

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Краюшкина Марина Викторовна
Должность: Директор
Дата подписания: 14.11.2023 08:31:47
Уникальный программный ключ:
5e608be07b9761c0a5e2f0e4ccddb2e4db1e603

Автономная некоммерческая организация профессионального образования

«Университетский колледж»

Предметно-цикловая комиссия «Реклама»

СОГЛАСОВАНО

Генеральный директор
ООО «БОКС МЕДИА»



Смекалина К.С.

«01» сентября 2023

УТВЕРЖДЕНО

Директор АНО ПО

«Университетский колледж»



Краюшкина М.В.

«01» сентября 2023

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ.04 СОЗДАНИЕ КЛЮЧЕВЫХ ВЕРБАЛЬНЫХ И ВИЗУАЛЬНЫХ
СООБЩЕНИЙ, ОСНОВНЫХ КРЕАТИВНЫХ РЕШЕНИЙ И
ТВОРЧЕСКИХ МАТЕРИАЛОВ НА ОСНОВНЫХ РЕКЛАМНЫХ
НОСИТЕЛЯХ**

программы подготовки специалистов среднего звена

по специальности 42.02.01 Реклама
(код и наименования специальности)

по программе базовой подготовки

Рекомендована
на заседании ПЦК
«Реклама»

«31» августа 2023

Протокол № 02

Одобрена

на заседании Педагогического Совета
от «01» сентября 2023

Протокол №03

Разработана
преподавателем

Смекалина К.С.

(подпись)

(фамилия, инициалы)

«31» августа 2023

Руководитель ПЦК

Смекалина К.С.

(подпись)

(фамилия, инициалы)

«01» сентября 2023

Москва, 2023

Рабочая программа профессионального модуля составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, Положение о разработке рабочих программ учебных дисциплин, профессиональных модулей по специальностям среднего профессионального образования

Организация-разработчик:

Автономная некоммерческая организация профессионального образования «Университетский колледж» (АНО ПО «Университетский колледж»)

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**
- 5. ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ**

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:

1.1.1. 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

1.1.2. 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		
Уметь		владеть основами дизайна, создавать креативные продукты, производить видеорекламу, фотоизображения, полиграфическую продукцию
		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 192-314

в том числе в форме практической подготовки 192-298

Из них на освоение МДК 48-134

в том числе самостоятельная работа

практики, в том числе учебная 108- 108

производственная 36-36

Промежуточная аттестация

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, ак. час.						
				Обучение по МДК					Практики	
				Всего	В том числе				Учебная	Производственная
Лабораторных и практических занятий	Курсовых работ (проектов)	Самостоятельная работа	Промежуточная							
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
ОК 01, ПК 4.1.	Раздел 1. Художественное проектирование рекламного продукта	16-46	16-38	16-46						
ОК 01, ОК 05, ПК 4.1.	Раздел 2. Разработка и реализация творческой концепции рекламного продукта	16-46	16-38	16-46						
ОК 01, ОК 05, ОК 09, ПК 4.1. ПК 4.3.	Раздел 3 Производство рекламного продукта	16-42	16-42	16-42						
	Учебная практика	108-108	108-108						108-108	
	Производственная практика	36-36	36-36							36-36
	Промежуточная аттестация									
	Всего:	192-314	192-298	48-134					108-108	36-36

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	Код Н/У/З
		3	4		
1	2	3	4	5	
		Обязат. часть ОП с учетом интенсификации 40%	Обязат. часть ОП		
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.			ОК 01	
Раздел 1 Художественное проектирование рекламного продукта		16/16	46/38		
МДК.04.01 Художественное проектирование рекламного продукта		16/16	46/38		
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			ОК 01	
	Понятие творческих рекламных разработок. Технологические виды рекламного продукта.			ОК 01	
	Выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы.			ОК 01 ПК 4.1.	
	Уровни и структура рекламного сообщения, позиционный эффект.			ОК 01	
	Визуальной, семантической и эстетической информации рекламного материала.			ОК 05 ПК 4.1.	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ				
	Практическое задание: Особенности восприятия рекламных текстов на примере рекламных объявлений			ОК 01	
	Содержание			ОК 01	

