

Федеральное казенное профессиональное образовательное учреждение
«Новокузнецкий государственный гуманитарно-технический колледж-интернат»
Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации

СОГЛАСОВАНО:

Представитель работодателя:
Директор РГ «Сибиря Прo»


А.Б. Кищoв



УТВЕРЖДАЮ:

Директор
ФКПОУ «НГГТКИ» Минтруда
России

Н. Н. Агарков

« ____ » _____ 20__ г.

**КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ.01 РАЗРАБОТКА И СОЗДАНИЕ ДИЗАЙНА РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ
Специальности 42. 02. 01 РЕКЛАМА
базовая подготовка**

Новокузнецк

РАССМОТРЕНО:

на заседании МК специальности Реклама

Протокол № 11 от 18.05.2021г.

Председатель МК

Осколкова Е.А.

Организация-разработчик:

федеральное казенное профессиональное образовательное учреждение

«Новокузнецкий государственный гуманитарно-технический колледж-интернат»

Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации

Разработчики:

Осколкова Елена Анатольевна, преподаватель высшей категории.

Рецензент:

Кишова Татьяна Ярославовна, дизайнер рекламной группы «Сибيريا Про».

СОДЕРЖАНИЕ

1. Паспорт комплекта контрольно-оценочных средств ПМ. 01 «Разработка и создание дизайна рекламной продукции»	4
2. Оценка освоения междисциплинарных курсов МДК.01.01, МДК.01.02.....	13
3. Требования к дифференцированному зачету по учебной и производственной практикам.....	19
4. Структура контрольно-оценочных материалов для экзамена (квалификационного).....	26
Приложение 1. Задания для оценки освоения МДК, учебной практики.....	28
Приложение 2. Комплект материалов для прохождения производственной практики.....	48
Приложение 3. Задания для экзамена квалификационного.....	61

1 ПАСПОРТ КОМПЛЕКТА КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ОЦЕНКИ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ПМ.01 «РАЗРАБОТКА И СОЗДАНИЕ ДИЗАЙНА РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ»

Результатом освоения профессионального модуля является готовность обучающегося к выполнению вида профессиональной деятельности «Разработка и создание дизайна рекламной продукции», а также общих компетенций, формирующихся в процессе освоения ППСЗ 42.02.01 «Реклама» в целом.

Формой аттестации по профессиональному модулю является экзамен (квалификационный).

Итогом экзамена является однозначное решение: «вид профессиональной деятельности освоен /не освоен».

1.1 Формы контроля и оценивания элементов ПМ.01 «Разработка и создание дизайна рекламной продукции»

Элемент	Форма контроля и оценивания	
	Промежуточная аттестация	Текущий контроль
МДК 01.01	Курсовой проект Дифференцированный зачёт	Практическая работа
МДК 01.02	Дифференцированный зачёт	Практическая работа
УП.01.01	Дифференцированный зачет	Практическая работа
ПП.01.01	Дифференцированный зачет	Наблюдение

1.2 Контроль и оценка результатов освоения общих и профессиональных компетенций ПМ.01 «Разработка и создание дизайна рекламной продукции»

В результате аттестации по профессиональному модулю осуществляется комплексная проверка следующих общих компетенций:

Общие компетенции	Показатели оценки результата
ОК 1 Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	Понимание сущности и социальной значимости специальности «Рекламы». Участие во внеучебной работе, связанной с будущей специальностью (участие в конкурсах профессионального мастерства, посещение специализированных выставок и т.п.). Выступление на научно-практических конференциях.
ОК 2 Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и	Выбор методов и способов решения профессиональных задач, оценка их эффективности и качества.

качества	Способность организовывать собственную деятельность.
ОК 3 Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	Способность анализировать профессиональные ситуации. Способность принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК 4 Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Способность осуществлять поиск и использовать информацию, необходимую для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития. Способность использования различных источников, включая интернет, при изучении теоретического материала и прохождении различных этапов производственной практики.
ОК 5 Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	Умение использовать в учебной и профессиональной деятельности различных видов программного обеспечения, в том числе специального, при оформлении и презентации всех видов работ.
ОК 6 Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	Умение работать и взаимодействовать: - с обучающимися при выполнении коллективных заданий (проектов); - с преподавателями, мастерами в ходе обучения; - с потребителями и коллегами в ходе производственной и учебной практики.
ОК 7 нести ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий	Способность к самоанализу и коррекции результатов собственной деятельности при выполнении коллективных заданий (проектов). Ответственность за результат выполнения заданий (проектов).
ОК 8 Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	Умение самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития. Умение заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9 Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	Способность адаптироваться к изменяющимся условиям профессиональной деятельности. Проявление профессиональной маневренности при прохождении различных этапов производственной практики.
ОК 10 Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности	Демонстрация готовности принимать решения в условиях изменяющихся рыночных отношений, усиливающейся конкуренции и нести за них ответственность. Владение основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.
ОК 11 Обладать экологической, информационной и коммуникативной	Использование приемов межличностного общения в процессе обучения. Умение преодолевать коммуникативные барьеры.

культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке	Обладание экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке
---	---

В результате аттестации по профессиональному модулю осуществляется комплексная проверка следующих профессиональных компетенций:

Предмет(ы) оценивания	Объект оценивания	Показатели оценки
ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей ОК 1 - 5	Рекламная идея, творческая концепция рекламного обращения	<ul style="list-style-type: none"> - умение осуществлять поиск информации для разработки рекламных идей; - оптимальный подбор способов разработки рекламной идеи; - обоснованность художественной формы рекламной идеи; - аргументированность выбора рекламной идеи; - точность и скорость поиска различных решений при создании рекламного продукта.
ПК 1.2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы ОК 1- 7	Эскизы/макеты рекламных обращений; Визуальное решение различных элементов дизайна. Изобразительно-выразительные средства рекламы	<ul style="list-style-type: none"> - соответствие методов проектирования рекламного продукта - выполнение технических требований в процессе художественного конструирования; - оптимальность используемых изобразительных средств рекламы; - соблюдение правил охраны труда и техники безопасности при выполнении рекламных проектов; - выполнение макетов с учетом выбранной технологии - правильность и обоснованность художественного конструирования рекламных продуктов; - правильность композиционного решения рекламного продукта; - точность использования выразительных и художественно-изобразительных средств при создании рекламного продукта; - соответствие выразительных и художественно-изобразительных средств рекламы; - правильность построения композиции, шрифтовой и художественной графики в рекламе - соответствие методов проектирования рекламного продукта
ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты	Авторский рекламный проект (рекламный продукт)	<ul style="list-style-type: none"> - соответствие методов проектирования рекламного продукта его техническим характеристикам;

ОК 1 – 11		- правильность и точность разработки художественного решения авторского проекта; - соответствие проекта заданным условиям;
ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений ОК 2 – 4, 5, 7	Рекламный текст	- правильность составления рекламных текстов; - точность и правильность приемов и принципов составления рекламного текста; - соответствие структуры составляемых текстов требованиям задания; - грамотность речи.
ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями ОК 2 – 4, 5, 7	Рекламный образ	- соответствие визуального образа рекламным функциям; - умение подбирать визуальный образ в соответствии с заданием.

1.3 Подготовка и защита курсового проекта

Учебным планом специальности 42.02.01 Реклама предусмотрено выполнение курсового проекта по МДК.01.01 «Художественное проектирование рекламного продукта» в объеме 20 часов.

1.3.1. Примерная тематика курсовых проектов

Тематика курсовых работ представлена двумя блоками, первый - проектирование фирменного стиля на примере конкретной компании, второй - разработка цветового, композиционного и шрифтового решения рекламного продукта.

Блок №1. Разработка проекта фирменного стиля на примере конкретной компании (перечень объектов разработки предлагается, но студент может предложить собственный вариант).

1. Разработка проекта фирменного стиля на примере:

- книжного магазина;
- зоопарка;
- аптечной сети;
- салона красоты;
- зоомагазина;

- кофейни;
- ювелирного салона;
- свадебного салона;
- флористического салона;
- магазина молодёжной одежды;
- туристической компании;
- магазина тканей;
- кондитерской;
- магазина музыкальных инструментов;
- автомастерской;
- танцевальной студии;
- автошколы;
- магазина бытовой химии;
- магазина здорового питания.

Блок № 2. Разработка цветового, композиционного и шрифтового решения рекламного продукта:

1. Креатив текстов и образов рекламного продукта в коммуникационной стратегии организации (на примере...).
2. Особенности текстового оформления и визуализации рекламной продукции.
3. Визуальные средства рекламы.
4. Проектирование рекламного образа (на примере...).
5. Цветовые гармонии в рекламе (на примере...).
6. Реклама и искусство.
7. Композиция в рекламе. Выбор оптимального композиционного решения рекламного продукта.
8. Типографика. Особенности работы над шрифтом рекламного обращения.
9. Форма, содержание и структура рекламного обращения (на примере...).

1.3.2. Требования к структуре и оформлению проекта:

Выполнение студентом курсовой работы (проекта) проводится с целью:

- систематизации и закрепления полученных теоретических знаний и практических умений по профессиональным модулям и дисциплинам;
- углубления теоретических знаний в соответствии с заданной темой;
- формирования умений применять теоретические знания при решении поставленных вопросов;
- формирования способов работы с информацией, умений использовать справочную, специальную и нормативную литературу, а также правовую документацию;
- развития творческой инициативы, самостоятельности, ответственности и организованности, интереса к учебно-исследовательской работе;
- подготовки к государственной итоговой аттестации;
- формирования общих и профессиональных компетенций, соответствующих профессиональной деятельности.

Курсовой проект может стать составной частью (разделом, главой) выпускной квалификационной работы.

Курсовой проект носит практический характер и состоит из:

- введения, в котором раскрываются актуальность и значение темы, определяются цели, задачи, предмет, объект, гипотеза работы, определяются методы исследования и др.;
- основной части, которая обычно состоит из двух разделов: в первом разделе содержатся теоретические основы разрабатываемой темы;
- вторым разделом является практическая часть, которая направлена на решение выбранной проблемы и состоит из проектирования педагогической деятельности, описания и реализации;
- заключения, в котором содержатся выводы и итоговые результаты исследования, даются рекомендации относительно возможностей практического применения материалов работы;
- списка используемой литературы;

– приложения.

Оформление курсового проекта должно отвечать требованиям, предусмотренным в Колледже (Рекомендации для выполнения самостоятельных работ № 190 от 20.12.2018).

Таблица – Критерии оценки курсового проекта

Оценка проекта (включая структуру и оформление)		
Предмет оценивания	Показатели оценки	Критерии оценки
Актуальность выбранной темы.	Умение обосновать актуальность выбранной темы	- уровень актуальность; - наличие обоснования
Практическая значимость темы	Возможность реализации полученных результатов на практике	- уровень практической значимости (работа теоретического или прикладного характера)
Раскрытие темы, логика изложения материала	Умение правильно применять методы исследования. Умение выявить проблему, предложить способы ее разрешения,	- использование методов исследования; - постановка проблемы; - проведение исследования.
Выводы и рекомендации	Умение грамотно интерпретировать полученные результаты. умение делать выводы.	- наличие результатов и выводов.
Культура письменного оформления курсовой работы.	Умение оформить итоговый отчет в соответствии со стандартными требованиями.	- соответствие итогового отчета требованиям задания и стандартам оформления.
Оценка защиты проекта		
Предмет оценивания	Показатели оценки	Критерии оценки
Логичность построения выступления.	Способность кратко и наглядно изложить результаты работы.	- правильность формулировки тезисов; - логичность изложения материалов; - умение работать с наглядными материалами.
Аргументация всех основных положений.	Способность получать результаты и грамотно излагать их в отчетной документации.	- наличие расчетов, выводов, рекомендаций; - соответствие методов исследования изучаемой теме;
Свободное владение материалом.	Понимание сущности представляемого материала использование при выступлении специальных терминов.	- работа с терминами и определениями; - уровень понимания исследуемой темы.
Самостоятельность выводов.	Умение анализировать информацию из разных источников и синтезировать собственные выводы	- работа с источниками; - обработка информации; - оригинальность выводов.
Культура выступления	Умение защищать результаты своей работы, грамотное построение речи,	- грамотность речи; - полнота ответов на вопросы; - коммуникативная компетентность; - владение аудиторией.

Оценка курсовой работы (проекта) осуществляется коллегиально, в спорном случае – приоритет отдается оценке руководителя;

Результаты защиты определяются отметками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Итоговая оценка защиты складывается из:

- оценки руководителя работы;
- оценки защиты доклада;
- оценки презентации и других презентационных материалов;
- актуальности темы и глубины ее раскрытия;
- практической значимости;
- уровня свободного владения материалом;
- соблюдения регламента;
- оценки ответов на вопросы, поставленные в ходе защиты;

Оценка курсовой работы "отлично".

Курсовая работа будет оценена педагогом на «отлично», если во введении приводится обоснование выбора конкретной темы, полностью раскрыта актуальность её в научной отрасли, чётко определены грамотно поставлены задачи и цель курсовой работы. Основная часть работы демонстрирует большое количество прочитанных автором работ. В ней содержатся основные термины и они адекватно использованы. Критически прочитаны источники: вся необходимая информация проанализирована, вычленена, логически структурирована. Присутствуют выводы и грамотные обобщения. В заключении сделаны логичные выводы, а собственное отношение выражено чётко. Автор курсовой работы грамотно демонстрирует осознание возможности применения исследуемых теорий, методов на практике. Приложение содержит цитаты и таблицы, иллюстрации и диаграммы: все необходимые материалы. Курсовая работа написана в стиле академического письма (использован научный стиль изложения материала). Автор адекватно применял терминологию, правильно оформил ссылки. Оформление работы соответствует требованиям ГОСТ, библиография, приложения оформлены на отличном уровне. Объём работы заключается в пределах от 20 до 30 страниц.

Оценка курсовой работы "хорошо".

Курсовая работа на «хорошо» во введении содержит некоторую нечёткость формулировок. В основной её части не всегда проводится критический анализ, отсутствует авторское отношение к изученному материалу. В заключении неадекватно использована терминология, наблюдаются незначительные ошибки в стиле, многие цитаты грамотно оформлены. Допущены незначительные неточности в оформлении библиографии, приложений.

Оценка курсовой работы «удовлетворительно».

Курсовая работа на «удовлетворительно» во введении содержит лишь попытку обоснования выбора темы и актуальности, отсутствуют чёткие формулировки. Расплывчато определены задачи и цели. Основное содержание - пересказ чужих идей, нарушена логика изложения, автор попытался сформулировать выводы. В заключении автор попытался сделать обобщения, собственного отношения к работе практически не проявил. В приложении допущено несколько грубых ошибок. Не выдержан стиль требуемого академического письма по проекту в целом, часто неверно употребляются научные термины, ссылки оформлены неграмотно, наблюдается плагиат.

Оценка курсовой работы «неудовлетворительно».

При оценивании такой курсовой работы, ее недостатки видны сразу. Курсовая работа на «неудовлетворительно» во введении не содержит обоснования темы, нет актуализации темы. Не обозначены и цели, задачи проекта. Скупое основное содержание указывает на недостаточное число прочитанной литературы. Внутренняя логика всего изложения проекта слабая. Нет критического осмысления прочитанного, как и собственного мнения. Нет обобщений, выводов. Заключение таковым не является. В нём не приведены грамотные выводы. Приложения либо вовсе нет, либо оно недостаточно. В работе наблюдается отсутствие ссылок, плагиат, не выдержан стиль, неадекватное использование терминологии. По оформлению наблюдается ряд недочётов: не соблюдены основные требования ГОСТ, а библиография с приложениями содержат много ошибок. Менее 20 страниц объём всей работы.

Оценки курсовых работ (проектов) объявляются в тот же день с мотивировкой их постановки и заносятся в соответствующую документацию: ведомость, зачетную книжку студента и журнал теоретического обучения.

Положительная оценка по той дисциплине, по которой предусматривается курсовая работа (проекта), выставляется только при условии успешной сдачи курсовой работы (проекта) на оценку не ниже «удовлетворительно».

Студентам, получившим на защите неудовлетворительную оценку по курсовой работе (проекту), предоставляется право выбора новой темы курсовой работы (проекта) или, по решению комиссии, доработки прежней темы, и определяется новый срок для ее выполнения.

2 ОЦЕНКА ОСВОЕНИЯ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫХ КУРСОВ

Основной целью оценки теоретического курса профессионального модуля является оценка знаний и умений.

