

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

Согласовано:

Представитель работодателя:
Директор РГ «Сибيريا Про»


А.Б. Кишов



УТВЕРЖДАЮ:

Заместитель директора по УР:
_____ И. П. Лебедева

Специальность: 42.02.01 Реклама

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

Новокузнецк

Рассмотрено
на заседании МК «Реклама, ОДвЛ»
Протокол № 11 от 25.06.2018 г.
Председатель МК
Осколкова Е.А. _____

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности СПО 42.02.01. Реклама, утверждённого приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.05.2014 г. №510, а также в соответствии с учебным планом по специальности среднего профессионального образования 42.02.01 Реклама, утверждённого директором ФКПОУ «НГГТКИ» Минтруда России Агарковым Н. Н., приказ № 89/1. от 31.08.2018 г.

Организация-разработчик рабочей программы:

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

Разработчики:

Осколкова Елена Анатольевна – преподаватель высшей категории

Рецензент:

Чечикова Татьяна Ярославовна, дизайнер Рекламной группы «Сиберия Про».

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	7
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	9
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	25
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	33
ЛИСТ ДОПОЛНЕНИЙ И ИЗМЕНЕНИЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	39

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

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа профессионального модуля (далее программа ПМ) – является частью адаптированной образовательной программы среднего профессионального образования подготовки специалистов среднего звена (далее АОП СПО ПССЗ) в соответствии с ФГОС по специальности 42.02.01 Реклама (базовая подготовка) в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): Разработка и создание дизайна рекламной продукции, а также соответствующих профессиональных компетенций:

ПК.1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.

ПК.1.2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.

ПК.1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.

ПК.1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.

ПК.1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.

1.2. Цели и задачи профессионального модуля – требования к результатам освоения профессионального модуля

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения профессионального модуля должен:

иметь практический опыт:

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

уметь:

- разрабатывать композиционное решение рекламного продукта;

- использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы;
- осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги;
- составлять рекламные тексты;

знать:

- 31 выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы;
- 32 композицию, шрифтовую и художественную графику в рекламе;
- 33 методы проектирования рекламного продукта;
- 34 методы психологического воздействия на потребителя.

Вариативная часть.

В ходе освоения профессионального модуля обучающийся должен:

иметь практический опыт:

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

уметь:

- разрабатывать композиционное, графическое и цветовое решение элементов фирменного стиля;
- применять приемы стилизации при создании рекламного образа;
- ориентироваться в исторических эпохах и стилях;
- разрабатывать многовариативные композиционные решения рекламного продукта;
- применять способы интенсификации творческого мышления для разработки творческой идеи;

- применять техники создания рекламного текста;

знать:

- стилистические приемы создания элементов фирменного стиля;
- способы стилизации и ее возможности для разработки рекламного образа;
- современное состояние дизайна в различных областях экономической деятельности;
- основные жанры рекламного творчества;
- механизмы построения, творческие приемы и принципы разработки рекламного сообщения, в т.ч. рекламного текста;

1.3. Количество часов на освоение программы профессионального модуля:

всего – 610 часов, в том числе:

- максимальной учебной нагрузки обучающегося – 394 часа, включая:
 - обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 258 часов;
 - самостоятельной работы обучающегося – 122 часа;
 - консультаций – 14 часов;
- учебной практики – 36 часов;
- производственной практики – 180 часов.

2 РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.01 РАЗРАБОТКА И СОЗДАНИЕ ДИЗАЙНА РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ

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

Код компетенции	Наименование результата обучения
ПК 1.1.	Осуществлять поиск рекламных идей.
ПК 1.2.	Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.
ПК 1.3.	Разрабатывать авторские рекламные проекты.
ПК 1.4.	Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.
ПК 1.5.	Создавать визуальные образы с рекламными функциями.
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качества
ОК 3.	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.
ОК 5.	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 6.	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7.	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий
ОК 8.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9.	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.
Ок.10	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности

ОК 11.	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке
--------	--

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ 01. «РАЗРАБОТКА И СОЗДАНИЕ ДИЗАЙНА РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА»