Тема 4.2 Фирменный стиль	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.			ОК 09 ПК 4.1.	
	Товарный знак. Виды товарных знаков. Торговая марка и бренд. Общая теория бренда. Законы создания бренда			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			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				
	Практическое задание: Разработка элементов фирменного стиля. Эскизы вариантов. Знак, образ, персонаж (индивидуальные задания)			ОК 01 ПК 4.1	
	Практическое задание: Разработка элементов фирменного стиля. Эскизы вариантов. Логотип			ОК 01 ПК 4.1	
	Практическое задание: Разработка графического, цветофактурного и колористического решения товарного знака			ОК 01 ПК 4.1 ПК 4.2.	
	Практическое задание: Проект фирменного стиля. (Графическая подача проекта)			ОК 01 ПК 4.1.	
	Практическое задание : Разработка и создание фирменной печатной рекламы (деловые бумаги)			ОК 01 ПК 4.1	
	Практическое задание : Разработка макета бланка для письма.			ОК 01 ПК 4.1.	
	Практическое задание : Создание эскизов визиток по индивидуальным заданиям.			ОК 01 ПК 4.1	
	Практическое задание : 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.	
Раздел 2 Разработка и реализация творческой концепции рекламного продукта		16/16	46/38		
МДК.04.02 Разработка и реализация творческой концепции рекламного продукта		16/16	46/38		
Тема 4.3 Творческая концепция в рекламе	Содержание				
	Историческое формирование рекламных жанров. Жанровое разнообразие рекламного творчества. Рекламное творчество в русской культуре			ОК 05 ПК 4.1	
	Понятие рекламной концепции и рекламной идеи.			ОК 01 ПК 4.1 ПК 4.2.	
	Основные жанры современной печатной рекламы. Публицистические жанры современного рекламного пространства			ОК 01 ОК 09 ПК 4.1	
	Эстетика в рекламном деле и теория "вампиризма" Р.Ривза.			ОК 01 ПК 4.1	
	Рекламный продукт: технологические и творческие аспекты. Творческие решения рекламной задачи: рациональный и эмоциональный подходы			ОК 01 ПК 4.1	
	Методы поиска творческих идей. Этапы создания рекламного продукта			ОК 01 ОК 09 ПК 4.1 ПК 4.2.	
	Основы выработки стратегии разработки фирменного наименования. (Нейминг). Рекламные стратегии разработки торговых марок (брендов)			ОК 05 ОК 09	
	Креативное обеспечение рекламного процесса. Формы и функции рекламного креатива. Этапы разработки креативной концепции, структурные элементы креативной концепции.			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.			ОК 01 ПК 4.1	
Типология моделей рекламного образа. Образно-выразительные средства рекламного творчества. Мифотехнологии в рекламной коммуникации			ОК 01 ПК 4.1	
Креативный бриф. Структура брифа. Модели креативных рекламных брифов.			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; юмори активизация позитивных эмоций у потребителя.			ОК 01	
Формирование творческой концепции (поисковое эскизирование). Комплексное решение элементов наружной рекламы.			ОК 01 ПК 4.1	
Основные элементы маркетинговой информации рекламного текста. Интралингвистические особенности рекламного текста. Стилистические приемы рекламного текста. Особенности текстового оформления рекламной продукции.			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.			ОК 01 ПК 4.1 ПК 4.3	
Практическое задание: Традиционные и креативные формы в современной рекламной индустрии			ОК 01 ПК 4.1	
Практическое задание: Составление рекламного сообщения по жанрам			ОК 09 ПК 4.1.	
Практическое задание: Составление рекламного сообщения публицистическо-информационного характера			ОК 05 ОК 09 ПК 4.1	
Практическое задание: Анализ ситуаций, влияющих на принятие потребителем решения о покупке (решение ситуационных задач или разбор ситуаций).			ОК 01 ПК 4.1	
Практическое задание: Создание слогана по индивидуальным заданиям			ОК 05 ПК 4.1	
Практическое задание: Создание нескольких вариантов заголовков к готовым текстам			ОК 05 ПК 4.1	
Практическое задание: Разработка рекламного текста по заданной теме			ОК 05 ПК 4.1	

