

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

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования (далее – СПО) 42.02.01 Реклама.

Разработчики:

Климова Лидия Александровна, преподаватель СПб ГБПОУ «Петровский колледж»

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|---|----|
| 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ..... | 4 |
| 2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ..... | 4 |
| 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ..... | 6 |
| 4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ | 17 |

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ 01. РАЗРАБОТКА И СОЗДАНИЕ ДИЗАЙНА РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ

Рабочая программа профессионального модуля – является частью основной профессиональной образовательной программы (далее - ОПОП) в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама (базовой подготовки).

Рабочая программа профессионального модуля может быть использована в дополнительном профессиональном образовании и профессиональной подготовке работников в области рекламы при наличии среднего (полного) общего образования. Опыт работы не требуется.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

| Код | Наименование результата обучения |
|---------|---|
| ПК 1.1. | Осуществлять поиск рекламных идей |
| ПК 1.2. | Осуществлять художественно эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы |
| ПК 1.3. | Разрабатывать авторские рекламные проекты |
| ПК 1.4. | Создавать и оформлять тексты рекламных объявлений |
| ПК 1.5. | Создавать визуальные образы с рекламными функциями |
| ОК 1. | Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес |
| ОК 2. | Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество |
| ОК 3. | Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность. |
| ОК 4. | Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития |
| ОК 5. | Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности |
| ОК 6. | Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями |
| ОК 7. | Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий. |
| ОК 8. | Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации |
| ОК 9. | Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности. |
| ОК 10. | Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности |
| ОК 11. | Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке |

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными и общими компетенциями, обучающийся в ходе освоения профессионального модуля должен иметь практический опыт, умения и знания

| Результаты (освоенные ПК и ОК) | Код и наименование практического опыта | Код и наименование умений | Код и наименование знаний |
|---|--|--|---|
| ПК 1.1. ПК 1.2. ПК 1.3. ПК 1.4. ПК 1.5. ОК 1. ОК 2. ОК 3. ОК 4. ОК 5. ОК 6. ОК 7. ОК 8. ОК 9. ОК 10 ОК 11. | ПО 1. Выбора художественной формы реализации рекламной идеи; ПО 2. Создания визуального образа с рекламными функциями; ПО 3. Художественного конструирования рекламных продуктов по заданию. | У 1. Осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги; У 2. Разрабатывать композиционное решение рекламного продукта; У 3. Использовать выразительные и художественно- изобразительные средства при моделировании рекламы; У 4. Составлять рекламные тексты. | З 1. Выразительные и художественно- изобразительные средства рекламы; З 2. Приемы и принципы составления рекламного текста; З 3. Композицию, шрифтовую и художественную графику в рекламе; З 4. Методы проектирования рекламного продукта; З 5. Методы психологического воздействия на потребителя; |

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Структура профессионального модуля «ПМ 01. Разработка и создание дизайна рекламной продукции»

| Коды профессиональных компетенций | Наименования разделов профессионального модуля | Макс. учебная нагрузка | в т. ч. вариативных часов | Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов) | | | | | Практика | | |
|-----------------------------------|---|------------------------|---------------------------|---|--|---|-------------------------------------|--|-----------------|--|------------|
| | | | | Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося | | | Самостоятельная работа обучающегося | | Учебная , часов | Произв. (по профилю специальности), часов | |
| | | | | Всего, часов | в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов | в т.ч., курсовая работа (проект), часов | Всего, часов | в т.ч., курсовая работа (проект) , часов | | | |
| 1 | 2 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | |
| ПК 1.2 ПК 1.4 ПК 1.5 | МДК 01.01. Художественное проектирование рекламного продукта. | 240 | 115 | 152 | 52 | 20 | 88 | | | | |
| ПК 1.1 ПК 1.3 | МДК 01.02. Разработка творческой концепции рекламного продукта | 230 | 100 | 150 | 52 | - | 80 | | | | |
| | Учебная практика | 72 | | | | | | | | 72 | |
| | Производственная практика, (по профилю специальности), часов | 144 | | | | | | | | | 144 |
| | Всего: | 686 | 215 | 302 | 104 | 20 | 168 | - | | 72 | 144 |