3.1. Тематический план профессионального модуля

Код профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов	Консультации	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика		
				Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов	
				Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов			
1	2	3		4	5	6	7	8	9		
ПК 1.1 - 1.5	Раздел 1. МДК 01.01. Художественное проектирование рекламного продукта	228	8	150	84	20	70				
ПК 1.1 - 1.5	Раздел 2. МДК 01.02. Разработка творческой концепции рекламного продукта	166	6	108	74		52				
	Учебная практика, часов	36		36							
	Производственная практика, часов	180		180							
Всего:		610	14	258	158	20	122	-	36	180	

* Раздел профессионального модуля – часть программы профессионального модуля, которая характеризуется логической завершенностью и направлена на освоение одной или нескольких профессиональных компетенций. Раздел профессионального модуля может состоять из междисциплинарного курса или его части и соответствующих частей учебной и производственной практик. Наименование раздела профессионального модуля должно начинаться с отглагольного существительного и отражать совокупность осваиваемых компетенций, умений и знаний.

** Производственная практика (по профилю специальности) может проводиться параллельно с теоретическими занятиями междисциплинарного курса (распределено) или в специально выделенный период (концентрированно).

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

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы, самостоятельная работа студентов, курсовая работ (проект)	Объем часов Макс./аудит./сам.	Уровень освоения
РАЗДЕЛ 1	МДК.01.01 ХУДОЖЕСТВЕННОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА		
Раздел № 1	Основы художественного проектирования	57/42/15	
Введение	<p><i>Содержание учебного материала</i> Содержание, цели и задачи дисциплины. Междисциплинарные связи. Обзор учебной, специальной литературы, интернет-источников. Понятие дизайна. Дизайн как вид проектно-художественной деятельности.</p>	2/2/-	
	<p>Лекция: Введение. Дизайн как проектно-художественная деятельность</p>	2	1
	<p>Самостоятельная работа:</p>	-	
Тема 1.1 Дизайн и основы художественного проектирования	<p><i>Содержание учебного материала</i> История становления и развития дизайна. Протодизайн и ремесло. Функции вещей. Влияние массового производства и потребителей на дизайн.</p>	2/2/-	
	<p>Лекция: История дизайна.</p>	2	1
	<p>Самостоятельная работа:</p>	-	
Тема 1.2 Национальные модели дизайна	<p><i>Содержание учебного материала</i> Национальные модели дизайна. Особенности дизайна в России и за рубежом. Обзор стилей и стилевых направлений в искусстве и дизайне 20-21 вв.</p>	17/10/7	
	<p>Лекция: Дизайн в России. Советский дизайн.</p>	2	1
	<p>Лекция: Дизайн в США.</p>	2	1
	<p>Лекция: Дизайн в Европе (Германия, Франция, Италия, Скандинавия).</p>	2	1

	Лекция: Дизайн в Азии (Китай, Япония).	2	1
	Практические занятия: Семинар «Стили и стилевые направления в искусстве и дизайне»	2	
	Самостоятельная работа: Подготовка сообщений – 2 ч.: - особенности национального дизайна разных стран. Подготовка сообщений к семинару «Стили и стилевые направления в искусстве и дизайне» - 5 ч.	7	
Тема 1.3 Графический дизайн	Содержание учебного материала Графический дизайн: понятие; факторы развития (потребительские, культурно-символические, информационные). Графический дизайн и визуализация современной культуры. Визуальная культура, техника и технология, сфера потребления, массовые коммуникация, городская культура. Представители и школы российского графического дизайна.	14/10/4	
	Лекция: Понятие графического дизайна.	2	2
	Лекция: Факторы развития графического дизайна.	2	2
	Лекция: Графический дизайн и визуализация современной культуры.	2	2
	Лекция: Визуальная культура. Техника и технологии. Сфера потребления. Массовые коммуникации. Динамика городской культуры.	2	2
	Лекция: Семинар «Специфика современного российского графического дизайна»	2	
	Самостоятельная работа: Подготовка сообщений к семинару «Специфика современного российского графического дизайна»	4	
Тема 1.4 Реклама как область графического дизайна	Содержание учебного материала Социокультурные функции графического дизайна: коммуникативная, знаковая, эстетическая, воспитательная, обогащение культуры и создание новых ценностей. Рекламный образ: понятие, естественная и проектная условность рекламного	22/18/4	