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

		Лабораторное занятие: Разработка дизайна POS– материалов торгового пространства			ОК 01 ПК 4.1	
		Лабораторное занятие: Разработка дизайна выставочного пространства – выставочный стенд			ОК 01 ПК 4.1	
Раздел 3. Производство рекламного продукта			16/16	42/42		
МДК 04.03 Производство рекламного продукта			16/16	42/42		
Тема Технологии производства рекламного продукта	4.4	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.			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.			ОК 01 ПК 4.1	
		Авторский замысел и режиссёрское воплощение. Приёмы реализации рекламной идеи. Определение и сущность. Схема разработки. Принципы успеха. Приёмы творческого замысла			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.			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			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			ПК 4.1	
		Лабораторная работа: Разработка рекламного продукта для основных медиаканалов.			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)			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.			ОК 01 ПК 4.1 ПК 4.3	
	Основные принципы и технология размещения рекламы. Особенности методов оценки эффективности вирусных рекламных акций			ОК 01 ПК 4.1 ПК 4.3	
Тема 4.6 Применения средств графического дизайна для создания рекламного продукта	Содержание			ОК 01	
	Проектная графика. Место проектной графики на различных этапах создания рекламного продукта. Виды компьютерной графики. Особенности технического и программного оснащения в работе дизайнера				
	Векторная компьютерная графика и программы её обработки. в графическом редакторе «Illustrator»			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.			ОК 01 ПК 4.1	
	Компьютерный дизайн. Дизайн в Интернете. Векторная графика в Интернете. Web-сайты и интернет-реклама			ОК 01 ПК 4.1 ПК 4.3	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ				
	Лабораторное занятие: Рисование в программе Photoshop CS5			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.			ОК 01 ПК 4.1	
Тема 4.7 Рекламное портфолио	Содержание				
	Работа по созданию авторских кистей. Создание авторского фона			ОК 01	

	Создание шрифтов для разработки рекламной продукции.			ПК 4.1	
	Нелинейный монтаж. Программа Adobe Premiere. Интерфейс программы Adobe Premiere. Редактирование клипов в программе Adobe Premiere			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			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			ОК 01 ПК 4.1	
	Лабораторное занятие: Обработка фотографий под рекламную продукцию.Создание рекламного плаката- социальной рекламы.			ОК 01 ПК 4.1	
	Лабораторное занятие: Обработка фотографий под концертную афишу. Создание рекламной концертной афиши			ОК 01 ПК 4.1	
	Лабораторное занятие: Обработка фотографий под обложку журнала (по индивидуальному заданию). Создание обложки журнала .			ОК 01 ПК 4.1	
	Лабораторное занятие: Организация данных и интерфейс Adobe Premiere 6.5. Редактирование клипов в программе Adobe Premiere 6.5			ОК 01 ПК 4.1	
	Лабораторное занятие: Организация данных и интерфейс программы Macromedia Flash. Создание простых графических объектов			ОК 01 ПК 4.1	
	Лабораторное занятие: Создание анимации движения. Создание анимации формы и маски. Создание анимации с интерактивностью.			ОК 01 ПК 4.1	
Примерная тематика самостоятельной учебной работы при изучении раздела					
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 банне-ра 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 авиакомпанияи.					
7. Шрифтовая композиция в разработке корпоративного					