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю ПМ 01. Разработка и создание дизайна рекламной продукции

| Наименование МДК, разделов и тем | Содержание учебного материала | Лабораторные, практические и контрольные работы, самостоятельная работа обучающихся | Обязательная учебная нагрузка (час) | | Самостоятельная работа | Умения, знания | | Информационно-техническое обеспечение | | Формы и виды контроля |
|--|---|---|-------------------------------------|--------------------------|------------------------|----------------|-----|--|---------------------|--|
| | | | Теоретические | Лабораторно-практические | | У | З | Информационные источники | Средства обучения | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 |
| МДК 01.01. Художественное проектирование рекламного продукта. | | | 32 | 72 | 48 | | | | | |
| Раздел 1. Создание рекламного продукта. | | | 12 | 14 | 12 | | | | | |
| 5 семестр | | | | | | | | | | |
| Тема 1. Проектирование знака | Стилизация знакомых объектов, распознавание образов. Принципы создания знака, графические и технические приёмы создания. Графические стили и современные тенденции разработки знаков. Ритм и визуальная рифма в знаке. Знак как основа создания логотипа. | Работа 1.О Работа 2.О Работа 3.О Работа 4.О Работа 5.О | 6 | 8 | 6 | У 1 У 3 | 3 1 | Ошибка! Источники не найдены. | 2.1. 2.2. 2.3 | Проверка выполненных работ 1.О, 2.О, 3.О, 4.О, 5.О |

| | | | | | | | | | | |
|---|--|--|---|---|----|------------|------------|--|---------------------|--|
| Тема 2. Основы верстки | Типографика, работа с различными начертаниями гарнитуры и видами шрифтов. Создание и проработка текстовых блоков, выравнивание. Работа с форматом, технические отступы. Иерархия рекламной информации, расстановка акцентов. | Работа 6.О Работа 7.О Работа 8.О | 6 | 6 | 4 | У 2 У 3 | 3 3 | Ошибка! Источник ссылки не найдены. Ошибка! Источник ссылки не найдены. Ошибка! Источник ссылки не найдены. | 2.1. 2.2. 2.3 | Проверка выполненных работы 6.О, 7.О, 8.О |
| 6 семестр | | | | | | | | | | |
| Тема 3. Разработка логотипа и иконок | Разработка логотипа: основные принципы, технологические требования. Краткая история развития логотипов. Виды логотипов, их особенности. Современные тенденции разработки логотипов. Типографика в логотипе. Стилиевое единство элементов в | Работа 9.О Работа 10.О | 6 | 6 | 10 | У 1 У 3 | 3 4 3 5 | Ошибка! Источник ссылки не найдены. | 2.1. 2.2. 2.3 | Проверка выполненных работы 9.О, 10.О |

| | | | | | | | | | | |
|---|--|---|---|---|----|-------------------|------------|--|---------------------|--|
| | логотипе. Иконки, виды иконок, их применение, стилизация формы. | | | | | | | | | |
| Тема 4. Носители фирменного стиля | Носители фирменного стиля, тенденции и технологические ограничения. Фирменная документация, виды документации, особенности оформления. Фирменный транспорт. Особенности разработки дизайна фирменного транспорта. Интерьер как носитель фирменного стиля, современный подход к оформлению. | Работа 11.О | 4 | 4 | 6 | У 1 У 2 У 3 | 3 3 3 4 | Ошибка! Источник ссылки не найден. 2.2 | 2.1. 2.2. 2.3 | Проверка выполненных работ 11.О |
| Тема 5. Вёрстка многополосного издания | Многостраничная печатная реклама. Понятие полоса, разворот. Виды многополосных изданий, особенности вёрстки. Буклет как вид многополосного издания. Конструкция и структура буклета. Распределение информации по полосам. Дизайн брошюры, ее виды, назначение брошюры. Особенности проектирования брошюры. Структура брошюры, ритм полос. Модульная сетка в брошюре. | Работа 12.О Работа 13.О Работа 14.Т | 8 | 8 | 12 | У 1 У 2 У 3 | 3 3 3 4 | Ошибка! Источник ссылки не найден. Ошибка! Источник ссылки не найден. | 2.1. 2.2. 2.3 | Проверка выполненных работ 12.О, 13.О Электронный тест. |

