <p>Понятие разрешения. Линиатура. Методы растрования. Оценка качества растровых изображений. Интенсивность тона. Динамический диапазон. Линия как элементарный объект векторной графики. Свойства линий и узлов. Способы представления векторных объектов. Кривые Безье. Инструментальный ящик (Tool box). Настройки программы под пользователя. Навыки применения инструментария и координатных средств управления рабочим файлом.</p> <p>В том числе практических занятий и лабораторных работ</p> <p>Использование компьютерных технологий при создании рекламных изображений. Обработка растровых изображений в Corel DRAW Интерактивный объем, интерактивное искажение.</p> <p>Создание элементарных изображений в программе PhotoShop (CS5)</p> <p>Редактирование изображений в программе PhotoShop (CS5)</p> <p>Верстка файлов в программе PhotoShop (CS5)</p> <p>Использование компьютерных технологий при создании рекламных изображений. Практические приемы работы в Adobe Photoshop</p> <p>Создание растровых изображений в Adobe PhotoShop</p> <p>Использование компьютерных технологий при создании рекламных текстов. Текст в программе Adobe Photoshop.</p>		ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3
<p>Тема 5.2 Свет и цвет в компьютерной график</p>	<p>Содержание</p> <p>В том числе практических занятий и лабораторных работ</p> <p>Использование компьютерных технологий при создании рекламных изображений. Физические принципы формирования оттенков. Цветовая</p>		ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3

	<p>палитра. Цветовое пространство. Колометрическая система. Цветовые модели CIE Lab, RGB, HSB, CMYK. Обтекание графики текстом, размещение изображения</p>		
<p>Тема 5.3 Технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации</p>	<p>Содержание Цифровые фото и видеокамеры. Декодеры. Микшерские пульты. Звукзаписывающая аппаратура. Программные средства создания и обработки трехмерной графики на ПК. Профессиональные программные средства для создания и обработки компьютерной анимации и видео. Форматы файлов компьютерной анимации. Форматы устройства регистрации.</p>		ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3
	<p>В том числе практических занятий и лабораторных работ Использование профессиональных пакетов программного обеспечения для обработки анимации. Анимация в программе Adobe Photoshop. Сложный монтаж в программе Adobe Photoshop. Трехмерное моделирование.</p>		ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3
<p>Тема 5.4 Использование мультимедийных технологий для разработки и внедрения рекламного продукта</p>	<p>Содержание Понятие электронной презентации. Мультимедийность электронных презентаций. Слайды. Этапы разработки электронных презентаций. Способы представления презентаций. Современные программы подготовки электронных презентаций (MS Power Point, Macromedia Director, Nurer Method, Corel Presentations, Flash-среды). Использование гиперссылок при проектировании системы навигации в презентациях MS Power Point. Использование шаблонов в MS Power Point. Настройки анимации в MS Power Point. Комбинирование эффектов. Упорядочение эффектов на «монтажном столе»</p>		ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3
	<p>В том числе практических занятий и лабораторных работ Создание простейшей презентации в MS Power Point. Навигация в презентациях MS Power Point. Использование шаблонов в MS Power Point. Управление показом презентации в MS Power Point. Настройки анимации в MS Power Point. Использование мультимедийных технологий для разработки и внедрения рекламного продукта. История и основные возможности мультимедиа технологии. Современные способы организации презентаций. Презентационное оформление рекламного проекта средствами MS Power Point</p>		ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3