	образа. Рекламный образ – идея и форма.		
	Лекция: Социокультурные функции графического дизайна.	2	2
	Лекция: Семинар: Рекламный образ: понятие, условность, идея и форма.	2	
	Лекция: Этапы создания рекламного образа.	2	
	Лекция: Рекламный образ и ай-стоппер.	2	
	Практические занятия: ПР «Создание рекламного образа» - определение объекта разработки - разработка идеи рекламного образа - создание рекламного образа - создание рекламного образа - презентация рекламного образа	2 2 2 2 2	
	Самостоятельная работа: Поисковая работа	4	
Раздел № 2	Проектирования визуальной рекламы	33/18/15	
Тема 2.1 Процесс проектирования рекламного продукта	Содержание учебного материала Этапы проектирования рекламного продукта: выявление проблемы, сбор информации, целеполагание, определение целевых аудиторий, разработка дизайн-концепции, разработка композиционно-пластического решений, выбор оптимального решения. Типология объектов рекламного дизайна: по носителю визуальной информации, по характеру образа, по функциональному назначению, по типу изобразительной поверхности.	33/18/15	
	Лекция: Этапы проектирования рекламного продукта	2	
	Практические занятия: Семинар: Типология объектов рекламного дизайна. Семинар: Признаки классификации объектов рекламного дизайна. ПР «Индивидуальный проект визуальной рекламы» (определение темы, планирование)	2 2 2	

	ПР «Выполнение индивидуального проекта» ПР «Выполнение индивидуального проекта» ПР «Выполнение индивидуального проекта» ПР «Доработка индивидуального проекта» ПР «Презентация индивидуального проекта»	2 2 2 2 2	
	Самостоятельная работа: Подготовка к выполнению индивидуального проекта - 4 Выполнение индивидуального проекта - 11	15	
	Консультаций	2/-/-2	
Раздел 3.	Композиция, цвет и шрифт в рекламе	36/26/10	
Тема 3.1 Композиция в рекламе	Содержание учебного материала Особенности процесса восприятия рекламной информации: форма, цвет, содержание. Направление взгляда при считывании рекламного сообщения. Понятие композиции. Основные принципы, приемы и средства композиции	14/10/4	
	Лекции Восприятие рекламной информации. Композиция в рекламе. Практические занятия: Композиционное решение малоформатной рекламной продукции (визитки) Композиционное решение малоформатной рекламной продукции (листочки) Композиционное решение объемно-пространственной рекламы (вывеска) Композиционное решение объемно-пространственной рекламы (отдельно стоящая рекламная конструкция).	2 2 2 2	3
	Самостоятельная работа Выполнение практических работ	4	
Тема 3.2 Цвет в рекламе	Содержание учебного материала Общая теория цвета. Цветовые гармонии. Эмоционально-пространственные свойства цвета.	14/10/4	
	Лекции Цвет в рекламе. Роль социокультурных факторов в оценке цвета. Практические занятия Работа с цветовыми схемами. Работа с цветовыми схемами. Цветовое решение рекламного обращения. Цветовое решение рекламного обращения.	2 2 2 2	3

	Самостоятельная работа: Подготовка сообщений: основные понятия колористики	4	
Тема 3.3 Шрифт в рекламе	Содержание учебного материала Шрифт: история, понятие. Классификация шрифтов. Построения шрифта. Типографика: шрифтовые композиции и их выразительные возможности в рекламе.	8/6/2	
	Практические занятия Понятие типографики. Шрифтовые композиции. Выполнение эскиза рекламной типографики (шрифтовой плакат). Выполнение эскиза рекламной типографики (леттеринг).	2 2 2	2, 3
	Самостоятельная работа Выполнение практических работ	2	
	Консультации	2/-/-/2	
Раздел № 4	Проектирование фирменной символики	30/22/8/-	
Тема 4.1 Проектирование знаков, символов, эмблем	Содержание учебного материала Фирменная символика: понятие, назначение, история становления, классификация, особенности проектирования отдельных элементов фирменного стиля Брендбук: понятие, назначение, структура, содержание отдельных разделов. Правила создания брендбука. Паспорт стандартов (guideline): набор инструкций по правильному размещению идентификаторов торговой марки на различных носителях. Кат-гайд (cutguide) - руководство, содержащее поэтапную инструкцию, описывающую последовательности действий, материалы и инструкции, чертежи, технические требования, ТУ для подрядчиков и исполнителей.	30/22/8/-	
	Лекция: Кодирование информации: знаки, символы, эмблемы. История становления фирменной символики. Понятие торговой марки Практические занятия: Фирменный знак: структура, особенности проектирования. Приемы создания фирменных знаков. Бредбук: понятие, назначение, структура	2 2 2	2,3