| | | | | | | | | | | |
|---|--|----------------------------|---|----|---|-------------------|-----|--|---------------------|---------------------------------------|
| | | | | | | | | ки не найден. | | |
| Тема 6. Инфографика в рекламе | Определение и виды инфографики. Визуализация информации. Структурирование и подача сообщения посредством инфографики. Использование инфографики в рекламе и графическом дизайне. Единство стиля в инфографике. Стандартные и оригинальные решения. | Работа 15.О Работа 16.О | - | 12 | 6 | У 1 У 2 У 3 | 3 1 | Ошибка! Источник ссылки не найден. Ошибка! Источник ссылки не найден. | 2.1. 2.2. 2.3 | Проверка выполненных работ 15.О, 16.О |
| Тема 7. Проектирование интерактивных рекламных носителей | Интерактивные документы в рекламе. Взаимодействие с потребителем. Интерактивные веб-документы и PDF-файлы. Презентации с интерактивными элементами, анкеты и опросники. | Работа 17.О | - | 8 | 4 | У 1 У 2 У 3 | 3 4 | Ошибка! Источник ссылки не найден. Ошибка! Источник ссылки не найден. | 2.1. 2.2. 2.3 | Проверка выполненных работ 17.О |

| | | | | | | | | | | |
|--|--|--|-----------|----------|-----------|------------|------------|--|---|-------------------------------|
| Курсовое проектирование | Распределение тем курсовых проектов. Поиск литературы и электронных ресурсов. Теоретическая часть курсового проекта. Практическая часть курсового проекта. Создание презентации для защиты курсового проекта. Защита курсового проекта. | | - | 20 | - | | | | 2.1. 2.2. 2.3 | Защита курсового проекта |
| МДК 01.01. 02 Художественное проектирование рекламного продукта Раздел 2. Разработка рекламного текста. | | | 50 | - | 20 | У 4 | З 2 | | 1.1., 1.2., 1.3.; 1.4., 2.1.; 2.2.; 2.3 | |
| Тема 2.1. Введение. Понятие рекламы. История рекламы. Слово в рекламе, его функция. | Понятие рекламы, история рекламы, этапы развития рекламы Особенности рекламы в России | | 2 | | | У 4 | З 2 | | 1.1., 1.2., 1.3.; 1.4., 2.1.; 2.2.; 2.3 | |
| Тема 2.2. Целевая аудитория. Стилиевые особенности языка, связанные с аудиторией. | Понятие целевой аудитории. Методика Шеррингтона. Языковые особенности целевой аудитории. | Анализ рекламных сообщений | 2 | | | У 4 | З 2 | | 1.1., 1.2., 1.3.; 1.4., 2.1.; 2.2.; 2.3 | |
| Тема 2.3. Общие правила | Правила составления рекламы. Общие принципы. | Подбор рекламных сообщений, их анализ. | 2 | | 3 | У 4 | З 2 | | 1.1., 1.2., 1.3.; | Устный опрос с представлением |

| | | | | | | | | | | |
|---|---|--|----|--|---|-----|-----|--|---|--|
| составления рекламы, анализ рекламных текстов | | Анализ рекламы, рекламных текстов. | | | | | | | 1.4., 2.1.; 2.2.; 2.3 | ием материалов |
| Тема 2.4. Лексические, пунктуационные, стилистические средства создания рекламного текста. | Фонетические, лексические, грамматические, синтаксические, лексико-семантические особенности и приёмы, используемые в рекламе. Образные средства, используемые в рекламе. Создание рекламного текста: приёмы, ассоциативные ряды, слова-крючки. | Анализ возможностей лексико-семантических групп русского языка, подбор рекламных текстов. Анализ возможностей использования образных средств русского языка, подбор рекламных текстов. Подбор ассоциаций, работа с ассоциативными словарями. Анализ рекламных текстов с точки зрения использования лексики различных групп» задействие функций частей речи Анализ рекламных текстов: образные средства Тестовое задание (теория) | 11 | | 6 | У 4 | 3 2 | | 1.1., 1.2., 1.3.; 1.4., 2.1.; 2.2.; 2.3 | Устный опрос с представлением материалов на занятии. Выполнение тестового задания в системе проверки знаний на портале колледжа. |
| Тема 2.5. Брендинг. | Понятие и составляющие брендинга. Бренд и торговая марка. Нейминг, имя продукта. Слоган, правила разработки слогана, виды слоганов. | Выбор собственного продукта; определение целевой аудитории. Проработка возможных наименований собственного продукта. | 6 | | 9 | У 4 | 3 2 | | 1.1., 1.2., 1.3.; 1.4., 2.1.; | Устный опрос с представлением материалов на занятии |