2.1 В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен:

уметь:

У1	разрабатывать композиционное решение рекламного продукта;
У2	использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы;
У3	осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги
У4	составлять рекламные тексты;
У5	Вариативная часть разрабатывать композиционное, графическое и цветовое решение элементов фирменного стиля
У6	применять приемы стилизации при создании рекламного образа
У7	ориентироваться в исторических эпохах и стилях;
У8	разрабатывать многовариативные композиционные решения рекламного продукта
У9	применять способы интенсификации творческого мышления для разработки творческой идеи
У10	применять креативные, манипулятивные семиотические приемы и принципы при создании рекламного продукта
У11	применять техники создания рекламного текста

знать:

З1	выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы;
З2	композицию, шрифтовую и художественную графику в рекламе;
З3	методы проектирования рекламного продукта;
З4	методы психологического воздействия на потребителя.
З5	Вариативная часть стилистические приемы создания элементов фирменного стиля
З6	способы стилизации и ее возможности для разработки рекламного образа
З7	современное состояние дизайна в различных областях экономической деятельности.
З8	основные жанры рекламного творчества, этапы разработки рекламного продукта (рекламные стратегии, креативные концепции, атрибутивные компоненты)
З9	механизмы построения, творческие приемы и принципы разработки рекламного сообщения, в т.ч. рекламного текста
З10	семиотические аспекты рекламной коммуникации и построения рекламного образа

2.2 Оценка теоретического курса профессионального модуля ПМ.01

«Разработка и создание дизайна рекламной продукции»

Раздел, тема	Наименование МДК, разделов и тем	Проверяемые компетенции	№ задания	Форма и методы контроля Формулировка задания
МДК 01.01	Художественное проектирование рекламного продукта			
Раздел № 1	Основы художественного проектирования			
Тема 1.1 Тема 1.2	Дизайн и основы художественного проектирования Национальные модели дизайна	ОК.1, 4, 8, 11 ПК.1.1 У3, У7 31, 36, 38	№ 1	Практическая работа «Национальные модели дизайна». Выбрать любую страну и исследовать особенности дизайна в любой сфере деятельности/области культуры данного государства.
Тема 1.3	Графический дизайн	ОК.1, 4, 8, 11 ПК 1.1 У3, У5, У7 31, 37	№ 2	Семинар «Специфика современного российского графического дизайна»
Тема 1.4	Реклама как область графического дизайна	ОК.1, 4, 8, 11 ПК.1.2, ПК.1.5 У1-3, У6, У8 31, 33, 38	№ 3	Практическая работа «Создание рекламного образа»
Раздел 2	Проектирования визуальной рекламы			
Тема 2.1	Процесс проектирования рекламного продукта	ОК.1, 4, 8, 11 ПК.1.1 31, 33 У3	№ 4	Семинар: Типология объектов рекламного дизайна.
		ОК.1, 4, 8, 11 ПК.1.1 31, 33 У2	№ 5	Семинар: Признаки классификации объектов рекламного дизайна.
		ОК.1 - 5, 8, 11 ПК.1.1 – 1.5 У 1-11 3 1 – 10	№ 6	ПР «Индивидуальный проект визуальной рекламы»
Раздел 3	Композиция, цвет и шрифт в рекламе			

Тема 3.1	Композиция в рекламе	ОК.1 - 5, 8, 11 ПК.1.2 У1 32	№ 7	Композиционное решение малоформатной рекламной продукции (визитки, листовки)
			№ 8	Композиционное решение объемно-пространственной рекламы (вывеска, отдельно стоящая рекламная конструкция).
Тема 3.2	Цвет в рекламе	ОК.1, 4, 8, 11 ПК.1.2 У1, У2, У8 32, 31	№ 9	Работа с цветовыми схемами.
			№ 10	Цветовое решение рекламного обращения
Тема 3.3	Шрифт в рекламе	ОК.1, 4, 8, 11 ПК.1.2, ПК.1.4 У1, У2, У4, У8 32, 31,	№ 11	Выполнение эскиза рекламной типографики (шрифтовой плакат).
			№ 12	Выполнение эскиза рекламной типографики (леттеринг).
Раздел 4	Проектирование фирменной символики			
Тема 4.1	Проектирование знаков, символов, эмблем	ОК.1 - 5, 8, 11 ПК.1.1 – 1.3 У 1 – 11 3 1 - 10	№ 13	Выполнения проекта «Логотип компании»:
Рубежный контроль	Курсовой проект	ОК.1 - 11 ПК.1.1 – 1.5 У 1 – 4, 3 1 - 4		
Промежуточная аттестация	Дифференцированный зачет	ОК.1 - 5, 8, 11 ПК.1.1 – 1.5 У 1 – 11, 3 1 - 10		
МДК 01.02	Разработка творческой концепции рекламного продукта			
Раздел № 1	Общее понятие рекламного творчества			
Тема 1.1	Коммуникационная стратегия бренда	У3, 33 ПК.1.1 ОК 1 – 4, 10, 11	№ 1	«Виды рекламных стратегий» - семинар
Тема 1.2	Креативная стратегия	У3,10,11, 33 ПК.1.1 ОК 1 – 4, 6 - 9	№ 2	Составление конспекта «Барьеры творческого и критического мышления»
		У3, 33, 8-10 ПК.1.1 ОК 1 – 4, 6 - 9	№ 3	Составление конспекта «Преодоление барьеров творческого мышления»

Раздел 2	Стереотипы в рекламе			
Тема 2.1	Стереотипы в рекламе	У3, 8-10 34 ОК 1 – 4 ПК.1.1, ПК.1.4, ПК.1.5	№ 4	Практическая работа «Выявление и оценка стереотипов в рекламе»: - стереотипы в телевизионной рекламе; - стереотипы в печатной и наружной рекламе.
Раздел 3	Методология креативного мышления в рекламе			
Тема 3.1	Специальные техники рекламного конструирования	У 9-11 3 8-10 ОК 1 – 4, 6, 7 ПК.1.1, ПК.1.4, ПК.1.5	№ 5	Практическая работа «Использование методики РАМ-проводника»
			№ 6	Практическая работа «Использование методики слома стереотипа»
Тема 3.2	Средства интенсификации творческого мышления в рекламе	У 9-11 3 8-10 ОК 1 – 4, 6, 7 ПК.1.1, ПК.1.4, ПК.1.5	№ 7	Практическая работа «Проведение мозгового штурма».
			№ 8	Практическая работа «Использование метода фокальных объектов при разработке творческой идеи рекламного продукта»
			№ 9	Практическая работа «Использование методов конференции идей и гирлянд ассоциаций и метафор при разработке творческой идеи рекламного продукта».
Раздел 4	Разработка концепции рекламного продукта			
Тема 4.1	Разработка творческой концепции комплексной рекламной кампании	У 1 – 10 3 1 – 10 ОК 1 – 5, 8, 9 ПК.1.1 – 1.5	№ 10	Выполнение практической работы «Творческая концепция рекламной кампании»
Промежуточная аттестация	Дифференцированный зачет	У 1 – 10 3 1 – 11 ОК 1 – 5, 8, 9 ПК.1.1 – 1.5	-	Защита практической работы «Творческая концепция рекламной кампании».

Промежуточная аттестация по ПМ.01	Экзамен квалификационный	У 1 – 10 З 1 – 11 ОК 1 – 11 ПК.1.1 – 1.5	
-----------------------------------	---------------------------------	---	--

Оценка теоретического курса профессионального модуля предусматривает использование 5ти бальной системы оценивания.

3 ТРЕБОВАНИЯ К ДИФФЕРЕНЦИРОВАННОМУ ЗАЧЕТУ ПО УЧЕБНОЙ И ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКАМ

3.1 Требования к дифференцированному зачету по учебной практике УП.01.01

В результате промежуточной аттестации по учебной практике осуществляется комплексная оценка профессиональными и общими компетенциями. КОС позволяет оценить приобретенные на практике

практический опыт:

- ПО1 выбора художественной формы реализации рекламной идеи;
- ПО2 создания визуального образа с рекламными функциями;
- ПО3 художественного конструирования рекламных продуктов по заданию;

Вариативная части:

- ПО4 проектирования базовых элементов визуальной идентификации (фирменного стиля);
- ПО5 стилизации при построении рекламного образа;
- ПО6 разработки творческой идеи рекламного продукта;
- ПО7 составления рекламных текстов на основе разработанной творческой стратегии.

уметь:

- У1 разрабатывать композиционное решение рекламного продукта;
- У2 использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы;
- У3 осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги;
- У4 составлять рекламные тексты;

Вариативная часть:

- У5 разрабатывать композиционное, графическое и цветовое решение элементов фирменного стиля;
- У6 применять приемы стилизации при создании рекламного образа;
- У7 ориентироваться в исторических эпохах и стилях;

- У8 разрабатывать многовариативные композиционные решения рекламного продукта;
- У9 применять способы интенсификации творческого мышления для разработки творческой идеи;
- У10 применять креативные, манипулятивные, семиотические приемы и принципы при создании рекламного продукта;
- У11 применять техники создания рекламного текста;

Виды работ по учебной практике и проверяемые результаты обучения по профессиональному модулю ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции

Учебная практика:

Виды работ	Коды проверяемых результатов (ПК, ОК, ПО, У)
Разработка композиционного решения рекламного продукта средствами компьютерной графики.	ОК 1 - 7 ПК 1.1-1.3 ПО 1-3 У1-3, 8, 9
Разработка цветового решения рекламного продукта.	ПК 1.1-1.3, ОК 1 - 7 ПО 1-3 У1-3, 8, 9
Разработка шрифтового решения рекламного продукта.	ПК 1.1-1.3, ОК 1 - 7 ПО 1-3 У1-3, 8, 9
Написание рекламных текстов.	ПК 1.4, ОК 2 – 4, 5, 7 ПО 6, 7 У3, 4, 9 -11
Разработка элементов фирменного стиля.	ПК 1.3, ОК 1-9 ПО 1, 4, 6 У1-3, 5-10
Создание макетов простых рекламных обращений.	ПК 1.1 - 1.5, ОК 1-9 ПО 1-7 У 1-11
Разработка рекламных образов.	ПК 1.5, ОК 2 – 4, 5, 7 ПО 1-7 У1-11

3.2 Требования к дифференцированному зачету по производственной практике ПП.01.01

В результате промежуточной аттестации по учебной практике осуществляется комплексная оценка профессиональными и общими компетенциями. КОС позволяет оценить приобретенные на практике

практический опыт:

- ПО1 выбора художественной формы реализации рекламной идеи;
- ПО2 создания визуального образа с рекламными функциями;
- ПО3 художественного конструирования рекламных продуктов по заданию;

Вариативная часть:

- ПО4 проектирования базовых элементов визуальной идентификации (фирменного стиля);
- ПО5 стилизации при построении рекламного образа;
- ПО6 разработки творческой идеи рекламного продукта;
- ПО7 составления рекламных текстов на основе разработанной творческой стратегии.

уметь:

- У1 разрабатывать композиционное решение рекламного продукта;
- У2 использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы;
- У3 осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги;
- У4 составлять рекламные тексты;

Вариативная часть:

- У5 разрабатывать композиционное, графическое и цветовое решение элементов фирменного стиля;
- У6 применять приемы стилизации при создании рекламного образа;
- У7 ориентироваться в исторических эпохах и стилях;
- У8 разрабатывать многовариативные композиционные решения рекламного продукта;

- У9 применять способы интенсификации творческого мышления для разработки творческой идеи;
- У10 применять креативные, манипулятивные, семиотические приемы и принципы при создании рекламного продукта;
- У11 применять техники создания рекламного текста;

Виды работ по производственной практике и проверяемые результаты обучения по профессиональному модулю ПМ.01

Виды работ	Коды проверяемых результатов (ПК, ОК, ПО, У)
разработка композиционного решения рекламного продукта	ОК 1 - 7 ПК 1.1-1.3 ПО 1-3 У1-3, 8, 9
подбор художественной формы реализации рекламной идеи	ОК 1 - 7 ПК 1.1-1.3 ПО 1-3 У1-3, 8, 9
составление рекламных текстов с использованием методов психологического воздействия на потребителя	ПК 1.4, ОК 2 – 4, 5, 7 ПО 6, 7 У3, 4, 9 -11
написание слоганов, разработка названий	ПК 1.4, ОК 2 – 4, 5, 7 ПО 6, 7 У3, 4, 9 -11
использование выразительных и художественно-изобразительных средств при проектировании рекламного продукта	ОК 1 - 7 ПК 1.1-1.3 ПО 1-3 У1-3, 8, 9
разработка творческих идей рекламного продукта/ рекламной кампании	ПК 1.1 ОК 1-5 ПО6 У 3, 9, 10
разработка рекламных образов	ПК 1.5, ОК 2 – 4, 5, 7 ПО 1-7 У1-11
художественное проектирование рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы (разработка дизайн-проекта РП, создание иллюстраций для РП, стилизация рекламного обращения)	ОК 1 - 7 ПК 1.1-1.3 ПО 1-3 У1-10
выполнение рекламных иллюстраций в рамках заказа	ПК1.1-1.3 ОК1-7 ПО3, 5 У1-3, 6
разработка элементов фирменного стиля по заданию	ПК 1.1-1.5 ОК1-9 У5-10
выполнение рекламных обращений в различных стилях	ПК1.1-1.3

	ОК1-9 ПО 1-3, 5 У1-3, 6-8
подготовка макета рекламного продукта с учетом технологии его производства	ПК 1.3 ОК 1-9 ПО3 У1-2

Текущий контроль результатов прохождения производственной практики в соответствии с рабочей программой и календарно-тематическим планом практики происходит при использовании следующих обязательных форм контроля:

- ежедневный контроль посещаемости практики (с отметкой в журнале практики),
- наблюдение за выполнением видов работ на практике (в соответствии с календарно-тематическим планом практики),
- контроль качества выполнения видов работ на практике (уровень владения ПК и ОК при выполнении работ оценивается в аттестационном листе - характеристике с практики),
- контроль за ведением дневника практики,
- контроль сбора материала для отчета по практике в соответствии с заданием на практику.

Дифференцированный зачет по производственной практике выставляется на основании:

- выполнения контрольно-проверочного задания,
- отчета по практике (соответствие содержания отчета по практике заданию на практику, оформление отчета по практике, в соответствии с требованиями, наличие презентационного материала, в полной степени иллюстрирующего отчет по практике, оформление дневника практики (вместе с приложениями) в соответствии с требованиями);
- данных аттестационного листа-характеристики (характеристики профессиональной деятельности студента на практике) с указанием видов работ, выполненных обучающимся во время практики, их объема, качества выполнения в

соответствии с технологией и (или) требованиями организации, в которой проходила практика.

Оценка за дифференцированный зачет (зачет) по практике определяется как средний балл за представленные материалы с практики и оценки за контрольно-проверочное задание. Оценка выставляется по 5-ти балльной шкале.

3.3 Рубежный и промежуточный контроль и оценка освоения учебной практики ПМ.01 «Разработка и создание дизайна рекламной продукции» по разделам и темам

№ раздела и темы	Наименование разделов и тем	Проверяемые знания (З) и умения (У)	Проверяемые компетенции	№ задания	Формулировка задания
Раздел 1	Художественное проектирование рекламного продукта				
Тема 1.1	Создание простых векторных иллюстраций	З1-3, 7-10 У1-3, 8,9	ПК 1.1-1.3 ОК1-7	№1	- разработка векторной иллюстрации нерекламного характера
Тема 1.2	Монохромное и цветковое решение рекламного продукта			№2	- создание цветных и черно-белых рекламных обращений
Тема 1.3.	Шрифтовое оформление рекламного продукта			№3	- создание типографических композиций
Раздел 2	Проектирование элементов фирменного стиля				
Тема 2.1	Тема 2.1 Кривые безье как основа создания логотипа	З1-5, 8-10 У1-3, 5-10	ПК 1.3, ОК 1-9	№4	- разработка элементов фирменного стиля для мероприятия, продукта, услуги
Раздел 3	Макетирование простых рекламных обращений				
Тема 3.1 Тема 3.2 Тема 3.3 Тема 3.4 Тема 3.5	Макетирование визитной карточки Макетирование фирменного бланка Макетирование шрифтового плаката Макетирование изобразительного плаката Макетирование одно- и двусторонних листовок	З1-10 У 1-11	ПК 1.1 - 1.5, ОК 1-9	№5 №6 №7 №8 №9	- создание макета визитной карточки; - создание макета фирменного бланка; - создание макета шрифтового плаката; - создание макета изобразительного плаката; - создание макетов листовок.

	Дифференцированный зачет	У1-11	ОК (1 - 11) ПК 1.1-1.5		Защита портфолио
--	--------------------------	-------	---------------------------	--	------------------

Текущий контроль результатов прохождения учебной практики в соответствии с рабочей программой и календарно-тематическим планом практики происходит при использовании следующих обязательных форм контроля:

- ежедневный контроль посещаемости практики (с отметкой в журнале практики),

- наблюдение за выполнением видов работ на практике (в соответствии с календарно-тематическим планом практики),

- контроль качества выполнения видов работ на практике (уровень владения ПК и ОК при выполнении работ оценивается в аттестационном листе - характеристике с практики),

Дифференцированный зачет по учебной практике выставляется на основании:

- выполнения заданий (портфолио работ по учебной практике).

Оценка за дифференцированный зачет по практике определяется как средний балл за представленные материалы практики. Оценка выставляется по 5-ти балльной шкале.

Критерии оценки заданий:

Оценка	Критерии оценки
«Отлично»	студент выполнил работу без ошибок и недочетов, допустил не более одного недочета. Задания выполнены в полном объеме.
«Хорошо»	студент выполнил работу полностью, но допустил в ней не более одной негрубой ошибки и одного недочета, или не более двух недочетов
«Удовлетворительно»	студент правильно выполнил не менее половины работы или допустил не более двух грубых ошибок, или не более одной грубой и одной негрубой ошибки и одного недочета, или не более двух-трех негрубых ошибок, или одной негрубой ошибки и трех недочетов, или при отсутствии ошибок, но при наличии четырех-пяти недочетов, плохо знает текст произведения, допускает искажение фактов.
«Неудовлетворительно»	студент допустил число ошибок и недочетов превосходящее норму, при которой может быть выставлена оценка «3», или если правильно выполнил менее половины работы.