	<p>Выполнения проекта «Логотип компании»:</p> <ul style="list-style-type: none"> - разработка логотипа; 2 - разработка логотипа; 2 - разработка фирменного блока; 2 - разработка фирменного блока; 2 - создание логобука (1-й раздел брендбука; описание правил использования фирменной символики); 2 - создание логобука. 2 - презентация логобука. 2 		
	<p>Самостоятельная работа: Подготовка сообщений: <ul style="list-style-type: none"> - фирменный стиль и его константы; - история известных торговых марок; - тенденции в логотипостроении 2017-2019 гг. Выполнение проекта «Логотипа компании»</p>	8	
Раздел 5	Стилизация в рекламе	30/22/8/-	
Тема 5.1 Стилизация в рекламе	Содержание учебного материала	30/22/8/-	
	<p>Понятие стилизации и стиля (стилизация как процесс работы по обобщению изображаемых объектов)</p>		
	<p>Лекция: Понятие стилизации и стиля.</p>	2	2
	<p>Лекция: Приемы стилизации.</p>	2	2
	<p>Лекция: Популярные приемы стилизации в современной рекламе. Популярные приемы стилизации в современной рекламе.</p>	2 2	2,3
	<p>Практические занятия Выполнение композиции из геометрических элементов Выполнение композиции из геометрических элементов Выполнение композиции из геометрических элементов Выполнение композиции в стиле известного художника (Матисса, Пикассо, Лентулова, Миро). Выполнение композиции в стиле известного художника. Выполнение композиции в стиле известного художника. Выполнение композиции в стиле известного художника.</p>	2 2 2 2 2 2 2	

	Самостоятельная работа: Подготовка сообщений: популярные приемы стилизации в современной рекламе	8	
Курсовое проектирование	Курсовое проектирование Примерная тематика курсовых проектов: 1. Разработка фирменной символики конкретной компании. 2. Стилизация в рекламе.	34/20/14/-	
	Практические занятия Курсовое проектирование: 1. Составление введения 2. Написание теоретической части работы 3. Написание теоретической части работы 4. Работа над рекламным проектом 5. Работа над рекламным проектом 6. Написание практической части работы 7. Составление заключения 8. Оформление работы 9. Подготовка к защите курсовой работы 10. Защита курсовой работы	2 2 2 2 2 2 2 2 2 2	
	Самостоятельная работа: Сбор, анализ информации. Доработка проекта. Написание пояснительной записки.	14	
	Консультации	4/-/-4	
		Итого по МДК.01.01:	228/70/150/8
РАЗДЕЛ 2	МДК.01.02 РАЗРАБОТКА ТВОРЧЕСКОЙ КОНЦЕПЦИИ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА		
Раздел 1.	Раздел 1. Креатив как элемент коммуникационной стратегии бренда	28/22/6	
Тема 1.1 Понятия «творчество» и «концепция»	Содержание учебного материала Содержание, цели и задачи дисциплины. Обзор учебной, специальной литературы, интернет-источников. Основные понятия: творчество, креатив, концепция. Творческие специальности в области рекламы: должностные обязанности, требования к специалисту. Формы и направление креатива в проектировании рекламного продукта. Проблематика рекламного творчества.	10/8/2	