| | | | | | | | | | | |
|---|--|--|------------|-----------|-----------|-----|-----|--------------|---|---|
| | | Проработка возможных вариантов для собственного продукта. Разработка имени собственного продукта. Слоган для собственного продукта | | | | | | | 2.2.; 2.3 | |
| Тема 2.6. Рекламные тексты | Заголовок. Правила составления заголовка. Рекламный текст. Виды рекламных текстов. | Рекламный текст и заголовок. Анализ и обсуждение работ. Оформление работ | 2 | | 4 | У 4 | 3 2 | | 1.1., 1.2., 1.3.; 1.4., 2.1.; 2.2.; 2.3 | Устный опрос с представлением материалов на занятии. Письменная работа (оформление и сдача) |
| МДК 01.02. Разработка творческой концепции рекламного продукта | | | 100 | 52 | 68 | | | | | |
| Тема 1. Единство формы и содержания | Графический и рекламный дизайн, суть деятельности дизайнера. Единство формы и содержания. Психология восприятия изображения. Основные средства передачи образа. Цвет, форма, фактура, ритм элементов. Понятие «концепт» и «стиль» в дизайне. | Работа 1.О Работа 2.О | 6 | 4 | 4 | У 3 | 3 1 | 1.2.1 | 2.1. 2.2. 2.3 | Проверка выполненных работ 1.О, 2.О |
| Тема 2. Композиция и ритм в графическом дизайне | Ритм, композиция, взаимодействие объектов как средства передачи образа. Сторителлинг и визуальное повествование. | Работа 3.О Работа 4.О | 4 | 6 | 4 | У 2 | 3 3 | 1.2.1 3.1 | 2.1. 2.2. 2.3 | Проверка выполненных работ 3.О, 4.О |
| Тема 3. Визуальная метафора в | Литературные тропы в иллюстрации и графическом дизайне. Сравнение, аналогия, | Работа 5.О | 4 | 4 | 2 | У 1 | 3 4 | 1.2.1 | 2.1. 2.2. 2.3 | Проверка выполненных работ 5.О |

| | | | | | | | | | | |
|--|--|--------------------------|----|---|----|-------------------|------------|---|---------------------|-------------------------------------|
| графическом дизайне | аллегория и метафора. Визуальное подобие. | | | | | | | | | |
| Тема 4. Разработка социальной рекламы | Социальная реклама: функции, задачи, принципы. Классификация социальной рекламы. История социальной рекламы. Современный социальный плакат в России и мире. Психологические аспекты воздействия социальной рекламы. Серийность в рекламе. Современный эффективные социальные рекламные кампании. | Работа 6.О | 10 | 6 | 8 | У 1 У 2 У 3 | 3 1 3 5 | Ошибка! Источник ссылки не найден. 2.1 | 2.1. 2.2. 2.3 | Проверка выполненных работ 6.О |
| Тема 5. Презентация рекламного продукта | Основы оформления презентации. Задачи презентации. Структура презентации. Последовательность слайдов. Иерархия информации на слайде. Соотношение текста и иллюстраций в презентации. Дизайн слайдов. Подача материала. Подготовка к выступлению. | Работа 7.О | 8 | 4 | 6 | У 1 | 3 4 | 1.2.1 2.2 | 2.1. 2.2. 2.3 | Проверка выполненных работ 7.О |
| Тема 6. Разработка дизайна упаковки | Фирменная упаковка. Использование элементов фирменного стиля в упаковке. Виды фирменной упаковки. Потребительская упаковка. Классификация. Обязательные элементы упаковки. Восприятие упаковки потребителем. Иерархия информации на упаковке. Основные принципы дизайна упаковки. Современные | Работа 8.О Работа 9.О | 12 | 4 | 10 | У 2 У 3 | 3 1 3 3 | 1.2.1 3.1 | 2.1. 2.2. 2.3 | Проверка выполненных работ 8.О, 9.О |