4. Структура контрольно-оценочных материалов для экзамена (квалификационного)

Студент допускается к экзамену при условии наличия положительных оценок за элементы модуля (МДК и практики), которые отражаются в сводной ведомости ПМ (Приложение 3.1)

Итогом экзамена является однозначное решение: «вид профессиональной деятельности освоен/не освоен».

При принятии решения об итоговой оценке по профессиональному модулю учитывается роль оцениваемых показателей для выполнения вида профессиональной деятельности, освоение которого проверяется. При отрицательном заключении хотя бы по одному показателю оценки результата освоения профессиональных компетенций принимается решение «вид профессиональной деятельности не освоен». При наличии противоречивых оценок по одному и тому же показателю при выполнении разных видов работ, решение принимается в пользу обучающегося.

Пакет материалов для экзамена (квалификационного)

1. Перечень вопросов (с перечнем справочной литературы и других источников информации)
2. Перечень практических заданий (задач)
3. Билеты
4. Критерии оценки
5. Пакет экзаменатора

Экзаменационная комиссия оценивает владение студентами полным перечнем ПК и ОК в соответствии с ФГОС. Оценивается качество выполнения студентами экзаменационных заданий в соответствии с разработанными критериями.

**ЗАДАНИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ ОСВОЕНИЯ МЕДЖИСЦИПЛИНАРНЫХ
КУРСОВ ПМ.01**

МДК.01.01 Художественное проектирование рекламного продукта

ЗАДАНИЕ № 1

Исследовательский проект «Национальные модели дизайна»

Раздел 1. Основы художественного проектирования

Тема 1.1 Дизайн и основы художественного проектирования

Тема 1.2 Национальные модели дизайна

Текст задания.

Выбрать любую страну и исследовать особенности дизайна в любой сфере деятельности/области культуры данного

Предмет(ы) оценивания	Объект(ы) оценивания	Показатели оценки	Критерии оценки
ОК.1, 4, 8, 11 ПК.1.1 У3, У7 31, 36, 38	Продукт+процесс Исследовательский проект, защита проекта	Глубина раскрытия темы проекта. Грамотное построение презентации.	Соответствие требованиям (см. УВЗ)

(УВЗ) Условия выполнения задания

1. Место выполнения задания: аудиторная и самостоятельная работа.
2. Максимальное время выполнения задания: 12 часов; защита проекта – 2 часа.
3. Алгоритм выполнения работы:
 - выбор объекта исследования (страна, сфера дизайна/культуры);
 - обоснование актуальности темы;
 - формулировка проблемы и гипотезы исследования;
 - поисковая работа (подбор материала по теме);
 - систематизация материала, написание реферата по теме;
 - подготовка презентации;
 - защита проекта (регламент защиты – не более 7 минут).
4. Критерии оценки
 - актуальность темы исследования;
 - полнота раскрытия темы;
 - логичность и последовательности изложения материала;
 - грамотная речь;
 - эстетичность представления материала (презентация и другие визуальные материалы);
 - полнота ответов на защите.

ЗАДАНИЕ № 2

Семинар «Специфика современного российского графического дизайна»

Раздел 1. Основы художественного проектирования

Тема 1.3 Графический дизайн

Текст задания.

Подготовить сообщения на тему «Специфика современного российского графического дизайна». Выполнить обзор тенденций в графическом и рекламном дизайне в настоящий период. Познакомиться с известными российскими деятелями рекламы и дизайна.

Предмет(ы) оценивания	Объект(ы) оценивания	Показатели оценки	Критерии оценки
ОК.1, 4, 8, 11 ПК 1.1 У3, У5, У7 31, 37	Продукт+процесс Сообщение, выступление с сообщением.	Глубина раскрытия темы проекта. Форма подачи информации.	Соответствие требованиям (см. УВЗ)

(УВЗ) Условия выполнения задания

1. Место выполнения задания: аудиторная работа.
2. Максимальное время выполнения задания: 2 часа.
3. Алгоритм выполнения работы:
 - подготовить краткий текст сообщения (не более 3 минут);
 - подобрать иллюстративный материал (фотографии, видео и т.п.; можно представить в форме презентации).
4. Критерии оценки
 - полнота раскрытия темы;
 - логичность и последовательности изложения материала;
 - грамотная речь;
 - эстетичность представления материала (презентация и другие визуальные материалы);
 - полнота ответов на защите.

ЗАДАНИЕ № 3

Практическая работа «Создание рекламного образа»

Раздел 1. Основы художественного проектирования

Тема 1.4 Реклама как область графического дизайна

Текст задания.

Для предложенных объектов разработки создать рекламные образы. Выполнить эскизы, обосновать выбор и особенности построения рекламного образа.

Предмет(ы) оценивания	Объект(ы) оценивания	Показатели оценки	Критерии оценки
ОК.1, 4, 8, 11 ПК.1.2, ПК.1.5 У1-3, У6, У8 31, 33, 38	Продукт Рекламный образ (эскизное решение и его обоснование)	Правильность использования художественных выразительных средств. Наличие в образе важной для потребителя информации. Выразительность образа.	Соответствие требованиям (см. УВЗ)
<p>(УВЗ) Условия выполнения задания</p> <p>1. Место выполнения задания: аудиторная работа.</p> <p>2. Максимальное время выполнения задания: 2 часа.</p> <p>3. Алгоритм выполнения работы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - изучить информацию об объекте разработки; - разработать идею рекламного образа; - подобрать графическое и композиционное решение рекламного образа; - выполнить эскиз рекламного образа; - кратко описать идею рекламного образа. <p>4. Критерии оценки</p> <ul style="list-style-type: none"> - выразительность рекламного образа; - способность рекламного образа привлечь внимание и заинтересовать потенциального потребителя (заложенная информация о продукте); - верное композиционное, графическое и цветовое решение рекламного образа; - наличие описание рекламного образа (обоснование выбора формы и содержания образа). 			

ЗАДАНИЕ № 4

Практическая работа «Создание рекламного образа»

Раздел 2. Проектирование визуальной рекламы

Тема 2.1 Процесс проектирования рекламного продукта

Текст задания.

Подготовить сообщения для семинаров на темы:

- признаки классификации объектов рекламного дизайна;
- типология объектов рекламного дизайна;

Предмет(ы) оценивания	Объект(ы) оценивания	Показатели оценки	Критерии оценки
ОК.1, 4, 8, 11 ПК.1.1 31, 33 У3	Продукт+процесс Сообщение, выступление с сообщением.	Глубина раскрытия темы проекта. Форма подачи информации.	Соответствие требованиям (см. УВЗ)

(УВЗ) Условия выполнения задания

1. Место выполнения задания: аудиторная работа.
2. Максимальное время выполнения задания: 2 часа.
3. Алгоритм выполнения работы:
 - подготовить краткий текст сообщения (не более 3 минут);
 - подобрать иллюстративный материал (фотографии, видео и т.п.; можно представить в форме презентации).
4. Критерии оценки
 - полнота раскрытия темы;
 - логичность и последовательности изложения материала;
 - грамотная речь;
 - эстетичность представления материала (презентация и другие визуальные материалы);
 - полнота ответов на защите.

ЗАДАНИЕ № 5

Практическая работа «Индивидуальный проект визуальной рекламы»

Раздел 2. Проектирование визуальной рекламы

Тема 2.1 Процесс проектирования рекламного продукта

Текст задания.

Для предложенных объектов разработки создать рекламные образы. Выполнить индивидуальный проект визуальной рекламы. Самостоятельно определить объект работы (компания, продукт, услуга) и предложить эскизное решение любой полиграфической продукции. Разработать рекламный образ и текст для рекламного продукта.

Предмет(ы) оценивания	Объект(ы) оценивания	Показатели оценки	Критерии оценки
ОК.1 - 5, 8, 11 ПК.1.1 – 1.5 У 1-11 3 1 – 10	Продукт Носитель полиграфической рекламы (в частности, плакат)	Правильность использования художественных выразительных средств. Наличие в образе важной для потребителя информации. Выразительность образа. Наличие рекламного текста. Соответствие текстов и образов идее рекламы.	Соответствие требованиям (см. УВЗ)

(УВЗ) Условия выполнения задания

1. Место выполнения задания: аудиторная работа.
2. Максимальное время выполнения задания: 2 часа.

3. Алгоритм выполнения работы:

- изучить информацию об объекте разработки;
- разработать идею рекламного образа;
- подобрать графическое и композиционное решение рекламного образа;
- составить рекламный текст;
- выполнить эскиз рекламного носителями (плаката);
- кратко описать идею рекламного образа.

4. Критерии оценки

- выразительность рекламного образа;
- способность рекламного образа привлечь внимание и заинтересовать потенциального потребителя (заложенная информация о продукте);
- верное композиционное, графическое и цветовое решение рекламного образа;
- наличие описание рекламного образа (обоснование выбора формы и содержания образа).

ЗАДАНИЕ № 6

Упражнения по композиции, подбору цветового и шрифтового решения рекламного продукта

Раздел 3. Композиция, цвет и шрифт в рекламе

Тема 3.1 Композиция в рекламе.

Тема 3.2 Цвет в рекламе.

Тема 3.3 Шрифт в рекламе

Текст задания.

Выполнить упражнения:

- подобрать композиционное решение для малоформатной продукции на примере визитной карточки и листовки;
- выполнить построение объемно-пространственной композиции для вывески и отдельно стоящей рекламной конструкции;
- представленное рекламное обращение выполнить в монохромном и цветном виде;
- выполнить рекламный шрифтовой плакат;
- разработать шрифтовые композиции для заданных объектов.

Предмет(ы) оценивания	Объект(ы) оценивания	Показатели оценки	Критерии оценки
ОК.1, 4, 8, 11 ПК.1.2, ПК.1.4 У1, У2, У4, У8 32, 31	Продукт Композиции рекламного и нерекламного характера	Правильность использования художественных выразительных средств. Выразительность графического, цветового,	Соответствие требованиям (см. УВЗ)

		шрифтового решения. Соответствие графического, цветового, шрифтового решения идее композиции.	
<p>(УВЗ) Условия выполнения задания</p> <p>1. Место выполнения задания: аудиторная работа.</p> <p>. Алгоритм выполнения работы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - изучение задания; - выполнение композиционного построения; - подбор цветового решения композиции; - подбор шрифтового решения. <p>4. Критерии оценки</p> <ul style="list-style-type: none"> - выразительность композиции; - соответствие графического решения задачам композиции; - правильное использование художественных и выразительных средств для передачи характера, настроения композиции рекламного или нерекламного типа. 			

ЗАДАНИЕ № 7

Проект «Логотип компании»

Раздел 4. Проектирование фирменной символики

Тема 4.1 Проектирование знаков, символов, эмблем.

Текст задания.

Задание: разработайте фирменный стиль для предложенной компании, создайте логобук – руководство по использованию логотипа компании.

Описание объекта разработки:

Сеть продуктовых магазинов "Продуктовая лавка".

Позиционирование:

"Продуктовая лавка" позиционируется как магазин, в котором всегда можно приобрести быстро и недорого необходимый набор продуктов питания, как для повседневного потребления, так и для праздничного стола. Предпочтение отдается товарам местных производителей.

Этапы выполнения работы:

1. Создание логотипа

Разработать идею и предложить эскизное решение логотипа. Логотип может быть представлен в таких формах как:

- текстовый логотип;
- изобразительный логотип;
- комбинированный логотип (графическая и текстовая часть).

Эскиз выполняется на бумаге в монохромном виде.

Выбрать один из вариантов логотипа и выполнить его в цифровом виде (в программе CorelDraw).

Описать идею логотипа (что обозначает, почему выбрана такая форма, цвет, композиция, какие ассоциации логотип должен вызывать у потребителя).

2. Создание логобука

Примерное содержание логобука:

- описание идеи логотипа (фирменного стиля компании);
- описание правил построения логотипа (минимальные размеры, охранные поля, фирменный блок – композиция элементов логотипа);
- описание фирменный цвет;
- описание фирменных шрифтов;
- возможные варианты фонов (на которых можно располагать логотип);
- запреты (что нельзя делать с логотипом);
- другие элементы фирменного стиля (паттерны, декоративные элементы).

Вам необходимо определить структуру логобука и его содержание.

Требования к работе: Формат логобука А4.

Предмет(ы) оценивания	Объект(ы) оценивания	Показатели оценки	Критерии оценки
ОК.1, 4, 8, 11 ПК.1.2, ПК.1.4 У1, У2, У4, У8 32, 31,	Продукт (логобук)	Правильность использования художественных выразительных средств. Выразительность графического, цветового, шрифтового решения. Соответствие графического, цветового, шрифтового решения идее фирменного стиля компании. Соответствие структуры логобука общим требованиям.	Соответствие требованиям (см. УВЗ)
<p>(УВЗ) Условия выполнения задания</p> <p>1. Место выполнения задания: аудиторная работа.</p> <p>2. Алгоритм выполнения работы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - изучение задания; - разработка идеи фирменного стиля; 			

- разработка графического, цветового и шрифтового решения элементов фирменного стиля;
- разработка структуры и содержания логобука;
- разработка правил использования основных элементов фирменного стиля (логотип, фирменный блок, цвет, шрифт, охранные поля, допустимые варианты фонов, запреты на изменение логотипа).

3. Критерии оценки

- соответствие готового решения фирменного стиля объекту разработки;
- соблюдение требований, предъявляемых к элементам фирменного стиля;
- полнота содержания логобука;
- правильность формулировки правил использования элементов фирменного стиля.

МДК 01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта

ЗАДАНИЕ № 1

Семинар «Виды рекламных стратегий»

Раздел 1. Общее понятие рекламного творчества

Тема 1.1 Коммуникационная стратегия бренда

Текст задания.

Подготовить сообщения на тему «Виды рекламных стратегий». Подготовить описание рациональных и проекционных стратегий, подобрать примеры рекламных кампаний.

Предмет(ы) оценивания	Объект(ы) оценивания	Показатели оценки	Критерии оценки
У3, З3 ПК.1.1 ОК 1 – 4, 10, 11	Продукт+процесс Сообщение, выступление с сообщением.	Глубина раскрытия темы проекта. Форма подачи информации.	Соответствие требованиям (см. УВЗ)

(УВЗ) Условия выполнения задания

1. Место выполнения задания: аудиторная работа.
2. Максимальное время выполнения задания: 2 часа.
3. Алгоритм выполнения работы:
 - подготовить краткий текст сообщения (не более 3 минут);
 - подобрать иллюстративный материал (фотографии, видео и т.п.; можно представить в форме презентации).
4. Критерии оценки
 - полнота раскрытия темы;
 - логичность и последовательности изложения материала;
 - грамотная речь;
 - эстетичность представления материала (презентация и другие визуальные материалы);
 - полнота ответов на защите.

ЗАДАНИЕ № 2

Составление конспекта «Барьеры творческого и критического мышления»

Раздел 1. Общее понятие рекламного творчества

Тема 1.2 Креативная стратегия

Текст задания.

Составить конспект по теме «Барьеры творческого и критического мышления». Дать определение понятиям «творческое мышление», «критическое мышление». Перечислить и охарактеризовать основные барьеры:

- внутренние и внешние барьеры;
- ригидность мышление, конформность, цензура.

Предмет(ы) оценивания	Объект(ы) оценивания	Показатели оценки	Критерии оценки
У3,10,11, 33 ПК.1.1 ОК 1 – 4, 6 - 9	Продукт (конспект)	Полнота раскрытия темы. Логика построения материала	Соответствие требованиям (см. УВЗ)
(УВЗ) Условия выполнения задания 1. Место выполнения задания: аудиторная самостоятельная работа. 2. Максимальное время выполнения задания: 2 часа. 3. Алгоритм выполнения работы: <ul style="list-style-type: none">- работа с учебником, поиск материала по теме;- выделение ключевых определений и тезисов;- конспектирование темы. 4. Критерии оценки <ul style="list-style-type: none">- полнота раскрытия темы;- логичность и последовательности изложения материала.			

ЗАДАНИЕ № 3

Составление конспекта «Преодоление барьеров творческого мышления»

Раздел 1. Общее понятие рекламного творчества

Тема 1.2 Креативная стратегия

Текст задания.

Составить конспект на тему «Преодоление барьеров творческого мышления». Сформулировать список советов и рекомендаций рекламисту для преодоления барьеров творческого мышления.

Предмет(ы) оценивания	Объект(ы) оценивания	Показатели оценки	Критерии оценки
У3,10,11, 33 ПК.1.1 ОК 1 – 4, 6 - 9	Продукт (конспект)	Полнота раскрытия темы. Логика построения материала	Соответствие требованиям (см. УВЗ)
<p>(УВЗ) Условия выполнения задания</p> <p>1. Место выполнения задания: аудиторная самостоятельная работа.</p> <p>2. Максимальное время выполнения задания: 2 часа.</p> <p>3. Алгоритм выполнения работы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - работа с учебником, поиск материала по теме; - выделение ключевых определений и тезисов; - конспектирование темы. <p>4. Критерии оценки</p> <ul style="list-style-type: none"> - полнота раскрытия темы; - логичность и последовательности изложения материала. 			

ЗАДАНИЕ № 4

Практическая работа «Выявление и оценка стереотипов в рекламе»

Раздел 2. Стереотипы в рекламе

Тема 2.1 Стереотипы в рекламе

Текст задания.

Проанализировать рекламные сообщения в телевизионной, печатной и наружной рекламы с целью выявления стереотипных рекламных образов, типичных приемов и подходов к рекламированию.