	<p>Лекция: Введение. Основные понятия дисциплины (творчество, креатив, концепция). Качества творческой личности. Роль творчества в рекламе (творческие специальности в рекламе, требования к специалистам разных направлений).</p> <p>Практические занятия: ПР № 1 «Барьеры творческого и критического мышления» ПР № 2 «Преодоление барьеров творческого мышления»</p>	2 2 2 2	1 ПК.1.1, ПК.1.3
	<p>Самостоятельная работа: Подготовка к практическим работам. Поисковая работа</p>	2	
Тема 1.2 Креативная стратегия как составляющая коммуникативной стратегии бренда	<p>Содержание учебного материала Понятия коммуникативной стратегии. Структура коммуникационной стратегии: маркетинговая стратегия, медиастратегия, креативная стратегия Концептуальные подходы к формулированию рекламной коммуникации. Стратегии позиционирования. Рациональная, эмоциональная и проекционная реклама. Концептуальные подходы к определению целевой аудитории. Потребительская мотивация.</p>	8/6/2	
	<p>Лекция: Коммуникативная стратегия и ее составляющие. Подходы к построению рекламной коммуникации.</p> <p>Практические занятия: ПР № 3 «Виды рекламных стратегий»</p>	2 2 2	2 ПК.1.1, ПК.1.3 ПК.1.5
	<p>Самостоятельная работа Подготовка к практическим работам. Поисковая работа</p>	2	
Тема 1.3 Разработка творческой рекламной идеи	<p>Рекламная идея и этапы ее разработки. Выбор и оценка идеи. Составление и заполнение брифов и технических заданий на разработку творческой концепции рекламного продукта.</p>	10/8/2	
	<p>Лекции: Этапы творческого процесса. Критерии оценки результатов творческого процесса.</p> <p>Практические занятия ПР № 4 «Составление и заполнение брифа на разработку рекламного креатива» ПР № 5 «Составление и заполнение технического задания на разработку</p>	2 2 2	2 ПК.1.1, ПК.1.3 ПК.1.5

	позиционирования»	2	
	Самостоятельная работа Подготовка к практическим работам. Поисковая работа	2	
Раздел 2.	Стереотипы в рекламе	12/6/6	
Тема 2.1 Стереотипы в рекламе	Содержание учебного материала Сущность понятия «стереотип». Индивидуальные и групповые стереотипы. Формирование стереотипов. Источники формирования и механизмы формирования и передачи стереотипов. Творческое и стереотипное мышление человека. Использование стереотипов в рекламе. Классификация стереотипов в рекламе. Гендерные стереотипы и социальные роли в рекламе.	12/6/6	
	Лекция: Стереотип: сущность, виды.	2	2 ПК1.1 – 1.5
	Практические занятия Практическая работа № 6 «Выявление и оценка стереотипов в рекламе»: - стереотипы в телевизионной рекламе; - стереотипы в печатной и наружной рекламе.	2 2	
	Самостоятельная работа Поисковая работа (поиск и отбор рекламных обращений для аудиторной работы)	6	
Раздел 3.	Методология креативного мышления в рекламе	28/18/10	
Тема 3.1 Специальные техники рекламного конструирования	Содержание учебного материала Техники рекламного конструирования: специфика использования в рекламной деятельности. Концепция трехуровневого позиционирования Росситера-Перси. Методика РАМ-проводника. Методика слома стереотипа. Юмористические приемы. Рекламные персонажи.	10/6/4	
	Лекция: Техники рекламного конструирования.	2	2 ПК.1.1
	Практические занятия Практическая работа № 7 «Использование методики РАМ-проводника» Практическая работа № 8 «Использование методики слома стереотипа»	2 2	
	Самостоятельная работа Практическая работа «Разработка рекламной идеи, основанной на использовании юмора»	4	
Тема 3.2	Содержание учебного материала	18/12/6	

Средства интенсификации творческого мышления в рекламе	Общая характеристика творческих приемов. Использование творческих приемов при разработке креативной стратегии рекламируемого объекта. Мозговой штурм. Методы фокальных объектов. Синектика. Оператор РВС (размер, время, стоимость). Конференция идей. Метод гирлянд ассоциаций и метафор. Метод маленьких человечков. Метод контрольных вопросов. Морфологический анализ Ф. Цвикки		
	Лекция: Приемы интенсификации творческого мышления.	2	3 ПК.1.1
	Практические занятия Практическая работа № 9 «Проведение мозгового штурма».	2	
	Практическая работа № 10 «Использование метода фокальных объектов при разработке творческой идеи рекламного продукта».	2	
	Практическая работа № 11 «Конференция идей. Метод гирлянд ассоциаций и метафор. Метод контрольных вопросов».	2	
	Практическая работа № 12 «Морфологический анализ Ф. Цвикки»	2	
	Контрольная работа № 1 «Оценка различных творческих методов»	2	
	Самостоятельная работа Выполнение практической работы «Оценка различных творческих методов».	6	
	Выбор оптимальных методов.		
Раздел 4.	Копирайтинг и нейминг. Вербальная составляющая рекламного образа	70/46/24	
Тема 4.1 Структура рекламного текста	Содержание учебного материала Понятия: копирайтинг, копирайтер, рекламный текст. Структура рекламного текста: заголовок, слоган, основной рекламный текст, рекламные реквизиты, эхо-фраза. Заголовок. Классификация заголовков: прозрачный, косвенный, слепой. Правила написания. Оценка эффективности. Слоган: понятие, виды. Правила написания слоганов. Механизм воздействия слогана на потребителя. Основной рекламный текст: функции ОРТ, структура ОРТ. Классификация ОРТ: информационный, логический, эмоционально-образный, смешанного типа. Рекламные реквизиты: понятие, элементы. Оформление рекламных реквизитов: правила написания номеров телефонов, адресов (правила сокращения, знаки препинания).	24/18/6	