<p>стиля.</p> <p>8. Создание логотипа для фармацевтического предприятия.</p> <p>9. Разработка входной группы молодежного кафе .</p> <p>10. Разработка рекламного плаката для промышленного предприятия.</p> <p>11. Полиграфическая реклама. Разработка рекламного буклета для про-мышленного предприятия.</p> <p>12. Разработка объёмно пространственной композиции для наружной ре-кламы, входная группа торгового предприятия.</p> <p>13. Разработка творческой концепции сувенирной продукции для пред-приятия .</p> <p>14. Особенности рекламы на транспорте. Разработка рекламного плаката для школы классического танца.</p> <p>15. Шрифт, как символ, как знак. Шрифт в разработке логотипа для транс-портного предприятия</p>				
Обязательные аудиторные учебные занятия по курсовому проекту (работе)				
Самостоятельная учебная работа обучающегося над курсовым проектом (работой)				
<p>Учебная практика</p> <p>Виды работ</p> <p>Эскизирование, разработка основных элементов шрифтового плаката.</p> <p>Работа над проектом-концепцией корпоративного фирменного стиля.</p> <p>Визуализация фирменного блока.</p> <p>Создание эскиза наружной вывески или витрины</p> <p>Разработка дизайн-проект полиграфической продукции</p> <p>Разработка дизайн- проекта упаковочной коробки</p> <p>Создание обтяжки на транспорте.</p> <p>Разработка нестандартной рекламной установки.</p> <p>Разработка дизайн – проекта экспозиции.</p> <p>Создание на ПК электронной презентации.</p> <p>Создание раскадровки ролика на предложенную тему.</p> <p>Управление коммуникациями в Интернет</p>	108	108		
<p>Производственная практика</p> <p>Виды работ</p> <p>Ознакомление с особенностями маркетинговой деятельности конкретной компании,</p> <p>Изучение технических средств, программных продуктов, применяемых для создания оригинал-макетов.</p> <p>Ознакомление с технологическим процессом разработки и создания рекламных материалов.</p>	36	36		

<p>Формирование идеи, инсайта и творческой концепции, развертывание рекламной кампании, выход рекламы, проверка результатов (обратная связь).;</p> <p>Разработка рекламных модулей для СМИ.</p> <p>Создание пакета рекламной продукции для заказчика;</p> <p>Работа с мультимедийными технологиями. Компьютерная графика;</p> <p>Выполнение работ по заказу руководителя практики.</p>				
Всего	192/192	314/298		

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

Кабинет инженерной графики:

- рабочее место преподавателя - 1 шт.;
- автоматизированные рабочие места обучающихся - 12 шт.;
- маркерная доска - 1 шт.;
- проектор и экран - 1 шт.;
- доска для проектора - 1 шт.;
- графические редакторы и программы для просмотра графических изображений - 12 шт.;
- наглядные пособия - 12 шт.

Кабинет композиции, рисунка и живописи:

- рабочее место преподавателя - 1 шт.;
- доска ученическая - 1 шт.;
- компьютер - 1 шт.;
- проектор - 1 шт.;
- доска для проектора - 1 шт.;
- трибуна - 1 шт.;
- наглядные пособия - 24 шт.;
- комплекты учебно-методической документации по дисциплинам - 24 шт.;
- шкаф со стеклянными дверцами на замке для учебно-методической документации - 2 шт.;
- мольберты - 24 шт.;
- банкетки - 24 шт.

Лаборатория прикладной информатики:

- рабочее место преподавателя (процессор Intel Core i5, оперативная память 16 Гб) - 1 шт.;
- автоматизированные рабочие места обучающихся (процессор Intel Core i5, оперативная память 8 Гб) - 12 шт.;
- маркерная доска - 1 шт.;
- проектор и экран - 1 шт.;
- доска для проектора - 1 шт.;
- программное обеспечение общего назначения:
 - Microsoft®WindowsProfessional 10 Russian Upgrade Academic OLV 1License NoLevel AdditionalProduct Each 12
 - Microsoft®Office 2019 Russian Academic OLV 1License NoLevel AdditionalProduct Each - 12 шт.;
- программное обеспечение профессионального назначения: Windows 10, OpenOffice, 7zip, Windows Defender (антивирусное ПО), Adobe Acrobat Reader, EclipseIDEforJavaEEDevelopers, .NETFrameworkJDK 8, MicrosoftSQLServerExpressEdition, онлайн-приложение Draw.io для создания диаграмм, MicrosoftVisualStudio, MySQLInstallerforWindows, NetBeans, SQLServerManagementStudio, MicrosoftSQLServerJavaConnector, AndroidStudio, IntelliJIDEA - 12 шт.;
- справочно-правовая система «Консультант плюс» - 12 шт.