<p>Тема 5.6. Редактор Macromedia Flash. Использование графики. Объекты в Macromedia Flas</p>	<p>Содержание Основные сведения о среде Macromedia Flash. Базовые средства управления цветом. Простейшие операции рисования. Использование форм. Трансформация графики. Работа со слоями. Работа с текстом. Импорт графики. онятие объекта в Macromedia Flash. Назначение и типы объектов. Создание эталона. Понятие библиотеки. Свойства импортированных объектов. Графический объект и клип. Кнопка и пункт меню.</p> <p>В том числе практических занятий и лабораторных работ Графические примитивы в Macromedia Flash. Использование форм и редактирование графики в Macromedia Flash. Редактирование текста в Macromedia Flash. Работа с цветом и импортирование в Macromedia Flash. Группировка, трассировка и использование слоев в Macromedia Flash. Видеоконференция как мультимедийная технология. Введение во Flash. Основные понятия Flash. Инструменты рисования Flash. Анимация во Flash. Маскирование во Flash.</p>		ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3
<p>Тема 5.7 Основы проектирования Web-страниц</p>	<p>Содержание Виды компьютерных сетей. Адресация и протоколы передачи информации. Доменная система имен. Провайдеры Интернет. Процедура подключения к Интернет. Поисковые серверы. Электронная почта. сновы создания электронных страниц. Язык гипертекстовой разметки HTML. Понятие Браузера. Основные теги HTML. Структура простейшей HTML-страницы. Теги управления шрифтом. Назначение и интерфейс программы MS FrontPage. Вставка WEB-компонентов. Использование шаблонов. Процедура создания и регистрации сайтов на домене pagod.ru. Использование конструктора и «мастерской». Загрузка файлов на сайт. Редактирование сайта.</p> <p>В том числе практических занятий и лабораторных работ Вставка WEB-компонентов. Создание страниц и узлов с помощью шаблонов в MS FrontPage. Создание сайта на домене pagod.ru. Загрузка новых файлов на сайт и редактирование сайта. спользование web-технологий для разработки и внедрения рекламного продукта. Разработка дизайн-макета рекламного баннера. Разработка Web-страницы. Разработка web-сайта.</p>		ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3

Самостоятельная учебная работа при изучении раздела	16	
Промежуточная аттестация – экзамен	12	
МДК 04.06 Техника и технологии рекламной фотографии	72	ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3
<p>Тема 6.1 Фотоаппараты, сменные объективы и принадлежности для съемки. Основы экспонометрии</p> <p>Содержание Классификация современных фотоаппаратов, их основные технические характеристики. Фотографический объектив, его основные характеристики. Экспонометры. Осветительное оборудование. Штатив. Правила обращения с фотоаппаратом и фотопринadleжностями. Устройство фотоаппарата. Затвор. Диафрагма. Объектив. Механизм наводки на резкость. Видеоискатели. Параллак. Классификация фотоаппаратов по размеру кадра, по способу наводки на резкость. Форматы пленок: 35 мм, рольфильм (70 мм), листовые. Дополнительное оборудование для фотосъемки, его назначение (светофильтры, бленды, насадки, тросики, штативы, пентапризмы и т.д.). Факторы, влияющие на глубину резко изображаемого пространства: фокусное расстояние объектива, значение диафрагмы и точка наводки на резкость. Влияние фокусного расстояния объектива на передачу перспективы. Способы определения экспозиции в зависимости от условий съемки. Автозамер экспозиции: по всему полю кадра, "точечный" замер, центровзвешенный замер, замеры с приоритетами. Способы экспокоррекции. Объект - светочувствительный материал- оптика. Способы и средства определения правильной экспозиции. Экспозиционные параметры. Способы измерения экспозиционных параметров. Определение экспозиции исходя из световых условий съемки и чувствительности фотоэмульсии</p> <p>В том числе практических занятий Круглый стол на тему " Основные правила обращения с фототехникой и техника безопасности» Осуществление подбора оборудования для фотосъемки. Разработка сценария для съемок и монтажа рекламы. Осуществление определения и замера экспозиции в соответствии с условиями съемки</p>		ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3
<p>Тема 6.2 Организация пространства кадра</p> <p>Содержание Восприятие изображения, организация пространства кадра: точка съемки, выделение главного объекта, расположение объектов. Смысловой и</p>		ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3