Предмет(ы) оценивания	Объект(ы) оценивания	Показатели оценки	Критерии оценки
У3, 8-10 34 ОК 1 – 4 ПК.1.1, ПК.1.4, ПК.1.5	Продукт (таблица)	Глубина анализа. Сформированность выводов по теме.	Соответствие требованиям (см. УВЗ)
<p>(УВЗ) Условия выполнения задания</p> <p>1. Место выполнения задания: аудиторная самостоятельная работа.</p> <p>2. Максимальное время выполнения задания: 2 часа.</p> <p>3. Алгоритм выполнения работы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - проанализировать рекламные сообщения; - выделить типичные образы, приемы рекламирования; - распределить полученные данные в таблице; - сделать выводы по теме. 			

4. Критерии оценки

- глубина анализа;
- логичность и последовательности изложения материала;
- сформированность выводов по теме.

ЗАДАНИЕ № 5

Практическая работа «Использование методики РАМ-проводника». «Использование методики слома стереотипа»

Раздел 3. Методология креативного мышления

Тема 3.1 Специальные техники рекламного конструирования

Текст задания.

Используя методики РАМ-проводника и слома стереотипа, разработать идею рекламной кампании предложенного объекта.

Предмет(ы) оценивания	Объект(ы) оценивания	Показатели оценки	Критерии оценки
У 9-11 З 8-10 ОК 1 – 4, 6, 7 ПК.1.1, ПК.1.4, ПК.1.5	Продукт (презентация идеи)	Оригинальность идеи. Глубина понимания используемой методики.	Соответствие требованиям (см. УВЗ)

(УВЗ) Условия выполнения задания

1. Место выполнения задания: аудиторная работа.
2. Максимальное время выполнения задания: 2 часа.
3. Алгоритм выполнения работы:
 - изучить представленный объект рекламы;
 - используя предложенные методики разработать идею рекламной кампании;
 - представить идею и обсудить результат.
4. Критерии оценки
 - правильность применения методики, выраженная в адекватном рекламном образе;
 - оригинальность полученной идеи.

ЗАДАНИЕ № 6

Групповые занятия:

Проведение мозгового штурма.

Использование метода фокальных объектов при разработке творческой идеи рекламного продукта.

Использование методов конференции идей и гирлянд ассоциаций и метафор при разработке творческой идеи рекламного продукта.

Раздел 3. Методология креативного мышления

Тема 3.1 Средства интенсификации творческого мышления в рекламе

Текст задания.

Групповая работа. Обсуждение методов. Назначение модераторов, проведение работы по поиску творческой рекламной идеи.

Предмет(ы) оценивания	Объект(ы) оценивания	Показатели оценки	Критерии оценки
У 9-11 3 8-10 ОК 1 – 4, 6, 7 ПК.1.1, ПК.1.4, ПК.1.5	Продукт+процесс Групповая работа, творческая рекламная идея	Глубина понимания используемого метода. Способность правильно применить метод	Соответствие требованиям (см. УВЗ)
<p>(УВЗ) Условия выполнения задания</p> <p>1. Место выполнения задания: аудиторная работа.</p> <p>2. Алгоритм выполнения работы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - изучить особенности метода интенсификации творческого мышления; - применение метода для получения конечного результата; - представить идею и обсудить результат. <p>3. Критерии оценки</p> <ul style="list-style-type: none"> - уровень понимания особенностей применения методов интенсификации творческого мышления; - умение работать в команде; - способность к анализу и критическому осмыслению конечного результата. 			

ЗАДАНИЕ № 5

Практическая работа «Использование методики РАМ-проводника». «Использование методики слома стереотипа»

Раздел 3. Методология креативного мышления

Тема 3.1 Специальные техники рекламного конструирования

Текст задания.

Используя методики РАМ-проводника и слома стереотипа, разработать идею рекламной кампании предложенного объекта.

Предмет(ы) оценивания	Объект(ы) оценивания	Показатели оценки	Критерии оценки
У 9-11 3 8-10 ОК 1 – 4, 6, 7 ПК.1.1, ПК.1.4, ПК.1.5	Продукт (презентация идеи)	Оригинальность идеи. Глубина понимания используемой методики.	Соответствие требованиям (см. УВЗ)
<p>(УВЗ) Условия выполнения задания</p> <p>1. Место выполнения задания: аудиторная работа.</p> <p>2. Максимальное время выполнения задания: 2 часа.</p> <p>3. Алгоритм выполнения работы:</p>			

- изучить представленный объект рекламы;
- используя предложенные методики разработать идею рекламной кампании;
- представить идею и обсудить результат.

4. Критерии оценки

- правильность применения методики, выраженная в адекватном рекламном образе;
- оригинальность полученной идеи.

ЗАДАНИЕ № 7

Проект «Творческая концепция рекламной кампании»

Раздел 4. Разработка концепции рекламного продукта

Тема 4.1 Разработка творческой концепции комплексной рекламной кампании

Текст задания.

Разработать концепцию комплексной рекламной кампании для вновь открываемой фирмы на рынке города Новокузнецка.

- 1) Разработать словесное имиджевое название. Пояснить выбор.
- 2) Разработать графический знак (логотип).
- 3) Разработать элементы фирменного стиля (фирменные цвета, шрифты).
- 4) Сформулировать слоган.
- 5) Разработать маркетинговую концепцию бренда:
 - УТП;
 - Целевая аудитория;
 - Позиция на рынке;
 - Ценовая и товарная политика;
 - Маркетинговые цели на ближайшие два года.
- 6) Разработать стратегию бренд-менеджмента:
 - Миссия;
 - Философия;
 - Требования к сотрудникам;
 - Элементы корпоративной культуры и внутрифирменного имиджа.
- 7) Организационная структура.
- 8) Разработать коммуникационную стратегию бренда:
 - Бренд-миф;
 - Рекламный образ;
 - Способы коммуникации с клиентом;
 - Содержание рекламной информации.
- 9) Разработать макет рекламной продукции для продвижения бренда компании на рынок.
- 10) Описать каналы распространения данного рекламного продукта.

Предмет(ы) оценивания	Объект(ы) оценивания	Показатели оценки	Критерии оценки
У 9-11 З 8-10 ОК 1 – 4, 6, 7 ПК.1.1, ПК.1.4, ПК.1.5	Продукт (проект комплексной рекламной кампании)	Уровень владения методиками разработки творческой концепции. Оригинальность разрабатываемого проекта	Соответствие требованиям (см. УВЗ)
<p>(УВЗ) Условия выполнения задания</p> <p>1. Место выполнения задания: аудиторная работа.</p> <p>2. Алгоритм выполнения работы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - определить конкурентные преимущества и целевые аудитории компании; - разработать фирменный стиль компании; - разработать УТП; - выбрать каналы рекламной коммуникации; - разработать рекламные образы и тексты рекламных обращений. <p>3. Критерии оценки</p> <ul style="list-style-type: none"> - оригинальность исполнения элементов фирменного стиля; - оригинальность идеи рекламной кампании; - обоснованность выбора каналов рекламной коммуникации. 			

ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫМ КУРСАМ

ЗАДАНИЯ ДЛЯ ДИФФЕРЕНЦИРОВАННОГО ЗАЧЕТА ПО МДК.01.01 «Художественное проектирование рекламного продукта»

Промежуточная аттестация: дифференцированный зачет

Форма дифференцированная зачета: защита творческого проекта
«Логотип компании».

Предмет (ы) оценивания	Объект (ы) оценивания	Показатели оценки	Критерии оценки
ОК.1 - 5, 8, 11 ПК.1.1 – 1.5 У 1 – 11, 3 1 - 10	ПРОДУКТ (логобук) Процесс (защита проекта)	Качество проекта	Соответстви е требованиям (см. УВЗ)
<p>(УВЗ) Условия выполнения задания</p> <p>1. Место выполнения задания: аудиторная работа.</p> <p>2. Алгоритм выполнения работы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - представить к защите оформленный проект «Логотип компании» (логобук); - презентация проекта. <p>3. Критерии оценки:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Правильность использования художественных выразительных средств. – Выразительность графического, цветового, шрифтового решения. – Соответствие графического, цветового, шрифтового решения идее композиции. <p>Защита проекта</p> <p>Студент должен хорошо владеть материалом, изложенным в проекте, быстро ориентироваться в поиске нужной информации, уверенно отвечать на вопросы.</p> <p>Время защиты - 7-10 минут.</p>			

ЗАДАНИЕ ДЛЯ ДИФФЕРЕНЦИРОВАННОГО ЗАЧЕТА ПО МДК.01.02 «Разработка творческой концепции рекламного продукта»

Промежуточная аттестация: дифференцированный зачет

Форма дифференцированная зачета: защита проекта «Творческая
концепция рекламной кампании».

Предмет (ы) оценивания	Объект (ы) оценивания	Показатели оценки	Критерии оценки
У 9-11 3 8-10 ОК 1 – 4, 6, 7 ПК.1.1, ПК.1.4, ПК.1.5	ПРОДУКТ (презентация проекта) Процесс (защита проекта)	Качество проекта	Соответстви е требованиям (см. УВЗ)
<p>(УВЗ) Условия выполнения задания</p> <p>1. Место выполнения задания: аудиторная работа.</p> <p>2. Алгоритм выполнения работы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - представить к защите оформленный проект «Творческая концепция рекламной кампании» (презентация). <p>3. Критерии оценки:</p>			

- Правильность использования художественных выразительных средств.
- Выразительность графического, цветового, шрифтового решения.
- Соответствие графического, цветового, шрифтового решения идее композиции.

Защита проекта

Студент должен хорошо владеть материалом, изложенным в проекте, быстро ориентироваться в поиске нужной информации, уверенно отвечать на вопросы.

Время защиты - 7-10 минут.

КОМПЛЕКТ МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ ОЦЕНКИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Предметы оценивания: У1-11 ОК (1 - 11), ПК 1.1-1.5

Объекты оценивания: продукты (макеты, тексты, идеи)

Показатели оценки:

Качество выполненной работы: профессионализм изложения информации, соответствие тематике, целостность, стиль оформления, объём, творческий подход, рациональность использования времени, презентационные навыки.

Критерии оценки:

- оригинальность исполнения;
- качество исполнения работ;
- грамотность текстов и речи;
- уровень владения информационно-коммуникационными технологиями;
- уровень понимания и владения художественно-выразительными средствами;
- качество исполнения образов с рекламными функциями.

Место проведения учебной практики: лаборатория «Проектирования рекламного продукта».

Задание 1. Стилизация в рекламе

Выполнить задания по стилизации изображений в векторном редакторе CorelDraw. Выбрать не менее пяти разных стилей.

Время выполнения – 6 часов.

Задание 2. Разработка логотипа

Разработать фирменный знак для любого товара, услуги, организации.

Требования к выполнению задания:

- фирменный знак должен быть комбинированным (т.е. содержать изобразительную и текстовую части);
- фирменный знак должен быть представлен в двух цветовых решениях: цветной и черно-белый;
- фирменный знак должен быть выполнен в векторном формате (не допускается использование растровых рисунков, фотографий).

Задание 3. Создание макетов малоформатной рекламной продукции

Разработка дизайна носителей фирменного стиля компании

Текст задания: для предложенной компании (см. техническое задание) разработать дизайн носителей фирменного стиля (визитные карточки, фирменный бланк и шрифтовой плакат).

Условия выполнения задания:

1. дизайн разрабатывается на основе представленного фирменного знака (комбинированный логотип компании);
2. логотип необходимо отрисовать в векторном формате;
3. требования, предъявляемые к каждому из носителей, приведены ниже в задании.

Задание 01. Создание макета визитной карточки

Текст задания: разработать макеты деловой и корпоративной визитных карточек.

Требования:

- размер 5*9 см.
- наличие всех основных элементов визитной карточки;
- читаемость.

Задание 02. Разработка макета фирменного бланка

Текст задания: создать макет фирменного бланка, используя ранее разработанный логотип компании.

Элементы фирменного бланка:

- логотип компании;
- полное наименование компании;
- адресные и банковские реквизиты;
- указание сферы деятельности компании, слоган.

Стандартный размер фирменного бланка: А4.

Задание 05_03. Разработка макета шрифтового плаката

Текст задания: разработать макет шрифтового плаката для конкретной фирмы.

Требования к макету:

- размер: А3
- использовать ранее разработанный логотип компании
- можно использовать любые шрифты, однако их общее количество не должно превышать 3-х
- Использовать в работе графические приёмы только шрифтовой графики (отсутствие рисунков, фотографий, элементов коллажа и т.д.)
- тексты должны быть переведены в кривые

Задание 4. Создание макета изобразительного плаката

Текст задания: разработать макет изобразительного плаката (для той же фирмы, что и в предыдущих заданиях).

Требования:

- размер А3.
- наличие всех основных элементов (логотип, рекламная иллюстрация, краткий рекламный текст или слоган, контакты)
- дизайн в соответствии с фирменным стилем компании (основа - логотип).

Задание 5. Разработка макета одно и двусторонней листовки

Текст задания: создать макеты односторонней и двусторонней листовок формата А5.

Требование:

- листовка должна сообщать о какой-либо конкретной акции (новый товар, скидки, распродажи и т.п.)
- содержать все необходимые элементы (иллюстрацию, логотип, контактную или справочную информацию, основное рекламное предложение)

Требования к листовкам:

1. Концентрированность содержания. Текст листовки должен быть кратким. Листовка - это текст, выражающий какую-то одну идею. Сосредоточенность на одном основном положении (тезисе, идее, лозунге) - важнейшее требование к любой листовке.

2. Аргументированность. Основное положение листовки надо не просто декларировать, а обосновывать и подтверждать разносторонними убедительными доказательствами.

3. Простота и доходчивость. Листовка обязана учитывать особенности аудитории, но в любом случае она должна быть написана простыми словами. Задача листовки - внушить определенную мысль (идею). Чем проще эта мысль, чем яснее она изложена, тем больше шансов, что ее поймут и примут. Никаких туманных намеков, никаких недомолвок в листовке не должно быть.

Нельзя также перегружать текст и оформление листовки деталями.

4. Композиционная четкость. Листовка, несмотря на свою краткость, должна иметь четкую композиционную и логическую структуру. Это достигается хорошо продуманной логикой изложения материала.

5. Привлекательность, броскость. Листовку необходимо оформлять так, чтобы она привлекала к себе внимание и вызывала желание ее прочесть. Для этого следует умело использовать яркие, броские иллюстрации (фотографии, рисунки, схемы), подбирать цвет бумаги и краски, различные шрифты и т.д. Чем крупнее шрифт, тем легче читать листовку.

Особое значение имеет выбор цвета. Желательно, чтобы листовка была яркой.

**КОМПЛЕКТ МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ
АТТЕСТАЦИИ ПО УЧЕБНОЙ ПРАКТИКЕ УП.01.01**

Промежуточная аттестация: дифференцированный зачет

Форма: защита портфолио работ

Текст задания:

Предмет(ы) оценивания	Объект(ы) оценивания	Показатели оценки	Критерии оценки
У1-У3, 31, 33,34 ПК1.1-ПК1.6, ПК 2.1, ПК2,3, ПК2,6	Продукт (портфолио) Процесс (защита портфолио)	Знание процесса разработки и создания дизайна рекламной продукции, уровень владения методикам и технологиями креативного мышления	Соответствие требованиям УВЗ
<p>Условия выполнения задания</p> <p>1. Место выполнения задания: аудиторная работа.</p> <p>2. Время выполнения: 6 час.</p> <p>3. Критерии оценки:</p> <p>умение анализировать информацию, логически мыслить и творчески подходить к решению поставленной задачи, выбирать оптимальный вариант решения профессиональной задачи.</p>			

ВЕДОМОСТЬ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ
в форме дифференцированного зачета по
УП.01.01 Учебная практика

№ п/п	Фамилия, имя и отчество аттестуемого	Отметка	Подпись руководителя практики
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			
6.			
7.			
8.			
9.			
10.			
11.			
12.			

Подпись руководителя практики _____ /Осколкова Е.А./

Подпись руководителя отделения _____ /_____./

« ____ » _____ 20__ г.

АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ-ХАРАКТЕРИСТИКА

Выдан: _____, обучающемуся на II курсе специальности 42.02.01 Реклама, прошедшему производственную практику по профессиональному модулю ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции

1. За время практики выполнены виды работ:

Виды работ выполненных во время практики	Оценка (по пятибалльной шкале)	Подпись представителя работодателя
Разработка творческой концепции рекламного продукта		
Разработка названий, фирменных знаков, руководств по фирменному стилю		
Составление текстов рекламных обращений, статей и т.п.		
Разработка дизайнерского решения рекламной продукции		
Создание иллюстраций в определенном стиле		
Создание шрифтовых и изобразительных композиций рекламного и нерекламного характера		

2. За время практики обучающийся проявил личностные и деловые качества:

№	Проявленные личностные и деловые качества	Степень проявления		
		Не проявлял	Проявлял эпизодически	Проявлял регулярно
1	Понимание сущности и социальной значимости профессии			
2	Проявление интереса к профессии			
3	Ответственное отношение к выполнению порученных производственных заданий			
4	Самооценка и самоанализ выполняемых действий			
5	Способность самостоятельно принимать решения			
6	Поиск, анализ и оценка информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач			
7	Использование информационно-коммуникационных технологий при освоении вида профессиональной деятельности			
8	Способность работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.			
9	Способность самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием,			

3. За время прохождения практики у обучающегося были сформированы компетенции (элементы компетенций)

№	Перечень общих и профессиональных компетенций	Компетенция (элемент компетенции)	
		сформирована	не сформирована
1. Общие компетенции			
1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.		
2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качества		
3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность		
4	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой		

	для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.			
5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.			
6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.			
7	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий			
8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.			
9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.			
2. Профессиональные компетенции				
№	Код и формулировка ПК	основные показатели оценки результата	Компетенция (элемент компетенции)	
			сформирована	не сформирована
1	ПК 1.1 Осуществлять поиск рекламных идей.	Знание способов поиска простых функциональных решений при создании рекламного продукта		
2	ПК 1.2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы	Умение выбора художественной формы реализации рекламной идеи		
3	ПК 1.3 Разрабатывать авторские рекламные проекты.	Умение осуществлять художественное конструирование рекламных продуктов по заданию		
4	ПК 1.4 Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений	Умение разрабатывать композиционное решение текстовых рекламных объявлений.		
5	ПК 1.5 Создавать визуальные образы с рекламными функциями	Умение использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при создании рекламного продукта		

Итоговая оценка по практике _____

Руководитель практики от предприятия: _____

« ___ » декабря 20__ г.