| | | | | | | | | | | |
|--|---|---|----|---|----|-------------------|-------------------|--|---------------------|---|
| | тенденции в дизайне упаковки. Конструкция полиграфической упаковки. Построение выкройки. | | | | | | | | | |
| Тема 7. История графического и рекламного дизайна | Предпосылки возникновения графического дизайна. История развития графического дизайна. Развитие рекламного дизайна на примере крупных компаний. Современные тренды в графическом дизайне. | Работа 10.О Работа 11.О Работа 12.Т | 6 | 4 | 4 | У 3 | 3 1 3 3 | 1.2.1 2.3 3.4 | 2.1. 2.2. 2.3 | Проверка выполненных работ 10.О, 11.О Электронный тест |
| Тема 8. Разработка айдентики | Айдентика, фирменный стиль. Единство стиля в айдентике. Концепция айдентики, бренда, образ компании в сознании потребителя. Психология восприятия элементов айдентики. Современные тенденции в разработке айдентики. Цвет, шрифты, знаки, иллюстрации и паттерны в айдентике. Система оформления коммуникаций. Правила использования айдентики. Гайдбуки. | Работа 13.О Работа 14.О | 18 | 6 | 10 | У 1 У 2 У 3 | 3 1 3 4 3 5 | 1.2.1 2.1 2.2 2.4 3.1 3.3 | 2.1. 2.2. 2.3 | Проверка выполненных работ 13.О, 14.О |
| Тема 9. Нестандартные средства рекламы | Традиционные подходы в проектировании различных рекламных продуктов. Стандарт и усреднение. Творчество в рекламе. Методики генерирования идей. Художественный образ в рекламе. Календарь. Виды календарей. Особенности разработки. Выразительные средства в дизайне брошюры. . | Работа 15.О Работа 16.О | 14 | 6 | 8 | У 1 У 2 У 3 | 3 3 3 5 | 1.2.1 3.1 3.2 | 2.1. 2.2. 2.3 | Проверка выполненных работ 15.О, 16.О |

| | | | | | | | | | | |
|--|--|-------------|------------|------------|------------|-------------------|------------|----------------------------|---------------------|---------------------------------|
| | Работа с цветом, формой и фактурой в дизайне печатной рекламы. | | | | | | | | | |
| Тема 10. Разработка рекламно-графического комплекса | Визуальные рекламные коммуникации. Задачи рекламного комплекса. Носители как часть рекламной кампании. Составляющие рекламного комплекса. Продумывание составляющих рекламного комплекса, факторы влияющие на состав комплекса. Полиграфическая продукция и цифровая реклама в составе рекламного комплекса. | Работа 17.О | 12 | 4 | 8 | У 1 У 2 У 3 | 3 3 3 4 | 1.2.1 2.2 3.1 3.2 | 2.1. 2.2. 2.3 | Проверка выполненных работ 17.О |
| Тема 11. Разработка портфолио | Портфолио, виды портфолио, его назначение. Подача и визуализация проекта. Подбор работ для портфолио. Описание задачи и концепции. | Работа 18.О | 6 | 4 | 4 | У 3 | 3 4 | 1.2.1 2.2 3.1 3.2 | 2.1. 2.2. 2.3 | Проверка выполненных работ 18.О |
| Всего часов | | | 178 | 104 | 168 | | | | | |
| Учебная практика | Виды работ <ul style="list-style-type: none"> – Разработка элементов фирменного стиля – Создание макетов печатной рекламной продукции – Создание цифровых рекламных продуктов | | | | | | | | | Защита отчета по практике |
| Производственная практика (по профилю специальности) | Виды работ <ul style="list-style-type: none"> – Изучить деятельность компании, для которой разрабатывается рекламный продукт – Изучить целевую аудиторию данной компании – Проанализировать аналогичные разработки – Составить психологическое описание бренда – Определить основную идею рекламного продукта – Определить концепцию и визуальный стиль рекламного продукта – Разработать логотип и другие элементы фирменного стиля | | | | | | | | | Защита отчета по практике |