	<p>изобразительный центр кадра. Понятие «композиция кадра». Высота точки съемки и понятие ракурса. Принципы заполнения картинной плоскости. Объект и фон в кадре. Динамичность снимка. Ритмический рисунок кадра. Глубина кадра. Динамизм в фотографии. Принцип равновесия при заполнении картинной плоскости. Типы знаков и их использование в фотографии.</p>	<p>В том числе практических занятий Круглый стол на тему "Передача объемов, перспектива и глубина кадра". Осуществление съемки с использованием основных приемов фотокомпозиции. Осуществление подбора приемов композиции в соответствии с замыслом.</p>	<p>ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3</p>
<p>Тема 6.3 Фотосъемка жанра</p>	<p>Содержание Представления о жанрах искусства, жанрах в фотографии. Определение жанра. Жанровая фотография. Жанр фотоэтюда. Техническая съемка: репродукционная съемка, макрофотография, микрофотография, астрофотография, съемка на документы.</p>	<p>В том числе практических занятий Круглый стол на тему "Выбор техники для съемки жанра". Съемка городского пейзажа. Съемка пейзажа, панорама. Особые условия съемки в неблагоприятных условиях. Съемка архитектуры. Съемка интерьерера. Съемка натюрморта по индивидуальным заданиям. Съемка модели с характерными жестами и позами. Способы визуального исправление особенностей и недостатков внешности. Съемка портрета при естественном освещении. Портретная съемка при искусственном освещении. Съемка движения. Приемы съемки животных</p>	<p>ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3</p>
<p>Тема 6.4 Цветоделение и цветовоспроизведение. Особенности съемки цветной и черно-белой фотографии</p>	<p>Содержание Характеристики света и цвета. Восприятие цветов, смещение цветов, гармония цвета. Монохроматический цвет и доминирующий цвет, цветовые акценты. Физическое, оптическое и эмоциональное воздействие цвета. Определение цветовой температуры. Цветовые модели (RGB, CMY, CMYK) и цветовые системы (HSV, XYZ, Lab). арактеристики света и цвета. Восприятие цветов, смещение цветов, гармония цвета. Монохроматический цвет и доминирующий цвет, цветовые акценты. Цветовая температура различных источников света. Сбалансированность цветных материалов. Конверсионные и корректирующие светофильтры.</p>	<p>ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3</p>	

	<p>В том числе практических занятий Круглый стол на тему "Физическое, оптическое и эмоциональное воздействие цвета". Осуществление подбора цвета для гармоничной композиции Осуществление фотосъемки для производства рекламного продукта. Использование цвета для усиления рекламных снимков Баланс белого при съемке на цифровой фотоаппарат. Применение дополнительного оборудования для корректировки цвета. Создание гармоничных цветных композиций</p>		ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3
Самостоятельная учебная работа при изучении раздела		6	
Промежуточная аттестация – зачет с оценкой		2	
МДК 04.07 Техника и технологии рекламного видео		72	
Тема 7.1 История телевизионного ролика, функции рекламного ролика. Производство телевизионной рекламы и другой видеопродукции	Содержание История американской и европейской ТВ рекламы. История и анализ российской ТВ рекламы. Фестивали ТВ рекламы, формы их проведения. Функции телевизионного рекламного продукта. Жанровые особенности телевизионной рекламы. Рекламная история как основа рекламной продукции. Российские и зарубежные рекламные агентства. Формы и специфика производства и проката телевизионной рекламы. Убеждающее изображение, его влияние на зрительскую аудиторию. Прокат ТВ рекламы.		ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3
Тема 7.2. Свет и освещение, осветительное оборудование и осветительные приборы. Естественный и искусственный свет. Экспониметри	В том числе практических занятий Анализ и рецензирование просмотренных видеоматериалов. Разработка сценария для съемок рекламного ролика. Создание убеждающего изображения, при разработке сценария телевизионной рекламы. Создание рекламной истории, при разработке сценария телевизионной рекламы.		ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3
	Содержание Цели и задачи освещения. Эффекты и состояние освещения. Интенсивность и направление света. Освещение как средство трактовки образа. Свет, тень и цвет как выразительные средства. Свет и тень, передача цвета и смешение цветов. Физические свойства света – освещенность, яркость, светлота, цветовой фон, спектральный состав света. Отражательная способность физических тел. Цветовая температура		ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3