	Лекция: Понятие и структура рекламного текста.	2	1, 2 ПК.1.1, ПК.1.4
	Практические занятия: Практическая работа № 13 «Анализ структуры рекламного текста»	2	
	Практические занятия: Заголовок: классификация, правила написания.	2	
	Практические занятия Практическая работа № 14 «Составление заголовков»	2	
	Практические занятия: Слоган: классификация, правила написания	2	
	Практические занятия Практическая работа № 15 «Составление слоганов»	2	
	Практические занятия: Структура и классификация основного рекламного текста	2	
	Практические занятия Практическая работа № 16 «Особенности составления рекламного текста в зависимости от его типа» (информационный, логический, эмоционально-образный, смешанный).	2	
	Практические занятия Практическая работа № 17 «Составление блока справочной информации для различных видов рекламы».	2	
	Самостоятельная работа: Поисковая работа: - поиск заголовков (аудиальные, визуальные и аудиовизуальные рекламные обращения). - поиск слоганов (примеры из российской и иностранной рекламы). Подготовка сообщения: - требования к справочной информации и рекламным реквизитам.	2 2 2	
Тема 4.2 Маркетинговая ценность рекламного текста	Содержание учебного материала Значимые единицы рекламного текста: понятие, классификация. Основные значимые единицы рекламного текста: имя бренда, уникальное торговое предложение. Вспомогательные значимые единицы рекламного текста: целевые аудитории, товарная категория, дополнительная маркетинговая	6/4/2	

	информация.		
	Лекция: Значимые единицы рекламного текста (ОЗЕ, ВЗЕ)	2	2 ПК.1.1, ПК.1.4
	Практические занятия Практическая работа № 18 «Определение ЗЕ рекламного текста».	2	
	Самостоятельная работа: Подготовка сообщений: Маркетинговая ценность рекламного текста.	2	
Тема 4.3 Стилистика рекламного текста	Содержание учебного материала Художественная ценность рекламного текста. Специфика стиля рекламы. Тропы и фигуры речи в рекламном тексте. Жанры рекламы	12/6/6	
	Лекция: Специфика стиля рекламных текстов.	2	1, 2 ПК.1.1, ПК.1.4
	Практические занятия Тропы и речевые фигуры. Жанры рекламного текста.	2 2	
	Самостоятельная работа: Подготовка сообщений: - фонетика рекламного текста; - лексика рекламного текста; - синтаксис рекламного текста.	6	
Тема 4.4 Тексты различных средств рекламы	Содержание учебного материала Приемы речевого воздействия в рекламе (аргументация, языковое манипулирование и т.п.). Особенности подготовки текстов различных средств рекламы: правила составления текстов для аудиальной, визуальной и аудиовизуальной рекламы.	28/18/10	3 ПК.1.1, ПК.1.3, ПК.1.4
	Лекция: Приемы речевого воздействия в рекламе.	2	
	Практические занятия: Практическая работа № 19 «Реклама в прессе. Составление простых объявлений».	2	