Лаборатория инженерного дизайна:

- рабочее место преподавателя - 1 шт.;
- автоматизированные рабочие места обучающихся - 12 шт.;
- маркерная доска - 1 шт.;
- проектор и экран - 1 шт.;
- доска для проектора - 1 шт.;
- принтер RICOH SP 220 - 1 шт.;

- МФУ DCP Brother LTR A4 -1 шт.;
 - МФУ HP Laser Jet MFP M436n - 1 шт.;
 - графические редакторы и программы для просмотра графических изображений - 12 шт.
- Лаборатория цифровых коммуникационных технологий:
- рабочее место преподавателя - 1шт.;
 - столы ученические - 14 шт.;
 - стулья ученические -28 шт.;
 - маркерная доска - 1 шт.;
 - компьютер - 1 шт.;
 - проектор - 1 шт.;
 - доска для проектора - 1 шт.;
 - наглядные пособия - 28 шт.;
 - комплекты учебно-методической документации по дисциплинам - 28 шт.;
 - шкаф для хранения учебных материалов - 1 шт.

Мастерская веб- дизайн и разработка:

- рабочее место преподавателя - 1 шт.;
- автоматизированные рабочие места обучающихся - 12 шт.;
- маркерная доска - 1 шт.;
- проектор и экран - 1 шт.;
- доска для проектора - 1 шт.;
- наглядные пособия - 12 шт.

Мастерская программные решения для бизнеса:

- рабочее место преподавателя - 1 шт.;
- автоматизированные рабочие места обучающихся - 12 шт.;
- маркерная доска - 1 шт.;
- проектор и экран - 1 шт.;
- доска для проектора - 1 шт.;
- наглядные пособия - 12 шт.

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

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

3.2.1. Основные печатные издания

1. Лукина А.В. Маркетинг товаров и услуг : учеб.пособие/ А.В.Лукина. -М.: ФОРУМ, 2017. -240 с
2. Кнышова Е.Н. Маркетинг : учеб.пособие для средн.проф.образования/ Е.Н.Кнышова. -М.: ФОРУМ -ИНФРА-М, 2017. -282с.. -("Проф. образование")

3.2.2. Основные электронные издания

1. Крайнов, Г. Н. Технология подготовки и реализации кампании по рекламе и связям с общественностью : учебное пособие для спо / 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> (дата обращения: 03.08.2023). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

2. Поведение потребителей: Учебное пособие / С.Б. Алексина, Г.Г. Иванов. - М.: ИД ФОРУМ: ИНФРА-М, 2020 - 152 с. (Профессиональное образование). ISBN 978-5-8199-0580-7. - Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=356130>

3. Поведение потребителей: учебник / под общ. ред. О. Н. Романенковой. — Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2020. — 320 с. - ISBN 978-5-9558-0404-0. - Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=356056>

3.2.3. Дополнительные источники

1. Завьялов П.С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах : Учеб. пособие / П.С.Завьялов. -М.: ИНФРАЛукина А.В. Маркетинг/ А.В.Лукина. -5-е изд.,испр.и доп.. -М.: ФО-РУМ, 2008. -240с. -("Профессиональное образование")

2. Маркетинг : учебник, практикум и учебно-метод. комплекс по маркетингу / Р.Б.Ноздрева, Г.Д.Крылова и др.. -М.: Юристъ, 2002. -568с.

Маркетинг : Учебный компьютерный курс. -Второе издание. -Саратов: Диполь, 2007. -СД. -(Вузовская серия)

3. Маркетинг и управление брендом :Пер.с англ.. -М: Альпина Бизнес Букс, 2007. -174 с : ил. -(Серия "Дайджест McKinsey")

4. Наумов, В. Н. Поведение потребителей: учебник / В.Н. Наумов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: ИНФРА-М, 2020. — 345 с. + Доп. Материалы — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/1014653. - ISBN 978-5-16-015021-5.