МП

Руководитель практики от колледжа: _____

подпись

«__» декабря 20__г.

С результатами прохождения практики ознакомлен: _____

подпись

«__» декабря 20__г.

Федеральное казенное профессиональное образовательное учреждение
«Новокузнецкий государственный гуманитарно-технический колледж-интернат»
Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации

РАССМОТРЕНО:

УТВЕРЖДАЮ:

На МК специальности «Реклама»
От «__» _____ 20__ г. Протокол № ____
Председатель МК _____ /Е.А. Осколкова

Зам.директора по УР
_____ И.П. Лебедева
«__» _____ 20__ г.

ЗАДАНИЕ НА ПРОИЗВОДСТВЕННУЮ ПРАКТИКУ ПП.01

по профессиональному модулю ПМ.01
Разработка и создание дизайна рекламного продукта

Выдано: студенту II курса, гр. Р-____, специальности 42.02.01 Реклама

ФИО

Для прохождения практики на

Полное наименование предприятия

Дата начала практики: 17.11.20__ г.

Дата окончания практики: 21.12.20__ г.

Дата сдачи отчёта по практике: 21.12.20__ г.

Продолжительность производственной практики: 180 ч. (5 недель)

Виды работ, выполняемых на производственной практике:

1. Поиск и разработка рекламных идей: получение и анализ информации о заказе; разработка творческой идеи рекламного продукта.

2. Составление текстов рекламных обращений: написание слоганов; разработка названий (товара, акции и т.п.); написание основных текстов рекламных обращений (для различных носителей, как в бумажной, так и электронной форме).

3. Разработка рекламных образов для рекламы товаров/услуг/мероприятий: разработка рекламного персонажа в рамках проведения рекламной кампании; разработка рекламного образа для рекламного обращения.

4. Художественное эскизирование и подбор художественно-выразительных средств: разработка композиционного, цветового и шрифтового оформления рекламного продукта; разработка концепции и графического решения фирменного стиля рекламодателя (логотип, эмблема, основные носители фирменного стиля); создание иллюстраций для рекламных обращений; стилизация рекламного обращения.

Руководитель практики от предприятия может предложить студенту выполнение заданий в следующих формах:

- Выполнение тестового задания.
- Выполнение работы по готовому образцу (анализ прошлых работ предприятия и создание студентом аналогов данных работ).
- Выполнение текущих заданий предприятия.

Виды выполняемых работ и изготавливаемых студентом продуктов зависят от сферы деятельности профильного предприятия.

Примерный перечень работ и рекламных продуктов:

- фирменный стиль и его элементы (логотип, слоган, корпоративный персонаж, рекомендации по использованию фирменных констант);

- носители полиграфической рекламы (разработка дизайна визиток, листовок, плакатов, простых рекламных объявлений);
- иллюстрации, декоративные композиции рекламного и нерекламного характера;
- шрифтовые композиции рекламного и нерекламного характера;
- рекламные тексты (для объявлений, статей, постов);
- разработка идеи дизайна оформления различных рекламных носителей (без проработки технических деталей проекта);
- отрисовка растровых изображений, в том числе эмблем, паттернов;
- иные работы по заказу рекламодателя.

Результаты прохождения производственной практики представить в форме **отчета**.

Структура отчета:

1. **Теоретическая часть:** Этапы разработки и создания дизайна рекламного продукта. Цель исследования – изучить основные этапы разработки и создания дизайна рекламного продукта.
2. **Описание места прохождения практики:** наименование, адрес, сфера деятельности, услуги.
3. **Выполненные работы:** приводится перечень выполненных работ, дается характеристика каждой выполненной работы.
4. **Заключение:** анализ выполненной работы, выявление сложностей и рекомендации по их преодолению, освоенные навыки.

Примерное содержание отчета приведено в Методических рекомендациях по составлению и оформлению отчета по производственной практике (шаблон отчета, презентации).

Основная литература для выполнения задания:

1. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2018. — 431 с.
2. Основы дизайна и композиции: современные концепции : учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. Э. Павловская [и др.] ; ответственный редактор Е. Э. Павловская. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2018. — 183 с.
3. Цифровые технологии в дизайне. История, теория, практика : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. Н. Лаврентьев [и др.] ; под редакцией А. Н. Лаврентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2018. — 208 с.

Программное обеспечение:

- для разработки макетов рекламной продукции: редакторы растровой, векторной графики, макетирования и верстки (например, CorelDraw, Adobe CC);
- для создания презентации (портфолио работ): Microsoft PowerPoint.

Дата выдачи задания: « ___ » _____ 20__ г.

Куратор практики от Колледжа-интерната,

куратор группы: _____/_____

Задание получил: _____/_____

Федеральное казенное профессиональное образовательное учреждение
«Новокузнецкий государственный гуманитарно-технический колледж-интернат» Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации

**ДНЕВНИК
ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ**

**Студента Бобрышева Сергея Викторовича
Специальность 42.02.01 Реклама**

Руководитель практики от предприятия _____

МП

Руководитель практики от Колледжа- интерната _____

Новокузнецк, 20__

- 1. Профессиональный модуль ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции**

Место прохождения практики:

Сроки прохождения практики: с «__» ____ 20__ г. по «__» ____ 20__ г.

2. Содержание практики

Дата	Краткое описание выполненной работы	Кол-во часов	Подпись рук-ля практики
	Ознакомление с предприятием и особенностями его работы (интернет-ресурс). Работа над теоретическим вопросом.	7ч.12мин	
	Вводный инструктаж. Организационная структура предприятия. Беседы со специалистами. Получение заданий.	7ч.12мин	
		7ч.12мин	
		7ч.12мин	
		7ч.12мин	
		7ч.12мин.	
		7ч.12мин	
		7ч.12мин	
		7ч.12мин.	
		7ч.12мин	
		7ч.12мин	

		7ч.12мин	
		7ч.12мин	
		7ч.12мин	
		7ч.12мин	
		7ч.12мин	
		7ч.12мин	
		7ч.12мин	
		7ч.12мин	
		7ч.12мин	
		7ч.12мин	
		7ч.12мин	
		7ч.12мин	
		7ч.12мин	
	Обобщение материала и оформление отчета по практике. Согласование с руководителем практики от предприятия. Подготовка отчёта по практике. Получение отзыва.	7ч.12мин	
20.12.22	Подготовка отчёта. Сдача отчёта и документов по практике руководителю практики от колледжа. Подготовка презентации к отчёту	7ч.12мин	
21.12.22	Защита отчета по практике.	7ч.12мин.	

Подпись руководителя практики от Колледжа

_____ / _____

Федеральное казённое профессиональное образовательное учреждение
«Новокузнецкий государственный гуманитарно-технический колледж-
интернат»
Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации

Специальность 42.02.01 «Реклама»

ОТЧЕТ

о результатах прохождения производственной практики по
профессиональному модулю:

ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламного продукта

обучающегося 2 курса, группы Р-_____

на предприятии: _____

с 17.11.20__ г. по 21.12.20__ г.

Руководитель практики от Колледжа-интерната: _____

Отчет защищен
с оценкой _____

ФИО ответственного лица

подпись

«__» _____ 20__ г.

Новокузнецк, 20__

Содержание отчета и критерии оценки производственной практики

По окончании практики, в установленные сроки, каждый студент должен защитить ее результаты. За прохождение производственной практики студенту выставляется в оценочную ведомость дифференцированная оценка.

Критерии дифференциации оценки по практике:

- «отлично» – содержание и оформление отчета по практике и дневника прохождения практики полностью соответствуют предъявляемым требованиям, характеристики студента положительные, ответы на вопросы комиссии по программе практики полные и точные;
- «хорошо» – при выполнении основных требований к прохождению практики и при наличии несущественных замечаний по содержанию и формам отчета и дневника, характеристики студента положительные, в ответах на вопросы комиссии по программе практики студент допускает определенные неточности, хотя в целом отвечает уверенно и имеет твердые знания;
- «удовлетворительно» – небрежное оформление отчета и дневника. Отражены все вопросы программы практики, но имеют место отдельные существенные погрешности, характеристики студента положительные, при ответах на вопросы комиссии по программе практики студент допускает ошибки;
- «неудовлетворительно» – эта оценка выставляется студенту, если в отчете освещены не все разделы программы практики, на вопросы комиссии студент не дает удовлетворительных ответов, не имеет четкого представления о функциях службы маркетинга или рекламы.

Темы теоретических вопросов практики производственной:

Тема теоретического вопроса «Этапы разработки и создания дизайна рекламного продукта». Цель исследования – изучить основные этапы разработки и создания дизайна рекламного продукта.

Теоретическая часть может включать в себя следующие пункты:

- Составление и заполнение брифа (технического задания) на разработку дизайна рекламного продукта.
- Анализ информации, формирование творческой идеи рекламного продукта.

- Подбор выразительных приемов и графического материала, составление текстов.
- Эскизирование (выполнение набросков (на бумажном носителе или в графическом редакторе)).
- Макетирование (создание макета).

Также теоретическая глава может включать и другие подразделы на усмотрение студента, но в рамках заявленной темы. Теоретическая глава входит в содержание отчета по практике.

**ЗАДАНИЯ ДЛЯ ЭКЗАМЕНА КВАЛИФИКАЦИОННОГО ПО ПМ.01
«Разработка и создание дизайна рекламной продукции»**

Федеральное казенное профессиональное образовательное учреждение
«Новокузнецкий государственный гуманитарно-технический колледж-интернат» Министерства
труда и социальной защиты Российской Федерации

Рассмотрено на заседании предметной (цикловой) комиссии протокол № _____ от _____ г. Председатель МК Осколкова Е.А.	Экзамен (квалификационный) ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1 <u>По ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции</u> Курс II группа _____ Специальность 42.02.01 Реклама	Утверждаю: заместитель директора по УР «__» _____ 201_ г. Лебедева И.П.
подпись		подпись

Оцениваемые компетенции: ПК.1.1, 1.2, 1.3, 1.4, 1.5 ОК.1-11

Условия выполнения задания:

- кабинет «Проектирование рекламного продукта»;
- время выполнения задания – 4 часа, из них:
 - ответы на вопросы теста – 45 минут;
 - выполнение практической части – 3 часа 15 минут.
- используемое оборудование: опросные листы для выполнения теоретической части задания; листы формата А4, карандаши простые для выполнения практической части задания.

Часть А. (теоретическая часть)

Ответить на вопросы теста.

Часть Б. (практическая часть)

Разработать шрифтовой логотип и изобразительный фирменный знак для компании, представленной в прилагаемом техническом задании. Предложить фирменные цвета и разработать структуру брендбука для компании.

Выполнить следующие работы:

1. **Раздел 1. Разработать шрифтовой логотип для компании** (логотип должен включать только текстовую часть – название компании). Выполнить черно-белый эскиз шрифтового логотипа на листе № 1.
2. **Раздел 2. Разработать изобразительный фирменный знак для компании** (фирменный знак должен представлять собой только изображение). Выполнить черно-белый эскиз изобразительного фирменного знака на листе № 2.
3. **Раздел 3. Обосновать идею исполнения шрифтового логотипа.**
4. **Раздел 4. Обосновать идею исполнения изобразительного фирменного знака.**
5. **Раздел 5. Предложить фирменные цвета компании.**
6. **Раздел 6. Предложить структуру брендбука для компании.**

Инструкция

1. Последовательность и условия выполнения задания (частей задания):

- 1) ответить на вопросы теста;
- 2) выполнить практическую часть;
- 3) подписать каждый лист экзаменационных материалов;
- 4) после работы привести рабочее место в порядок;
- 5) сдать готовый комплект материалов экзаменатору.

2. **Вы можете воспользоваться:** черновиками для выполнения набросков при работе над практической частью (3 листа А4 под черновик для человека). Запрещено использовать ресурсы сети Интернет.

3. **Максимальное время выполнения задания** – 4 часа.

4. Перечень раздаточных и дополнительных материалов:

- Тест (Вариант 1, 2);
- Бланки технического задания и выполнения практической части.
- Черновики А4.

«__» _____ 20__ г. Составил преподаватель: Осколкова Е.А.

Федеральное казенное профессиональное образовательное учреждение

«Новокузнецкий государственный гуманитарно-технический колледж-интернат» Министерства
труда и социальной защиты Российской Федерации

Рассмотрено на заседании предметной (цикловой) комиссии протокол № _____ от _____ г. Председатель МК Осколкова Е.А.	Экзамен (квалификационный) ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 2 <u>По ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции</u> Курс II группа _____ Специальность 42.02.01 Реклама	Утверждаю: заместитель директора по УР « ____ » _____ 201_ г. Лебедева И.П.
<i>подпись</i>		<i>подпись</i>

Оцениваемые компетенции: ПК.1.1, 1.2, 1.3, 1.4, 1.5 ОК.1-11

Условия выполнения задания:

- кабинет «Проектирование рекламного продукта»;
- время выполнения задания – 4 часа, из них:
 - ответы на вопросы теста – 45 минут;
 - выполнение практической части – 3 часа 15 минут.
- используемое оборудование: опросные листы для выполнения теоретической части задания; листы формата А4, карандаши простые для выполнения практической части задания.

Часть А. (теоретическая часть)

Ответить на вопросы теста.

Часть Б. (практическая часть)

Разработать шрифтовой логотип и изобразительный фирменный знак для компании, представленной в прилагаемом техническом задании. Предложить фирменные цвета и разработать структуру брендбука для компании.

Выполнить следующие работы:

1. **Раздел 1. Разработать шрифтовой логотип для компании** (логотип должен включать только текстовую часть – название компании). Выполнить черно-белый эскиз шрифтового логотипа на листе № 1.
2. **Раздел 2. Разработать изобразительный фирменный знак для компании** (фирменный знак должен представлять собой только изображение). Выполнить черно-белый эскиз изобразительного фирменного знака на листе № 2.
3. **Раздел 3. Обосновать идею исполнения шрифтового логотипа.**
4. **Раздел 4. Обосновать идею исполнения изобразительного фирменного знака.**
5. **Раздел 5. Предложить фирменные цвета компании.**
6. **Раздел 6. Предложить структуру брендбука для компании.**

Инструкция

1. Последовательность и условия выполнения задания (частей задания):

- 1) ответить на вопросы теста;
- 2) выполнить практическую часть;
- 3) подписать каждый лист экзаменационных материалов;
- 4) после работы привести рабочее место в порядок;
- 5) сдать готовый комплект материалов экзаменатору.

2. **Вы можете воспользоваться:** черновиками для выполнения набросков при работе над практической частью (3 листа А4 под черновик для человека). Запрещено использовать ресурсы сети Интернет.

3. **Максимальное время выполнения задания** – 4 часа.

4. **Перечень раздаточных и дополнительных материалов:**

- Тест (Вариант 1, 2);
- Бланки технического задания и выполнения практической части.
- Черновики А4.

« »

20 г.

Составил преподаватель: Осколкова Е.А.

«Новокузнецкий государственный гуманитарно-технический колледж-интернат» Министерства
труда и социальной защиты Российской Федерации

Рассмотрено на заседании предметной (цикловой) комиссии протокол № _____ от _____ г. Председатель МК Осколкова Е.А.	Экзамен (квалификационный) ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 3 По ПМ.01 <u>Разработка и создание дизайна рекламной продукции</u> Курс II группа _____ Специальность 42.02.01 Реклама	Утверждаю: заместитель директора по УР «__» _____ 201_ г. Лебедева И.П.
<i>подпись</i>		<i>подпись</i>

Оцениваемые компетенции: ПК.1.1, 1.2, 1.3, 1.4, 1.5 ОК.1-11

Условия выполнения задания:

- кабинет «Проектирование рекламного продукта»;
- время выполнения задания – 4 часа, из них:
 - ответы на вопросы теста – 45 минут;
 - выполнение практической части – 3 часа 15 минут.
- используемое оборудование: опросные листы для выполнения теоретической части задания; листы формата А4, карандаши простые для выполнения практической части задания.

Часть А. (теоретическая часть)

Ответить на вопросы теста.

Часть Б. (практическая часть)

Разработать шрифтовой логотип и изобразительный фирменный знак для компании, представленной в прилагаемом техническом задании. Предложить фирменные цвета и разработать структуру брендбука для компании.