| | | |
|--|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> – Определить, какие носители требуются данной компании, исходя из специфики ее деятельности и существующей рекламе – Разработать макеты фирменной документации – Разработать макеты печатной рекламы – Разработать макеты наружной рекламы – Разработать макеты цифровой рекламы | |
| <p>Примерная тематика курсовых работ</p> <ul style="list-style-type: none"> – Разработка дизайна рекламного календаря для конкретной компании – Разработка комплекса печатной рекламы для конкретной компании – Разработка рекламной брошюры для конкретной компании – Разработка серии баннеров для конкретной компании – Разработка серии буклетов для конкретной компании – Разработка серии листовок для конкретной компании – Разработка серии плакатов для конкретной компании – Разработка серии социальных буклетов на конкретную тему – Разработка серии социальных плакатов на конкретную тему – Разработка фирменной документации для конкретной компании – Разработка фирменной упаковки для конкретной компании – Разработка элементов айдентики для конкретной компании | | |
| <p>Промежуточная аттестация</p> | | <p>Экзамен квалифика ционный</p> |

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. ТРЕБОВАНИЯ К МИНИМАЛЬНОМУ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОМУ ОБЕСПЕЧЕНИЮ

Реализация рабочей программы профессионального модуля предполагает наличие учебных кабинетов социально-экономических дисциплин, проектирования рекламного продукта, лаборатории компьютерной графики и видеомонтажа, компьютерного дизайна.

Оборудование учебного кабинета (лаборатории, мастерской, полигон) и рабочих мест кабинета (лаборатории, мастерской, полигона)

1. Кабинет социально-экономических дисциплин:

- 1.1.Мультимедийный проектор,
- 1.2. компьютер,
- 1.3.видеоматериалы,
- 1.4.белая доска

2. Кабинет проектирования рекламного продукта:

- 2.1. Компьютеры,
- 2.2. мультимедийный проектор,
- 2.3. белая доска

3. Лаборатория компьютерной графики и видеомонтажа

- 3.1. Компьютеры,
- 3.2. мультимедийный проектор,
- 3.3. белая доска.

4. Лаборатория компьютерного дизайна:

- 4.1.Компьютеры,
- 4.2.мультимедийный проектор,
- 4.3.белая доска

Оборудование и технологическое оснащение рабочих мест:

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета проектирования рекламного продукта:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- комплект учебно-наглядных пособий;
- комплект учебно-методической документации;
- учебные пособия.

Технические средства обучения кабинета проектирования рекламного продукта:

- компьютер (или ноутбук) для преподавателя;
- интерактивная доска (или проектор с проекционным экраном);
- лицензионное программное обеспечение, предусмотренное учебной программой;
- посадочные места по количеству обучающихся, оборудованные ПК;
- профессиональный сканер;
- графический планшет Wacom Intuos;
- лазерный принтер;
- внешние накопители информации;
- локальная сеть;
- доступ к глобальной сети Интернет
- белая магнитная доска для маркеров.

Оборудование лаборатории компьютерной графики и видеомонтажа, компьютерного дизайна:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- комплект учебно-методической документации;
- комплект учебно-наглядных пособий;

Технические средства обучения лаборатории компьютерного дизайна:

- компьютер (или ноутбук) для преподавателя;
- интерактивная доска (или проектор с проекционным экраном);
- лицензионное программное обеспечение, предусмотренное учебной программой;
- посадочные места по количеству обучающихся, оборудованные ПК;
- профессиональный сканер;
- графический планшет Wacom Intuos;
- лазерный принтер;
- принтер для широкоформатной печати;
- внешние накопители информации;
- локальная сеть;
- доступ к глобальной сети Интернет.
- аудиосистема.

Оборудование кабинета социально-экономических дисциплин:

- компьютер (или ноутбук) для преподавателя;
- проектор с проекционным экраном (или интерактивная доска);
- лицензионное программное обеспечение, предусмотренное учебной программой;
- посадочные места по количеству обучающихся,
- локальная сеть.

Реализация программы модуля предполагает обязательную производственную практику.

Производственная практика осуществляется в рекламных организациях, где обучающиеся овладевают современной техникой и технологией, приемами и способами работы под руководством опытных наставников.