5. Блюм М.А. Маркетинг рекламы : учеб. пособие для СПО/ М.А.Блюм, Б.И.Герасимов, Н.В.Молоткова. -М.: ФОРУМ, 2018. -144 с-М, 2008. -496с.. -("Высшее образование")

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

7. Журнал "Практика Рекламы"

8. Журнал "Рекламные идеи"

9. Журнал "Мир этикетки"

10. Журнал "Лаборатория рекламы"

11. Журнал «Со-Общение»

12. Журнал «Маркетинг и маркетинговые исследования»

13. Журнал “Маркетинг Менеджмент”

14. Журнал «Маркетинг в России и за рубежом»

15. Журнал о маркетинге «Маркетинг Про»

16. www.adme.ru

17. www.kak.ru

18. www.rastudent.ru

19. www.rosdesign.com

20. www.sostav.ru

21. www.fas.gov.ru

22. www.akarussia.ru

23. <http://sami-info.ru/>

24. <http://base.consultant.ru/>

25. <http://www.garant.ru/>

26. <http://www.1soc.ru/>

27. <http://www.eaca.be/>

28. <http://www.easa-alliance.org/>

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код и наименование профессиональных и общих компетенций, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
ПК 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.	<ul style="list-style-type: none"> – сформированность понимания логики и этапов подготовки рекламной кампании в интернете; – способность осуществлять планирование и реализацию рекламных проектов в цифровой среде. 	<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 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.	<ul style="list-style-type: none"> -способность логично, последовательно и аргументированно высказывать свои предложения по планированию кампании и рассчитывать эффективность от ее проведения. –владение навыками проектирования коммуникационных кампаний в интернете. 	<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 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях	<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	<p>выбор и применение методов и способов решения профессиональных задач в области маркетингового обеспечения реализации рекламного продукта в интернете;</p> <p>-оценка эффективности и качества выполняемых задач.</p>	<p>Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы</p>

контекстам		
ОК 02 Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	- решение стандартных и нестандартных профессиональных задач в области интернет- маркетинга и продвижения в сети интернет.	Мониторинг и рейтинг выполнения работ на учебной и производственной практике, само-стоятельных работ

5. ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

В случае обучения в колледже инвалидов и (или) лиц с ограниченными возможностями здоровья учитываются особенности психофизического развития, индивидуальные возможности и состояние здоровья таких обучающихся.

Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Обучение инвалидов осуществляется также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида (при наличии).

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху возможно предоставление учебной информации в визуальной форме (краткий конспект лекций; тексты заданий). На аудиторных занятиях допускается присутствие ассистента, а также сурдопереводчиков и (или) тифлосурдопереводчиков.

Текущий контроль успеваемости осуществляется в письменной форме: обучающийся письменно отвечает на вопросы, письменно выполняет практические задания. Доклад (реферат) также может быть представлен в письменной форме, при этом требования к содержанию остаются теми же, а требования к качеству изложения материала (понятность, качество речи, взаимодействие с аудиторией и т. д.) заменяются на соответствующие требования, предъявляемые к письменным работам (качество оформления текста и списка литературы, грамотность, наличие иллюстрационных материалов и т.д.).

Промежуточная аттестация для лиц с нарушениями слуха проводится в письменной

форме, при этом используются общие критерии оценивания. При необходимости время подготовки к ответу может быть увеличено.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению обеспечивается выпуск и использование на учебных занятиях альтернативных форматов печатных материалов (крупный шрифт или аудиофайлы), а также обеспечивает обучающихся надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации (диктофонов и т.д.). Допускается присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую техническую помощь. Текущий контроль успеваемости осуществляется в устной форме. При проведении промежуточной аттестации для лиц с нарушением зрения тестирование может быть заменено на устное собеседование по вопросам.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата материально-технические условия колледжа обеспечивают возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, а также пребывания в них (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов, лифтов; наличие специальных кресел и других приспособлений).

На аудиторных занятиях, а также при проведении процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации лицам с ограниченными возможностями здоровья, имеющим нарушения опорно-двигательного аппарата могут быть предоставлены необходимые технические средства (персональный компьютер, ноутбук или другой гаджет); допускается присутствие ассистента (ассистентов), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь (занять рабочее место, передвигаться по аудитории, прочитать задание, оформить ответ, общаться с преподавателем).