Выполнить следующие работы:

1. **Раздел 1. Разработать шрифтовой логотип для компании** (логотип должен включать только текстовую часть – название компании). Выполнить черно-белый эскиз шрифтового логотипа на листе № 1.
2. **Раздел 2. Разработать изобразительный фирменный знак для компании** (фирменный знак должен представлять собой только изображение). Выполнить черно-белый эскиз изобразительного фирменного знака на листе № 2.
3. **Раздел 3. Обосновать идею исполнения шрифтового логотипа.**
4. **Раздел 4. Обосновать идею исполнения изобразительного фирменного знака.**
5. **Раздел 5. Предложить фирменные цвета компании.**
6. **Раздел 6. Предложить структуру брендбука для компании.**

Инструкция

1. Последовательность и условия выполнения задания (частей задания):

- 1) ответить на вопросы теста;
- 2) выполнить практическую часть;
- 3) подписать каждый лист экзаменационных материалов;
- 4) после работы привести рабочее место в порядок;
- 5) сдать готовый комплект материалов экзаменатору.

2. Вы можете воспользоваться: черновиками для выполнения набросков при работе над практической частью (3 листа А4 под черновик для человека). Запрещено использовать ресурсы сети Интернет.

3. Максимальное время выполнения задания – 4 часа.

4. Перечень раздаточных и дополнительных материалов:

- Тест (Вариант 1, 2);
- Бланки технического задания и выполнения практической части.
- Черновики А4.

«__» _____

20 г.

Составил преподаватель: Осколкова Е.А.

«Новокузнецкий государственный гуманитарно-технический колледж-интернат» Министерства
труда и социальной защиты Российской Федерации

Рассмотрено на заседании предметной (цикловой) комиссии протокол № _____ от _____ г. Председатель МК Осколкова Е.А.	Экзамен (квалификационный) ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 4 <u>По ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции</u> Курс II группа _____ Специальность 42.02.01 Реклама	Утверждаю: заместитель директора по УР « ____ » _____ 201_ г Лебедева И.П.
<i>подпись</i>		<i>подпись</i>

Оцениваемые компетенции: ПК.1.1, 1.2, 1.3, 1.4, 1.5 ОК.1-11

Условия выполнения задания:

- кабинет «Проектирование рекламного продукта»;
- время выполнения задания – 4 часа, из них:
 - ответы на вопросы теста – 45 минут;
 - выполнение практической части – 3 часа 15 минут.
- используемое оборудование: опросные листы для выполнения теоретической части задания; листы формата А4, карандаши простые для выполнения практической части задания.

Часть А. (теоретическая часть)

Ответить на вопросы теста.

Часть Б. (практическая часть)

Разработать шрифтовой логотип и изобразительный фирменный знак для компании, представленной в прилагаемом техническом задании. Предложить фирменные цвета и разработать структуру брендбука для компании.

Выполнить следующие работы:

1. **Раздел 1. Разработать шрифтовой логотип для компании** (логотип должен включать только текстовую часть – название компании). Выполнить черно-белый эскиз шрифтового логотипа на листе № 1.
2. **Раздел 2. Разработать изобразительный фирменный знак для компании** (фирменный знак должен представлять собой только изображение). Выполнить черно-белый эскиз изобразительного фирменного знака на листе № 2.
3. **Раздел 3. Обосновать идею исполнения шрифтового логотипа.**
4. **Раздел 4. Обосновать идею исполнения изобразительного фирменного знака.**
5. **Раздел 5. Предложить фирменные цвета компании.**
6. **Раздел 6. Предложить структуру брендбука для компании.**

Инструкция

1. Последовательность и условия выполнения задания (частей задания):

- 1) ответить на вопросы теста;
- 2) выполнить практическую часть;
- 3) подписать каждый лист экзаменационных материалов;
- 4) после работы привести рабочее место в порядок;
- 5) сдать готовый комплект материалов экзаменатору.

2. **Вы можете воспользоваться:** черновиками для выполнения набросков при работе над практической частью (3 листа А4 под черновик для человека). Запрещено использовать ресурсы сети Интернет.

3. **Максимальное время выполнения задания – 4 часа.**

4. Перечень раздаточных и дополнительных материалов:

- Тест (Вариант 1, 2);
- Бланки технического задания и выполнения практической части.
- Черновики А4.

« ____ »

20 ____ г.

Составил преподаватель: Осколкова Е.А.

«Новокузнецкий государственный гуманитарно-технический колледж-интернат» Министерства
труда и социальной защиты Российской Федерации

Рассмотрено на заседании предметной (цикловой) комиссии протокол № _____ от _____ г. Председатель МК Осколкова Е.А.	Экзамен (квалификационный) ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 5 <u>По ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции</u> Курс II группа _____ Специальность 42.02.01 Реклама	Утверждаю: заместитель директора по УР « ____ » _____ 201_ г Лебедева И.П.
<i>подпись</i>		<i>подпись</i>
<p>Оцениваемые компетенции: ПК.1.1, 1.2, 1.3, 1.4, 1.5 ОК.1-11 Условия выполнения задания: - кабинет «Проектирование рекламного продукта»; - время выполнения задания – 4 часа, из них: - ответы на вопросы теста – 45 минут; - выполнение практической части – 3 часа 15 минут. - используемое оборудование: опросные листы для выполнения теоретической части задания; листы формата А4, карандаши простые для выполнения практической части задания.</p> <p>Часть А. (теоретическая часть) Ответить на вопросы теста.</p> <p>Часть Б. (практическая часть) Разработать шрифтовой логотип и изобразительный фирменный знак для компании, представленной в прилагаемом техническом задании. Предложить фирменные цвета и разработать структуру брендбука для компании.</p> <p>Выполнить следующие работы:</p> <ol style="list-style-type: none">Раздел 1. Разработать шрифтовой логотип для компании (логотип должен включать только текстовую часть – название компании). Выполнить черно-белый эскиз шрифтового логотипа на листе № 1.Раздел 2. Разработать изобразительный фирменный знак для компании (фирменный знак должен представлять собой только изображение). Выполнить черно-белый эскиз изобразительного фирменного знака на листе № 2.Раздел 3. Обосновать идею исполнения шрифтового логотипа.Раздел 4. Обосновать идею исполнения изобразительного фирменного знака.Раздел 5. Предложить фирменные цвета компании.Раздел 6. Предложить структуру брендбука для компании. <p>Инструкция</p> <p>1. Последовательность и условия выполнения задания (частей задания):</p> <ol style="list-style-type: none">б) ответить на вопросы теста; 1) выполнить практическую часть; 2) подписать каждый лист экзаменационных материалов; 3) после работы привести рабочее место в порядок; 4) сдать готовый комплект материалов экзаменатору. <p>2. Вы можете воспользоваться: черновиками для выполнения набросков при работе над практической частью (3 листа А4 под черновик для человека). Запрещено использовать ресурсы сети Интернет.</p> <p>3. Максимальное время выполнения задания – 4 часа.</p> <p>4. Перечень раздаточных и дополнительных материалов:</p> <ul style="list-style-type: none">- Тест (Вариант 1, 2);- Бланки технического задания и выполнения практической части.- Черновики А4. <p align="right">« ____ » _____ 20_ г. Составил преподаватель: Осколкова Е.А.</p>		

«Новокузнецкий государственный гуманитарно-технический колледж-интернат» Министерства
труда и социальной защиты Российской Федерации

Рассмотрено на заседании предметной (цикловой) комиссии протокол № _____ от _____ г. Председатель МК Осколкова Е.А.	Экзамен (квалификационный) ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 6 <u>По ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции</u> Курс II группа _____ Специальность 42.02.01 Реклама	Утверждаю: заместитель директора по УР « ____ » _____ 201_ г. Лебедева И.П.
<i>подпись</i>		<i>подпись</i>

Оцениваемые компетенции: ПК.1.1, 1.2, 1.3, 1.4, 1.5 ОК.1-11

Условия выполнения задания:

- кабинет «Проектирование рекламного продукта»;
- время выполнения задания – 4 часа, из них:
 - ответы на вопросы теста – 45 минут;
 - выполнение практической части – 3 часа 15 минут.
- используемое оборудование: опросные листы для выполнения теоретической части задания; листы формата А4, карандаши простые для выполнения практической части задания.

Часть А. (теоретическая часть)

Ответить на вопросы теста.

Часть Б. (практическая часть)

Разработать шрифтовой логотип и изобразительный фирменный знак для компании, представленной в прилагаемом техническом задании. Предложить фирменные цвета и разработать структуру брендбука для компании.

Выполнить следующие работы:

1. **Раздел 1. Разработать шрифтовой логотип для компании** (логотип должен включать только текстовую часть – название компании). Выполнить черно-белый эскиз шрифтового логотипа на листе № 1.
2. **Раздел 2. Разработать изобразительный фирменный знак для компании** (фирменный знак должен представлять собой только изображение). Выполнить черно-белый эскиз изобразительного фирменного знака на листе № 2.
3. **Раздел 3. Обосновать идею исполнения шрифтового логотипа.**
4. **Раздел 4. Обосновать идею исполнения изобразительного фирменного знака.**
5. **Раздел 5. Предложить фирменные цвета компании.**
6. **Раздел 6. Предложить структуру брендбука для компании.**

Инструкция

1. Последовательность и условия выполнения задания (частей задания):

- 1) ответить на вопросы теста;
- 2) выполнить практическую часть;
- 3) подписать каждый лист экзаменационных материалов;
- 4) после работы привести рабочее место в порядок;
- 5) сдать готовый комплект материалов экзаменатору.

2. **Вы можете воспользоваться:** черновиками для выполнения набросков при работе над практической частью (3 листа А4 под черновик для человека). Запрещено использовать ресурсы сети Интернет.

3. **Максимальное время выполнения задания** – 4 часа.

4. Перечень раздаточных и дополнительных материалов:

- Тест (Вариант 1, 2);
- Бланки технического задания и выполнения практической части.
- Черновики А4.

« ____ » _____ 20_ г.

Составил преподаватель: Осколкова Е.А.

«Новокузнецкий государственный гуманитарно-технический колледж-интернат» Министерства
труда и социальной защиты Российской Федерации

Рассмотрено на заседании предметной (цикловой) комиссии протокол № _____ от _____ г. Председатель МК Осколкова Е.А.	Экзамен (квалификационный) ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 7 <u>По ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции</u> Курс II группа _____ Специальность 42.02.01 Реклама	Утверждаю: заместитель директора по УР «__» _____ 201_ г. Лебедева И.П.
подпись		подпись
<p>Оцениваемые компетенции: ПК.1.1, 1.2, 1.3, 1.4, 1.5 ОК.1-11 Условия выполнения задания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - кабинет «Проектирование рекламного продукта»; - время выполнения задания – 4 часа, из них: <ul style="list-style-type: none"> - ответы на вопросы теста – 45 минут; - выполнение практической части – 3 часа 15 минут. - используемое оборудование: опросные листы для выполнения теоретической части задания; листы формата А4, карандаши простые для выполнения практической части задания. <p>Часть А. (теоретическая часть) Ответить на вопросы теста.</p> <p>Часть Б. (практическая часть) Разработать шрифтовой логотип и изобразительный фирменный знак для компании, представленной в прилагаемом техническом задании. Предложить фирменные цвета и разработать структуру брендбука для компании.</p> <p>Выполнить следующие работы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Раздел 1. Разработать шрифтовой логотип для компании (логотип должен включать только текстовую часть – название компании). Выполнить черно-белый эскиз шрифтового логотипа на листе № 1. 2. Раздел 2. Разработать изобразительный фирменный знак для компании (фирменный знак должен представлять собой только изображение). Выполнить черно-белый эскиз изобразительного фирменного знака на листе № 2. 3. Раздел 3. Обосновать идею исполнения шрифтового логотипа. 4. Раздел 4. Обосновать идею исполнения изобразительного фирменного знака. 5. Раздел 5. Предложить фирменные цвета компании. 6. Раздел 6. Предложить структуру брендбука для компании. <p>Инструкция</p> <p>1. Последовательность и условия выполнения задания (частей задания):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) ответить на вопросы теста; 2) выполнить практическую часть; 3) подписать каждый лист экзаменационных материалов; 4) после работы привести рабочее место в порядок; 5) сдать готовый комплект материалов экзаменатору. <p>2. Вы можете воспользоваться: черновиками для выполнения набросков при работе над практической частью (3 листа А4 под черновик для человека). Запрещено использовать ресурсы сети Интернет.</p> <p>3. Максимальное время выполнения задания – 4 часа.</p> <p>4. Перечень раздаточных и дополнительных материалов:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Тест (Вариант 1, 2); - Бланки технического задания и выполнения практической части. - Черновики А4. <p align="right">«__» _____ 20_ г. Составил преподаватель: Осколкова Е.А.</p>		

«Новокузнецкий государственный гуманитарно-технический колледж-интернат» Министерства
труда и социальной защиты Российской Федерации

Рассмотрено на заседании предметной (цикловой) комиссии протокол № _____ от _____ г. Председатель МК Осколкова Е.А.	Экзамен (квалификационный) ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 8 По ПМ.01 <u>Разработка и создание дизайна рекламной продукции</u> Курс II группа _____ Специальность 42.02.01 Реклама	Утверждаю: заместитель директора по УР « ____ » _____ 201_ г. Лебедева И.П.
<i>подпись</i>		<i>подпись</i>

Оцениваемые компетенции: ПК.1.1, 1.2, 1.3, 1.4, 1.5 ОК.1-11

Условия выполнения задания:

- кабинет «Проектирование рекламного продукта»;
- время выполнения задания – 4 часа, из них:
 - ответы на вопросы теста – 45 минут;
 - выполнение практической части – 3 часа 15 минут.
- используемое оборудование: опросные листы для выполнения теоретической части задания; листы формата А4, карандаши простые для выполнения практической части задания.

Часть А. (теоретическая часть)

Ответить на вопросы теста.

Часть Б. (практическая часть)

Разработать шрифтовой логотип и изобразительный фирменный знак для компании, представленной в прилагаемом техническом задании. Предложить фирменные цвета и разработать структуру брендбука для компании.

Выполнить следующие работы:

1. **Раздел 1. Разработать шрифтовой логотип для компании** (логотип должен включать только текстовую часть – название компании). Выполнить черно-белый эскиз шрифтового логотипа на листе № 1.
2. **Раздел 2. Разработать изобразительный фирменный знак для компании** (фирменный знак должен представлять собой только изображение). Выполнить черно-белый эскиз изобразительного фирменного знака на листе № 2.
3. **Раздел 3. Обосновать идею исполнения шрифтового логотипа.**
4. **Раздел 4. Обосновать идею исполнения изобразительного фирменного знака.**
5. **Раздел 5. Предложить фирменные цвета компании.**
6. **Раздел 6. Предложить структуру брендбука для компании.**

Инструкция

1. Последовательность и условия выполнения задания (частей задания):

- 1) ответить на вопросы теста;
- 2) выполнить практическую часть;
- 3) подписать каждый лист экзаменационных материалов;
- 4) после работы привести рабочее место в порядок;
- 5) сдать готовый комплект материалов экзаменатору.

2. **Вы можете воспользоваться:** черновиками для выполнения набросков при работе над практической частью (3 листа А4 под черновик для человека). Запрещено использовать ресурсы сети Интернет.

3. **Максимальное время выполнения задания – 4 часа.**

4. Перечень раздаточных и дополнительных материалов:

- Тест (Вариант 1, 2);
- Бланки технического задания и выполнения практической части.
- Черновики А4.

« ____ »

20 г.

Составил преподаватель: Осколкова Е.А.

«Новокузнецкий государственный гуманитарно-технический колледж-интернат» Министерства
труда и социальной защиты Российской Федерации

Рассмотрено на заседании предметной (цикловой) комиссии протокол № _____ от _____ г. Председатель МК Осколкова Е.А.	Экзамен (квалификационный) ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 9 <u>По ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции</u> Курс II группа _____ Специальность 42.02.01 Реклама	Утверждаю: заместитель директора по УР «__» _____ 201_ г Лебедева И.П.
<i>подпись</i>		<i>подпись</i>

Оцениваемые компетенции: ПК.1.1, 1.2, 1.3, 1.4, 1.5 ОК.1-11

Условия выполнения задания:

- кабинет «Проектирование рекламного продукта»;
- время выполнения задания – 4 часа, из них:
 - ответы на вопросы теста – 45 минут;
 - выполнение практической части – 3 часа 15 минут.
- используемое оборудование: опросные листы для выполнения теоретической части задания; листы формата А4, карандаши простые для выполнения практической части задания.

Часть А. (теоретическая часть)

Ответить на вопросы теста.

Часть Б. (практическая часть)

Разработать шрифтовой логотип и изобразительный фирменный знак для компании, представленной в прилагаемом техническом задании. Предложить фирменные цвета и разработать структуру брендбука для компании.

Выполнить следующие работы:

1. **Раздел 1. Разработать шрифтовой логотип для компании** (логотип должен включать только текстовую часть – название компании). Выполнить черно-белый эскиз шрифтового логотипа на листе № 1.
2. **Раздел 2. Разработать изобразительный фирменный знак для компании** (фирменный знак должен представлять собой только изображение). Выполнить черно-белый эскиз изобразительного фирменного знака на листе № 2.
3. **Раздел 3. Обосновать идею исполнения шрифтового логотипа.**
4. **Раздел 4. Обосновать идею исполнения изобразительного фирменного знака.**
5. **Раздел 5. Предложить фирменные цвета компании.**
6. **Раздел 6. Предложить структуру брендбука для компании.**

Инструкция

1. Последовательность и условия выполнения задания (частей задания):

- 1) ответить на вопросы теста;
- 2) выполнить практическую часть;
- 3) подписать каждый лист экзаменационных материалов;
- 4) после работы привести рабочее место в порядок;
- 5) сдать готовый комплект материалов экзаменатору.