	<p>источников света. Ключевая яркость. Визуальный и экспонетрический контроль; «серая» шкала. Свето- и цветочувствительность носителей. Светофильтры и их свойства. Экспонетрический режим, функция «баланс белого». Интервал яркостей объекта съемок. Осветительное оборудование, его устройство, приемы работы с ним, техника безопасности при использовании осветительного оборудования. Освещение людей, объектов, съёмочной площадки. Источники света, цветной свет. Особенности съемки при искусственном освещении. Особенности съемки при естественном свете, эффекты освещения. Распределение и направление света, его интенсивность. Освещение поверхностей, выработка фактур.</p>		
<p>Тема 7.3. Основные этапы подготовительного (предпостановочного) процесса. Съёмочный процесс. Видеомонтаж, кадр и монтаж</p>	<p>В том числе практических занятий</p> <p>Осуществление видеосъемки изображений для производства рекламного продукта. Визуальный и экспонетрический контроль яркости света. Использование различных типов фильтров и осветительной аппаратуры при съемке сюжетов. Осуществление работы с осветительным оборудованием. Осуществление видеосъемки для производства рекламного продукта. Распределение и направление света, его интенсивность. Использование эффектов освещения при осуществлении видеосъемки для производства рекламного продукта. Создание атмосферы освещением при осуществлении видеосъемки для производства рекламного продукта. Осуществление видеосъемки для производства рекламного продукта. Импровизация в освещении</p>		<p>ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3</p>
<p>Тема 7.3. Основные этапы подготовительного (предпостановочного) процесса. Съёмочный процесс. Видеомонтаж, кадр и монтаж</p>	<p>Содержание</p> <p>Подготовка сценария, эскизов декорации и костюмов; отбор натур, организация оформления съёмочного пространства; подбор актеров; фото- и видео пробы. Производственные цеха, кинопрофессии. Съёмочная площадка. Взаимодействие режиссера, съёмочной группы и персонала студии. Работа актера в кадре. Основные методы съемки, принятые в кинопроизводстве. Постановочный репортажный метод съемки. Техника и приемы съемки (многокамерный способ съемки, панорама, съемка движения и др.). Разнообразие съёмочной аппаратуры, операторская техника и приспособления. Точка съемки, ракурс, движение камеры, характер движения, ритм. Построение и композиция кадра. Стили съемки, размер экрана, крупность планов. Стандартные съемки.</p>		<p>ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3</p>

	<p>Запоминание кадра. «Субъективная» обработка изображения. Значение объекта съемки. Баланс композиции изображения, влияние цвета на восприятие. Значение и поведение объекта, постоянство центров внимания. Суть монтажа. Монтажные программы. Монтажное оборудование (мониторы, микшеры, компьютеры и др.). Понятие «кадр», кадр как единица пространства, времени и действия. Монтаж, монтажная фраза. Монтаж по направлению во времени, по ориентации в пространстве. Виды монтажа, творческие возможности. Монтажный переход. Монтажная съемка изображения в сцене. Признаки монтажного сочетания в кадре. Монтаж по крупности планов, по направлению движения и ориентации в пространстве. Монтаж по композиции кадра, тону, цвету. Монтажный ритм в сцене. Этическая сторона монтажа. Спецэффекты, порядок кадров, длительность эпизода, сюжета, монтажный ритм. Временной код. Прямой и черновой монтаж. Разновидности съемочных приемов, способ организации действия межкадровым монтажом.</p>	
<p>В том числе практических занятий</p> <p>Осуществление видеосъемки для производства рекламного продукта. Организация и оформление съемочного производства. Видео и фото пробы. Осуществление видеосъемки для производства рекламного продукта. Постановочный и репортажный метод съемки. Осуществление видеосъемки для производства рекламного продукта. Техника и приемы съемки. Значение и поведение объекта, постоянство центров внимания. Выполнение прямого и чернового монтажа видеофильма. Применение спецэффектов, монтажных переходов.</p>		<p>ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3</p>
<p>Самостоятельная учебная работа при изучении раздела</p>		<p>10</p>
<p>Промежуточная аттестация – зачет с оценкой</p>		<p>2</p>
	<p>Всего</p>	<p>746</p>