4.2. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБУЧЕНИЯ

1. Основные источники:

1.1. По МДК 01.01 Художественное проектирование рекламного продукта

1.1.1 Беляева С. Е. Спецрисунок и художественная графика : учебник для СПО / Э. А. Киреева, С. А. Цырук. - 11-е изд., испр. - Москва : Издательский центр "Академия", 2021. - 240 с.

1.1.2 Колышкина Т. Б. Проектирование и оценка рекламного образа : учебное пособие для вузов / Т. Б. Колышкина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 262 с.

1.1.3 Кукушкина В. А. Разработка художественно-конструкторских (дизайнерских) проектов в материале : учебное пособие / В. А. Кукушкина, Т. А. Сметанникова, Т. В. Ананьева. — Липецк : Липецкий государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2022. — 77 с.

1.2 По МДК0102 Разработка творческой концепции рекламного продукта

1.2.1 Пендикова, И. Г. Графический дизайн: стилевая эволюция: монография / под ред. проф. Л. М. Дмитриевой. — Москва: Магистр: ИНФРА-М, 2021. — 160 с. - ISBN 978-5-9776-0373-7. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1211779>. – Режим доступа: по подписке.

1.2.2 Разработка творческой концепции рекламного продукта / Д. А. Трищенко. — Санкт-Петербург : Лань, 2023. — 152 с.

1.2.3. Евстафьев В. А. Креатив в рекламе : учебник для вузов / В. А. Евстафьев, А. Л. Абаев, М. А. Тюков. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2023. - 390 с.

2. Дополнительные источники:

2.1. Мокшанцев, Р. И. Психология рекламы: учебное пособие / Р. И. Мокшанцев; под ред. М. В. Удальцовой. - Москва: ИНФРА-М: Сиб. согл., 2019. - 232 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-16-004777-5. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/987773>. – Режим доступа: по подписке.

2.2. Мус, Р. Управление проектом в сфере графического дизайна / Мус Р., Эррера О. - Москва: Альпина Пабли., 2016. - 220 с.: ISBN 978-5-9614-2246-7. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/926090>. – Режим доступа: по подписке.

2.3. Савельева, О. О. Всеобщая история рекламы: учебник для бакалавров / О. О. Савельева, Н. В. Трубникова. — Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. - 452 с. - ISBN 978-5-394-03119-9. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1081671>. – Режим доступа: по подписке.

2.4. Шишова, Н. В. Теория и практика рекламы: учебное пособие / Н. В. Шишова, А. С. Подопригора, Т. В. Акулич. - Москва: ИНФРА-М, 2019. - 299 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-16-004794-2. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1002476>. – Режим доступа: по подписке.

3. Интернет-ресурсы

3.1 Онлайн-школа дизайна и иллюстрации «Bang Bang Education». Режим доступа: <https://bangbangeducation.ru/>

3.2 Онлайн-портфолио «Behance». Режим доступа: <https://www.behance.net/>

3.3 Школа грамотных коммуникаций бренда Сергея Мосякина. Режим доступа: <https://orfografika.ru/>

3.4 Электронный журнал «Шрифт». Режим доступа: <https://typejournal.ru/>

4.3. ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ К ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА

Перед изучением профессионального модуля обучающиеся изучают следующие учебные дисциплины: «Рисунок с основами перспективы», «Живопись с основами цветоведения», «Композиция», «История изобразительного искусства», «Дизайн Интернет-страниц», «Экономика организации», «Основы проектно-исследовательской деятельности», «Психология общения», «Русский язык и культура речи».

Обязательным условием допуска к производственной практике в рамках профессионального модуля **«ПМ 01. Разработка и создание дизайна рекламной продукции»** является, как правило, прохождение междисциплинарного курса «Художественное проектирование рекламного продукта» и «Разработка творческой концепции рекламного продукта» в рамках профессионального модуля.

4.4. КАДРОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА

Требования к квалификации педагогических (инженерно-педагогических) кадров, обеспечивающих обучение по профессиональному модулю:

- наличие высшего образования, соответствующего профилю профессионального модуля;
- опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы;
- преподаватели должны проходить стажировку в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой

Инженерно-педагогический состав: дипломированные специалисты – преподаватели междисциплинарных курсов.