2. **Вы можете воспользоваться:** черновиками для выполнения набросков при работе над практической частью (3 листа А4 под черновик для человека). Запрещено использовать ресурсы сети Интернет.

3. **Максимальное время выполнения задания** – 4 часа.

4. **Перечень раздаточных и дополнительных материалов:**

- Тест (Вариант 1, 2);
- Бланки технического задания и выполнения практической части.
- Черновики А4.

«__» _____ 20__ г.

Составил преподаватель: Осколкова Е.А.

«Новокузнецкий государственный гуманитарно-технический колледж-интернат» Министерства
труда и социальной защиты Российской Федерации

Рассмотрено на заседании предметной (цикловой) комиссии протокол № _____ от _____ г. Председатель МК Осколкова Е.А.	Экзамен (квалификационный) ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 10 По ПМ.01 <u>Разработка и создание дизайна рекламной продукции</u> Курс II группа _____ Специальность 42.02.01 Реклама	Утверждаю: заместитель директора по УР « _____ » _____ 201_ г Лебедева И.П.
<i>подпись</i>		<i>подпись</i>
<p>Оцениваемые компетенции: ПК.1.1, 1.2, 1.3, 1.4, 1.5 ОК.1-11 Условия выполнения задания: - кабинет «Проектирование рекламного продукта»; - время выполнения задания – 4 часа, из них: - ответы на вопросы теста – 45 минут; - выполнение практической части – 3 часа 15 минут. - используемое оборудование: опросные листы для выполнения теоретической части задания; листы формата А4, карандаши простые для выполнения практической части задания.</p> <p>Часть А. (теоретическая часть) Ответить на вопросы теста.</p> <p>Часть Б. (практическая часть) Разработать шрифтовой логотип и изобразительный фирменный знак для компании, представленной в прилагаемом техническом задании. Предложить фирменные цвета и разработать структуру брендбука для компании.</p> <p>Выполнить следующие работы:</p> <ol style="list-style-type: none">Раздел 1. Разработать шрифтовой логотип для компании (логотип должен включать только текстовую часть – название компании). Выполнить черно-белый эскиз шрифтового логотипа на листе № 1.Раздел 2. Разработать изобразительный фирменный знак для компании (фирменный знак должен представлять собой только изображение). Выполнить черно-белый эскиз изобразительного фирменного знака на листе № 2.Раздел 3. Обосновать идею исполнения шрифтового логотипа.Раздел 4. Обосновать идею исполнения изобразительного фирменного знака.Раздел 5. Предложить фирменные цвета компании.Раздел 6. Предложить структуру брендбука для компании. <p>Инструкция</p> <p>1. Последовательность и условия выполнения задания (частей задания):</p> <ol style="list-style-type: none">ответить на вопросы теста;выполнить практическую часть;подписать каждый лист экзаменационных материалов;после работы привести рабочее место в порядок;сдать готовый комплект материалов экзаменатору. <p>2. Вы можете воспользоваться: черновиками для выполнения набросков при работе над практической частью (3 листа А4 под черновик для человека). Запрещено использовать ресурсы сети Интернет.</p> <p>3. Максимальное время выполнения задания – 4 часа.</p> <p>4. Перечень раздаточных и дополнительных материалов:</p> <ul style="list-style-type: none">- Тест (Вариант 1, 2);- Бланки технического задания и выполнения практической части.- Черновики А4. <p align="right">« _____ » _____ 20_ г. Составил преподаватель: Осколкова Е.А.</p>		

«Новокузнецкий государственный гуманитарно-технический колледж-интернат» Министерства
труда и социальной защиты Российской Федерации

Рассмотрено на заседании предметной (цикловой) комиссии протокол № _____ от _____ г. Председатель МК Осколкова Е.А.	Экзамен (квалификационный) ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 12 <u>По ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции</u> Курс II группа _____ Специальность 42.02.01 Реклама	Утверждаю: заместитель директора по УР « ____ » _____ 201_ г Лебедева И.П.
<i>подпись</i>		<i>подпись</i>

Оцениваемые компетенции: ПК.1.1, 1.2, 1.3, 1.4, 1.5 ОК.1-11

Условия выполнения задания:

- кабинет «Проектирование рекламного продукта»;
- время выполнения задания – 4 часа, из них:
 - ответы на вопросы теста – 45 минут;
 - выполнение практической части – 3 часа 15 минут.
- используемое оборудование: опросные листы для выполнения теоретической части задания; листы формата А4, карандаши простые для выполнения практической части задания.

Часть А. (теоретическая часть)

Ответить на вопросы теста.

Часть Б. (практическая часть)

Разработать шрифтовой логотип и изобразительный фирменный знак для компании, представленной в прилагаемом техническом задании. Предложить фирменные цвета и разработать структуру брендбука для компании.

Выполнить следующие работы:

1. **Раздел 1. Разработать шрифтовой логотип для компании** (логотип должен включать только текстовую часть – название компании). Выполнить черно-белый эскиз шрифтового логотипа на листе № 1.
2. **Раздел 2. Разработать изобразительный фирменный знак для компании** (фирменный знак должен представлять собой только изображение). Выполнить черно-белый эскиз изобразительного фирменного знака на листе № 2.
3. **Раздел 3. Обосновать идею исполнения шрифтового логотипа.**
4. **Раздел 4. Обосновать идею исполнения изобразительного фирменного знака.**
5. **Раздел 5. Предложить фирменные цвета компании.**
6. **Раздел 6. Предложить структуру брендбука для компании.**

Инструкция

1. Последовательность и условия выполнения задания (частей задания):

- 1) ответить на вопросы теста;
- 2) выполнить практическую часть;
- 3) подписать каждый лист экзаменационных материалов;
- 4) после работы привести рабочее место в порядок;
- 5) сдать готовый комплект материалов экзаменатору.

2. Вы можете воспользоваться: черновиками для выполнения набросков при работе над практической частью (3 листа А4 под черновик для человека). Запрещено использовать ресурсы сети Интернет.

3. Максимальное время выполнения задания – 4 часа.

4. Перечень раздаточных и дополнительных материалов:

- Тест (Вариант 1, 2);
- Бланки технического задания и выполнения практической части.
- Черновики А4.

« ____ »

20 г.

Составил преподаватель: Осколкова Е.А.

ЧАСТЬ «А» (теоретическая часть).

ТЕСТЫ ДЛЯ ЭКЗАМЕНА КВАЛИФИКАЦИОННОГО ПО ПМ.01 РАЗРАБОТКА И СОЗДАНИЕ ДИЗАЙНА РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ

ВАРИАНТ № 1

Инструкция по выполнению задания: ответить на вопросы теста, в каждом вопросе выбрать только **один** правильный ответ (отметить любым способом: обвести, подчеркнуть и т.п.).

1. Выберите определение термина «дизайн»:
А) проектирование эстетических свойств промышленных изделий;
Б) производство объектов окружающей действительности;
В) художественное оформление ландшафта и интерьера.
2. Направление дизайна, задачами которого является реализация эстетической и коммуникативной функции проектируемого объекта – это:
А) ландшафтный дизайн; Б) футуро-дизайн;
В) графический дизайн.
3. Концепция – это:
А) центральное предложение рекламного обращения;
Б) основная идея, ведущий замысел;
В) эскизное решение рекламного продукта.
4. Упрощённый и относительно устойчивый образ или представление о явлении, событии, людях или социальных группах – это:
А) шаблон; Б) архетип; В) стереотип.
5. К какому направлению дизайна можно отнести разработку книжной продукции:
А) графический дизайн; Б) промышленный дизайн;
В) информационный дизайн.
6. Какая информация необходима для разработки конкретного рекламного продукта:
А) достаточно названия рекламируемого объекта;
Б) информация о товаре, производителе, потребителе, конкретном рекламном предложении;
В) информация о наградах рекламодателя.
7. Разработка фирменного стиля относится к какому направлению дизайна:
А) информационный; Б) ландшафтный; В) графический.
8. Как называется операция по выравниваю текста:
А) форматирование; Б) трекинг;
В) выключка; Г) позиционирование.
9. Особенностью латинских шрифтов является:
А) наличие засечек и контрастные вертикальные и горизонтальные штрихи;
Б) наличие засечек;
В) наличие засечек и одинаковая толщина штрихов буквы.
10. Для каких групп шрифтов характерно наличие засечек:
А) латинские и декоративные;
Б) рукописные и брусковые;
В) брусковые и латинские.

11. Назначение латинских шрифтов:
 А) написание основных текстов;
 Б) выделение отдельных слов и абзацев;
 В) оформление афиш, плакатов.
12. Для текстов рекламной продукции чаще всего используют (*выберите нужный шрифт*) шрифт, т.к. он обеспечивает более современный вид текста:
 А) латинский; Б) рубленый;
 В) стилизованный.
13. Рекламный образ обязательно должен быть представлен фотографией товара?
 А) да Б) нет
14. Информация о рекламируемом товаре не может быть передана через рекламный образ:
 А) верно; Б) неверно;
15. Гендерный стереотип это:
 А) модель поведения, зависящая от возраста человека;
 Б) обобщенное представление о социальных ролях мужчин и женщин;
 В) распределение ролей в семье.
16. Одним из основных требований к проведению мозгового штурма является:
 А) наличие более 15 человек в группе;
 Б) отсутствие критики в процессе анализа и отбора идей;
 В) отсутствие критики в процессе предложения идей.
1. Метод, в основе которого лежит перенос свойств случайных объектов на разрабатываемый объект, называется:
 А) метод локальных объектов;
 Б) метод случайных объектов;
 В) метод фокальных объектов.
2. Продемонстрируйте композиционный прием «ритм»:

3. Какие элементы могут служить рамкой в закрытой композиции рекламного обращения:

4. В чем заключается сходство и различие понятий «креатив» и «творчество»:

Правильных ответов: _____ Оценка: _____

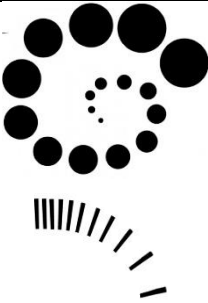
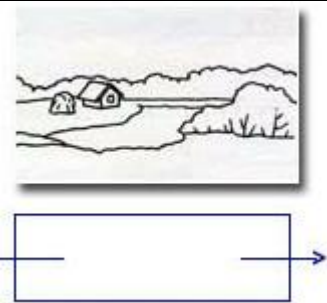
Проверяющий: преподаватель Осколкова Е.А. _____

ВАРИАНТ № 2

Инструкция по выполнению задания: ответить на вопросы теста, в каждом вопросе выбрать только **один** правильный ответ (отметить любым способом: обвести, подчеркнуть и т.п.).

1. Деятельность проектированию эстетических свойств объектов окружающей действительности – это:
А) визуализация; Б) дизайн; В) искусство.
2. Выберите определение термина «графический дизайн»:
А) разработка внешнего вида упаковочной продукции;
Б) художественно-проектная деятельность по созданию оригиналов (объектов), предназначенных для массового воспроизведения;
В) разработка и создание иллюстраций для книжной продукции
3. Ведущий замысел в технической, художественной и других видах деятельности – это:
А) сценарий; Б) план; В) концепция.
4. Выберите определение термина «стереотип»:
А) упрощённый и относительно устойчивый образ явления, события, людей или некой социальной группы;
Б) представление о конкретном человеке;
В) часто меняющееся представление о событиях.
5. К какому направлению дизайна можно отнести изготовление бытовой техники:
А) графический дизайн; Б) промышленный дизайн;
В) информационный дизайн.
6. Работа над созданием рекламного продукта начинается с:
А) заполнения технического задания;
Б) изучения свойств рекламируемого объекта;
В) составления ключевого рекламного предложения.
7. Что является базовым элементом, отправной точкой разработки фирменного стиля:
А) фирменный блок; Б) фирменный цвет;
В) фирменный знак.
8. Основные варианты выравнивания текста:
А) по ширине, по вертикали, по горизонтали;
Б) по ширине, по левому краю, по центру; по вертикали;
В) по ширине, по левому краю, по правому краю;
Г) по левому краю, по центру, по правому краю, по ширине.
9. Особенностью рубленных шрифтов является:
А) низкая контрастность;
Б) отсутствие засечек и относительно одинаковая толщина вертикальных и горизонтальных шрифтов;
В) низкая контрастность и наличие засечек.
10. Брусковые шрифты сочетают в себе качества:
А) латинских и декоративных шрифтов;
Б) рукописных и рубленных шрифтов;
В) латинских и рубленных шрифтов.
11. Латинские шрифты чаще всего используют для написания больших объемов текста, так как:

Ключ для тестов теоретической части экзамена квалификационного по
 ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции

Вариант 1		Вариант 2	
№ вопроса	Ответ	№ вопроса	Ответ
1	А	1	Б
2	В	2	Б
3	Б	3	В
4	В	4	А
5	А	5	Б
6	Б	6	А
7	В	7	В
8	В	8	Г
9	А	9	Б
10	В	10	В
11	А	11	В
12	Б	12	А
13	Б	13	А
14	Б	14	Б
15	Б	15	А
16	В	16	А
17	В	17	А
18		18	
19	Декоративные рамки, линии, типографские линейки, объекты, являющиеся частью иллюстрации и размещенные по краям формата и т.п.	19	Для создания активной, динамичной композиции рекламного обращения, через чередование иллюстраций, надписей, других элементов, через набор изображений, расположенных через определенные промежутки (например, макет «мультиреклама» или «комикс»)
20	Неотъемлемой частью «креатива» является его направленность на конкретного потребителя, разработка творческого решения, которое бы способствовало решению	20	Неотъемлемой частью «креатива» является его направленность на конкретного потребителя, разработка творческого решения, которое бы способствовало решению

	маркетинговых и сбытовых задач. Творчество же более свободно в плане самовыражения, не преследует цели – получить выгоду.			маркетинговых и сбытовых задач. Творчество же более свободно в плане самовыражения, не преследует цели – получить выгоду.
--	---	--	--	---

Критерии оценки теоретической части экзамена квалификационного по ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции:

Критерии оценки теоретической части			
<i>№</i>	<i>Кол-во правильных ответов</i>	<i>Вес критерия</i>	<i>Оценка</i>
1.	10-14 правильных ответов	50-74 %	удовлетворительно
2.	15-17 правильных ответов	75-89 %	хорошо
3.	18-20 правильных ответов	90-100 %	отлично

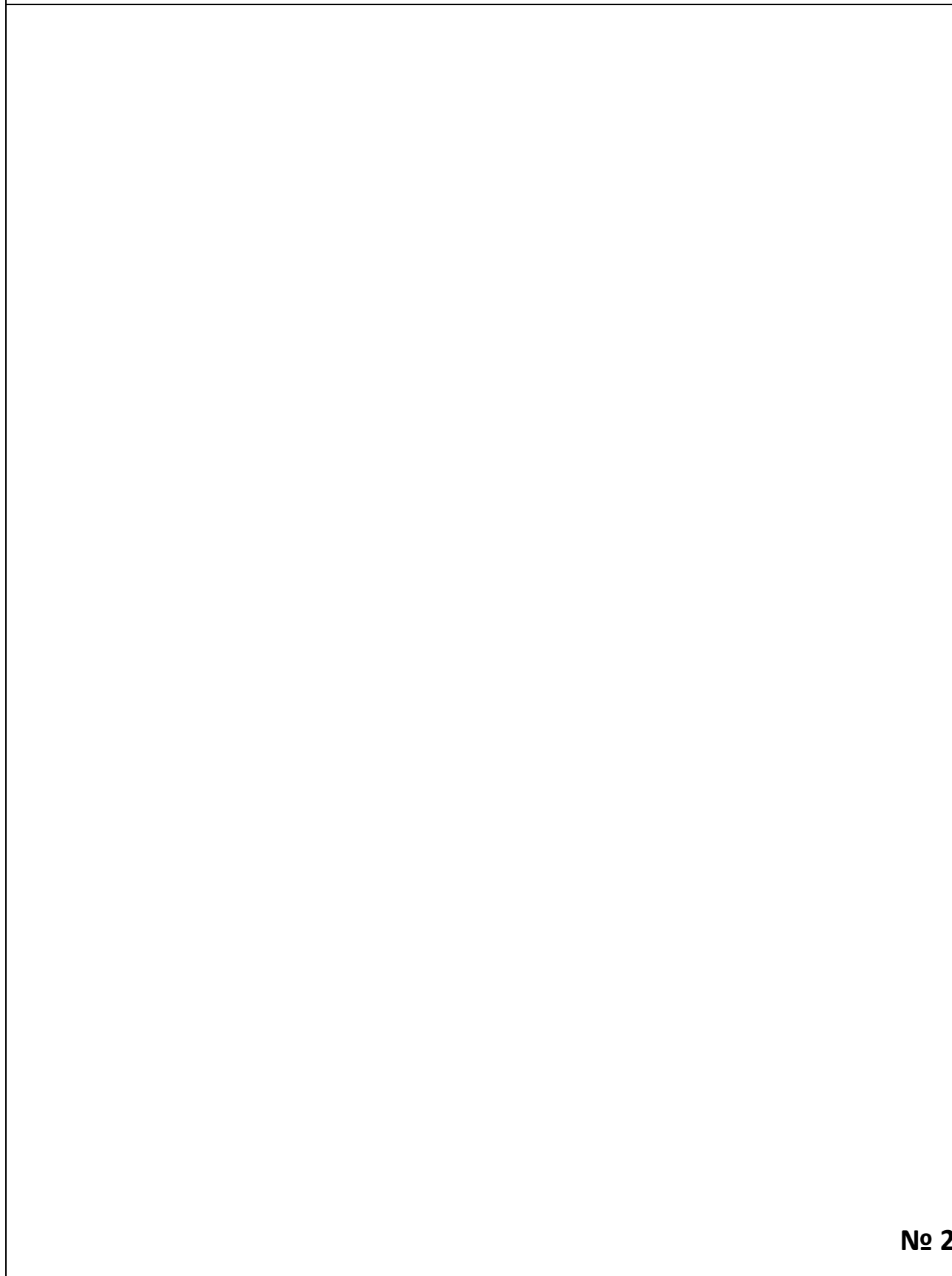
ЧАСТЬ Б (практическая часть).
ЗАДАНИЯ ДЛЯ ЭКЗАМЕНА КВАЛИФИКАЦИОННОГО
ПО ПМ.01 «РАЗРАБОТКА И СОЗДАНИЕ ДИЗАЙНА РЕКЛАМНОЙ
ПРОДУКЦИИ»

Экзамен квалификационный по ПМ.01 «Разработка и создание дизайна рекламной продукции» Практическая часть	ФИО студента:	
	Группа _____	42.02.01 Реклама

Раздел 1. Выполнение эскиза шрифтового логотипа

Экзамен квалификационный по ПМ.01 «Разработка и создание дизайна рекламной продукции» Практическая часть	ФИО студента:	
	Группа _____	42.02.01 Реклама

Раздел 2. Выполнение эскиза изобразительного фирменного знака



Практическая часть. Экзамен квалификационный по
ПМ.01 «Разработка и создание дизайна рекламной продукции»

ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ
на разработку шрифтового логотипа и графического знака

Информация о компании

Наименование компании	«ОфисМаг»
Сфера деятельности компании	гипермаркеты и супермаркеты товаров для офиса, учебы и творчества по низким ценам с широким перечнем дополнительных платных услуг.
Перечень товаров	- канцелярские принадлежности и товары для офиса; - канцелярия для школьников и студентов; - товары для творчества
Потребители услуг	- юридические лица; - физические лица (школьники, студенты, родители с детьми; люди творческих профессий).