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:

Операционные системы семейства Windows, КонсультантПлюс веб версия, Гарант веб версия, антивирус Kaspersky Endpoint Security.

Перечень свободно распространяемого программного обеспечения:

Яндекс Браузер, LibreOffice, МТС Линк, VLC Media Player.

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:

Операционные системы семейства Windows, КонсультантПлюс веб версия, Гарант веб версия, антивирус Kaspersky Endpoint Security.

Перечень свободно распространяемого программного обеспечения:

Яндекс Браузер, LibreOffice, МТС Линк, Notepad++. Pinta, Gimp, AnyLogic, Inkscape, OpenShot. FreeCAD, LibreCAD, Jamovi, Visual Studio, Unity.

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

Библиотека (читальный зал, помещение для самостоятельной работы обучающихся)

Специализированная мебель:

комплект учебной мебели, в т.ч. адаптивные парты для лиц с ОВЗ и инвалидов.

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.

Перечень лицензионного программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

Операционные системы семейства Windows, КонсультантПлюс веб версия, Гарант веб версия, антивирус Kaspersky Endpoint Security.

Перечень свободно распространяемого программного обеспечения:

Яндекс Браузер, LibreOffice, МТС Линк, VLC Media Player.

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

Помещение для самостоятельной работы обучающихся (методический кабинет)

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; колонки; проектор, экран.

Перечень лицензионного программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

Операционные системы семейства Windows, КонсультантПлюс веб версия, Гарант веб версия, антивирус Kaspersky Endpoint Security.

Перечень свободно распространяемого программного обеспечения:

Яндекс Браузер, LibreOffice, МТС Линк, Notepad++, Pinta, Gimp, AnyLogic, Inkscape, OpenShot, FreeCAD, LibreCAD, Jamovi, Visual Studio, Unity.

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

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
---	------------------------	----------------------

<p>ПК 4.1 Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – проявляет способности и интерпретировать стили, жанры и направления; – создает высокохудожественные творческие работы с использованием различных художественных материалов; – формирует рекламное обращение на основе соотнесения утилитарного целевого назначения рекламы с эстетическими требованиями к ней; – создает оригинальный дизайн-проект рекламного обращения средствами компьютерных технологий. 	<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.</p>
<p>ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.</p>	<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.</p>
<p>ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.</p>	<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.</p>

<p>ОК 01 Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам</p>	<p>–выбор и применение методов и способов решения профессиональных задач в области маркетингового обеспечения реализации рекламного продукта в интернете; -решение стандартных и нестандартных профессиональных задач в области интернет- маркетинга и продвижения в сети интернет.</p>	<p>Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы</p>
<p>ОК 05 Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста</p>	<p>- способен осуществлять устную и письменную коммуникацию, разрабатывать нейминг и рекламные тексты с учетом особенностей ЦА</p>	<p>Мониторинг и рейтинг выполнения работ на учебной и производственной практике, самостоятельных работ</p>
<p>ОК 09 Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках</p>	<p>-способен использовать профессиональную документацию для выполнения рекламных заданий</p>	<p>Мониторинг и рейтинг выполнения работ на учебной и производственной практике, самостоятельных работ</p>