Информация о заказе

Объект разработки № 1	Шрифтовой логотип: название компании
Объект разработки № 2	Изобразительный фирменный знак: любое изображение, отвечающее требованиям задания.

Пожелания по дизайну фирменного знака

Смысловое наполнение логотипа и знака	Кредо компании – «организация порядка из хаоса». Ключевые характеристики компании: организованность, системность, простота поиска, легкость и доступность для понимания. Все необходимое сосредоточено в одном месте и удовлетворит потребности как офисного работника, так и художника.
Стиль исполнения, шрифтовое решение	Визуальное решение знака должно привлекать внимание, быть современным, «чистым» (не перегруженным значительным количеством элементов).

Алгоритм выполнения задания:

- 1) изучить представленное техническое задание;
 - 2) разработать творческую идею для шрифтового логотипа и изобразительно фирменного знака;
 - 3) проработать варианты шрифтовых логотипов и изобразительных фирменных знаков (на черновике), оценить и выбрать по одному варианту, наиболее полно отвечающих требованиям задания;
 - 4) выполнить эскизы на выданных бланке в соответствующих разделах (Раздел 1 – шрифтовой логотип; Раздел 2 – изобразительный фирменный знак). Эскизы выполняются простым карандашом, в монохромном варианте.
 - 5) заполнить Разделы 3, 4, 5, 6;
 - 6) подписать листы задания и сдать на проверку.
- Максимальное время выполнения задания: 3 часа 15 минут.

Критерии оценки выполнения заданий экзамена квалификационного по
ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции:

Критерии оценки теоретической части			
<i>№</i>	<i>Кол-во правильных ответов</i>	<i>Вес критерия</i>	<i>Оценка</i>
1.	10-14 правильных ответов	50-74 %	удовлетворительно
2.	15-17 правильных ответов	75-89 %	хорошо
3.	18-20 правильных ответов	90-100 %	отлично
Критерии оценки практической части			
<i>№</i>	<i>Наименование критерия</i>	<i>Кол-во баллов</i>	<i>Оценка</i>
1.			3 – 3,5 балла – удовлетворительно 4 – 4,5 балла – хорошо 5 баллов – отлично
2.	Соответствие шрифтовой части ФЗ требованиям задания	Соответствует – 1 Не соответст. – 0 Частичное соответствие – 0,5	
3.	Соответствие графической части ФЗ требованиям задания	Соответствует – 1 Не соответст. – 0 Частичное соответствие – 0,5	
4.	Качество визуального исполнения ФЗ (читаемость, аккуратность, выдержанная композиция)	От 0 до 1 балла	
5.	Заполнение блоков обоснования выбора графической идеи, шрифтового и цветового решения	Заполнено – 1 Не заполнено – 0 Частичное заполнение – 0,5	

Оценочные листы заданий экзамена квалификационного по ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции

№	ФИО студента	Оценка теоретической части	Оценка практической части	Итоговая оценка
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				
6.				
7.				
8.				
9.				

Примечание: Итоговая оценка переносится в ведомость промежуточной аттестации.

Члены комиссии:

_____/_____
_____/_____
_____/_____
_____/_____
_____/_____

« ____ » _____ 2018 г.

1. Перечень вопросов (с перечнем справочной литературы и других источников информации)

Вопросы для квалификационного экзамена по ПМ.01 «Разработка и создание дизайна рекламной продукции»

1. Понятие дизайна.
2. Понятие графического дизайна.
3. Направления дизайна.
4. Направления и объекты графического дизайна.
5. Понятие «креатив» и «творчество». Сходство, различие.
6. Понятие и функции эстетики в дизайне.
7. Перечислите стили и стилевые направления в искусстве и дизайне 20 века.
8. Назвать основные стилевые черты следующих направлений: абстракционизм, кубизм, супрематизм, сюрреализм, оп-арт, поп-арт, импрессионизм.
9. Что такое композиция и для чего она нужна.
10. Виды композиции в рекламе.
11. Приемы композиции.
12. Значение цвета в рекламе.
13. Понятие цветовой гармонии, ее виды и особенности использования.
14. Понятие шрифта. Основные характеристики шрифта (гарнитура, начертание, трекинг, кегль, пропорциональность, контрастность).
15. Классификация шрифтов (латинские, рубленые, брусковые, декоративные, рукописные).
16. Понятие «кернинг» и его назначение.
17. Выключка текста и ее виды.
18. Рекламный образ: понятие и назначение.
19. Стереотипы в рекламе: понятие стереотипа, гендерные стереотипы в рекламе
20. Понятие «концепция»: ее роль в разработке рекламного продукта

21. Какой маркетинговой информацией необходимо обладать, чтобы приступить к разработке конкретного рекламного продукта.
22. Что такое «мозговой штурм»? Правила его проведения.
23. Охарактеризуйте метод «слома стереотипов».
24. Охарактеризуйте метод «РАМ-проводника».
25. Охарактеризуйте метод фокальных объектов.

Дополнительные вопросы

МДК.01.01 «Художественное проектирование рекламного продукта»

1. Понятие дизайна. Становление и развития дизайна в мире и России (основные вехи истории дизайна).
2. Национальные модели дизайна. Советский дизайн (школы дизайна, характерные особенности советского дизайна, реклама и пропаганда).
3. Национальные модели дизайна. Скандинавский дизайн (характерные особенности скандинавского дизайна, функционализм и рационализм, Икеа).
4. Направления дизайна и их характеристика: промышленный, графический, информационный дизайн, web-дизайн, дизайн интерьеров, ландшафтный дизайн, архитектурный дизайн
5. Графический дизайн: понятие, разделы графического дизайна (типографика, фирменный стиль, визуальные коммуникации, в том числе системы ориентации (навигационные и иные пиктограммы), плакатная продукция, упаковка, веб-дизайна, визуальный стиль телевизионных передач и других продуктов СМИ. Основные продукты графического дизайна.
6. Социокультурные факторы развития графического дизайна: потребительский фактор, культурно-символический фактор, информационный фактор,

7. Рекламный образ. Естественная и проектная условность рекламного образа. Популярные рекламные образы.
8. Особенности восприятия рекламной информации потребителем.
9. Приемы композиции в рекламе.
10. Общая теория цвета. Цветовые гармонии. Эмоционально-пространственные свойства цвета.
11. Шрифт как основа графического дизайна. Основные характеристики шрифтов.
12. Классификация шрифтов: текстовые, выделительные; латинские, рубленые, брусковые, рукописные, декоративные.
13. Кодирование информации: знаки, символы, эмблемы. История становления фирменной символики.
14. Фирменный знак: понятие, классификация, назначение, особенности проектирования.
15. Технический паспорт элементов фирменного стиля (Брендбук): назначение брендбука, его структура и содержание.
16. Понятия «макетирование» и «верстка». Типичные ошибки верстки и приемы их исправления. Правила верстки.
17. Понятие «модульной сетки». Элементы макета и их краткая характеристика: поля, колонки, колонтитулы, подрисуночные надписи, выноски, сноски, линейки, отточия, рубрики, графики, диаграммы, таблицы и т.п.
18. Рекламная графика: рисунок, оформительская графика, чертеж, деловая графика, фотография.

МДК.01.02 «Разработка творческой концепции рекламного продукта»

1. Понятие «концепция». Информационная база для разработки творческой концепции рекламного продукта (маркетинговая информация о рынке, потребителях, торговой марке и т.п.).

2. Этапы разработки творческой концепции рекламного продукта (сбор информации о рекламируемом объекте, концентрация на поставленной проблеме, инкубация идей, инсайт, анализ и доработка идеи) .
3. Формы креатива в рекламном творчестве (коммуникативный образ - имидж, слоган, рекламный текст; решение системы средств коммуникации - новые способы передачи сообщения потребителю; техника или стиль воплощения рекламного продукта).
4. Функции рекламного креатива (способствует созданию и поддержке покупательского интереса, формирует доверие к бренду, привлекает внимание и вызывает интерес к сообщениям, формирует позитивное отношение к торговой марке, создает позитивные ассоциации между рекламой и товаром, располагает к покупке, ускоряет и увеличивает продажи, позволяет экономить рекламный бюджет, создавая оригинальный и запоминающийся образ).
5. Проблематика рекламного творчества (нет общепринятых технологий объективной оценки, соотношение личного вклада создателя рекламы в конечный результат, направленный на массового потребителя, проблемы оплаты услуг по разработке креатива, жесткая регламентация по времени).
6. Бриф: понятие, структура (что должен содержать бриф на разработку любого рекламного продукт), для чего заполняется бриф.
7. Качества, которыми должен обладать специалист, работающий в рекламе (любопытство, воображение, способность к эмпатии, гибкость, коммуникабельность, энергичный склад ума, способность к запоминанию большого количества информации и анализу, наблюдательность).
8. Барьеры творческого мышления и их краткая характеристика (конформизм (опасение высказывать необычные идеи, боязнь быть осмеянным), внутренняя и внешняя цензура, ригидность

(недостаточная подвижность и переключаемость мышления), желание найти ответ немедленно, отсутствие критичности мышления, неверие в собственные силы, стереотипность мышления, барьеры в понимании (семантические барьеры).

9. Понятие «творчества» и «креатив»: сходства и различия творчества в искусстве и рекламе.
10. Понятие «стереотип». Назначение стереотипов.
11. Стереотипы в рекламе.
12. Гендерные стереотипы.
13. Метод слома стереотипа.
14. Метод мозгового штурма.
15. Метод фокальных объектов.
16. Метод контрольных вопросов.
17. РАМ-проводник.
18. Метод конференции идей.
19. Оператор РВС (размер-время-стоимость).

Основные источники:

1. Основы дизайна и композиции: современные концепции : учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. Э. Павловская [и др.] ; ответственный редактор Е. Э. Павловская. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2018. — 183 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-09373-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/427715>.

2. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2017. — 431 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-04657-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/407252>.

Дополнительные источники:

1. Агратина, Е. Е. История зарубежного и русского искусства XX века : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Е. Агратина. — Москва : Издательство Юрайт, 2018. — 317 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-05785-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/416019>.

2. Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2017. — 552 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03716-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/404790>.

Законодательные акты:

1. Федеральный закон РФ «О рекламе».

Оценочная ведомость квалификационного экзамена ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции
 42.02.01 Реклама, группа Р-_____

Дата проведения экзамена: « _____ » _____ 201__ г.

Часть А (теоретический вопрос)

№ п/п	Критерий	Вес критерия, балл	ФИО студента											
	№ билета.Вариант (1/2)													
1.	Владение терминологией: вопросы № 1-7	10 б: 2 – 0 б.; 3-4 – 5 б.; 5-6 – 8 б.; 7 – 10 б											-	
2.	Типографика: Вопросы № 8-12	20 б: 3 – 10 б.; 4 – 15 б.; 5 – 20 б.											-	
3.	Рекламный образ: Вопросы № 13-15	20 б: 1 – 10б.; 2 – 15б.; 20 – 10 б.											-	
4.	Методы творческого мышления: Вопросы № 16-17	20 б: 1 – 10 б.; 2 – 20 б.											-	
5.	Приемы композиции: Вопросы № 18-19	20 б: 1 – 10 б.; 2 – 20 б.											-	
6.	Умение делать выводы и давать их обоснование: Вопрос № 20	10 б: Да – 10 Нет – 0 Частично -5											-	
7.	Общее кол-во баллов:	50-64 – зачтено 65-84 – хорошо 85-100 - отлично											-	

_____/Осколкова Е.А./

Оценочная ведомость квалификационного экзамена ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции
 42.02.01 Реклама, группа Р-_____ Дата проведения экзамена: « ____ » _____ 201__ г.

Часть Б (практическое задание)

№ п/п	Критерий	Вес критерия, балл	ФИО студента									
Объективные критерии. А. Соответствие требованиям ТЗ (max 26 б)												
1.	Шрифтовой логотип	Да – 5 Нет – 0										-
2.	Изобразительный знак	Да – 5 Нет – 0										-
3.	Читаемость логотипа	Да – 4 Нет – 0 Частично – 2										-
4.	Читаемость изобразительного знака	Да – 4 Нет – 0 Частично – 2										-
5.	Ясность, простота понимания	Да – 4 Нет – 0 Частично – 2										
6.	Соответствие логотипа и знака ТЗ	Да – 4 Нет – 0 Частично – 2										-
Субъективные критерии. Б. Эстетичность, выразительность художественного решения (max 40 б) – от 0 до 10 баллов за каждый субкритерий												
7.	Ассоциативность, выразительность шрифта	0-10										
8.	Оригинальность логотипа	0-10										
9.	Ассоциативность, выразительность изобразительного знака	0-10										
10.	Оригинальность изобразительного знака	0-10										
Оценка разделов с обоснованием (max 34 б) – от 0 до 8,5 баллов за каждый раздел (раздел № 3, 4, 5, 6)												
11.	Обоснование шрифтового логотипа	0-8,5										
12.	Обоснование изобразительного знака	0-8,5										
13.	Проработка цветового решения	0-8,5										
14.	Разработка структуры брендбука	0-8,5										
15.	Общее кол-во баллов:	42-64 – удовлетв. 65-84 – хорошо 85-100 - отлично										-

Критерии оценки

- «оценка отлично» выставляется, если все вопросы раскрыты и дано полное и точное определение понятий, выполнено практическое задание;
- оценка «хорошо» выставляется, если один из вопросов раскрыт не достаточно полно, выполнено практическое задание;
- оценка «удовлетворительно» выставляется, если вопросы недостаточно раскрыты, дано не полное определение понятий или не всех понятий, практическое задание выполнено;
- оценка «неудовлетворительно» выставляется при не раскрытии вопросов, неверном определении понятий и не выполненном практическом задании.

Экзаменационная комиссия оценивает владение студентами полным перечнем ПК и ОК в соответствии с ФГОС. Оценивается качество выполнения студентами экзаменационных заданий в соответствии с разработанными критериями.

Федеральное казенное профессиональное образовательное учреждение
 «Новокузнецкий государственный гуманитарно-технический колледж-интернат»
 Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации

Сводная ведомость учета освоения профессионального модуля (вида профессиональной деятельности)
ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции

по специальности 42.02.01 Реклама

группа _____

	ФИО студента	Результаты аттестации		Курсовая работа по МДК.01.01 ХПРП	Учебная практика УП.01	Производственная практика ПП.01	Профессиональные компетенции					Подтверждение приращения ОК 1-11 да/нет	Экзамен (квалификационный) оценка	Вид профессиональной деятельности <u>освоен / не освоен</u>
		МДК.01.01 ХПРП	МДК.01.02 РТКПР				ПК.1.1	ПК.1.2	ПК.1.3	ПК.1.4	ПК.1.5			
8.														
9.														
10.														
11.														
12.														
13.														
14.														
15.														
16.														
17.														

Председатель аттестационной комиссии _____ / _____

Члены аттестационной комиссии _____ / _____
 _____ / _____
 _____ / _____

« _____ » _____ 20__ г.