	Практическая работа № 20 «Написание сценариев аудиовизуальной рекламы». Практическая работа № 21 «Тексты для почтовой рассылки». Практическая работа № 22 «Тексты интернет-рекламы». Практическая работа № 23 «Написание рекламных статей». Практическая работа № 23 «Написание рекламных статей». Оценка эффективности рекламного текста. Контрольная работа № 2 «Оценка читаемости рекламного текста»	2 2 2 2 2 2 2	
	Самостоятельная работа: Выполнение практических работ. Подготовка к дифференцированному зачету	6 4	
Раздел 5.	Построение платформы бренда	24/16/6/2	
Тема 5.1 Построение платформы бренда	Содержание учебного материала Бренд: понятие, назначение, структура и этапы создания бренда. Брендинг: построение и развитие бренда. Платформа бренда: составляющие. Особенности проектирования платформы бренда.	24/16/6/2	
	Лекция: Бренд: понятие, назначение, этапы создания бренда. Платформа бренда и ее составляющие Проектирование платформы бренда (планирование работы). Проектирование платформы бренда (аналитический этап). Практические занятия: Практическая работа № 24 «Проект платформы бренда»: - позиционирование бренда; - формулировка сути, метафоры, ценностей, характера бренда; - подбор референсов элементов фирменного стиля, разработка визуального решения фирменного стиля; Дифференцированный зачет: защита проекта.	2 2 2 2 2 2 2 2	2, 3 ПК.1.1 – 1.5
	Самостоятельная работа Подготовка сообщений по темам: - мировые бренды; - пример построения бренда; - ребрендинг. Подготовка к практическим работам. Поисковая работа.	6	

	Выполнение проекта.		
	Консультации	6/-/-6	
	Итого по МДК.01.02	166/52/108/6	
	ИТОГО по ПМ.01	394/122/258/14	
Учебная практика УП.01.01		36	
Виды работ по учебной практике:			
Разработка композиционного решения рекламного продукта средствами компьютерной графики		6	
Разработка цветового решения рекламного продукта		6	
Разработка шрифтового решения рекламного продукта. Написание рекламных текстов		6	
Разработка элементов фирменного стиля		6	
Создание макетов простых рекламных обращений		6	
Разработка рекламных образов.		6	
Производственная практика (ПП.01.01)		180	
Виды работ по производственной практике:			
1. Проектирование элементов фирменного стиля: логотип, фирменный блок.			
2. Создание брендбука.			
3. Разработка дизайн-проекта наружной рекламы.			
4. Разработка дизайн-проекта транзитной рекламы.			
5. Написание текстов рекламных обращений.			
6. Визуальное оформление рекламной продукции различного назначения.			
7. Составление плана рекламной кампании.			
8. Разработка творческой идеи рекламного продукта (рекламной кампании).			
9. Ведение базы данных (работа с клиентской базой данных).			
10. Разработка мультимедийных презентаций.			
11. Разработка дизайна вэб-страниц, создание баннеров.			
Обязательная аудиторная учебная нагрузка по курсовой работе (проекту)		20	
Самостоятельная работа студентов над курсовой работой (проектом)		14	
Максимальная учебная нагрузка:		610	
в том числе:			
Лекции		80	
Практические занятия		158	

	Учебная практика	36	
	Производственная практика	180	
	Самостоятельная работа	122	
	Консультации	14	

Итоговая аттестация: по профессиональному модулю – квалификационный экзамен в 3 семестре; по МДК 01.01 «Художественное проектирование рекламного продукта» – дифференцированный зачет в 3 семестре; по МДК 01.02 «Разработка творческой концепции рекламного продукта» – дифференцированный зачет в 3 семестре; производственная практика (по профилю специальности) – диф.зачет в 3 семестре.

4 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.01 «РАЗРАБОТКА И СОЗДАНИЕ ДИЗАЙНА РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ»

4.1. Требования к материально-техническому обеспечению

Реализация междисциплинарных курсов профессионального модуля ПМ.01 «Разработка и создание дизайна рекламной продукции» требует наличия следующих кабинетов и лабораторий:

1) Учебный кабинет «Проектирование рекламного продукта»:

Оборудование:

- автоматизированное место преподавателя (ПК) – 1 место;
- автоматизированное место обучающегося (ПК) – 11 мест;
- стол 1 местный – 6 шт.,
- стул ортопедический – 13 шт.,
- доска магнитная – 1 шт.;
- комплект учебно-наглядных пособий.

Технические средства обучения:

- персональные компьютеры;
- программное обеспечение общего назначения (пакет офисных программ);
- программное обеспечение прикладного назначения: графические редакторы векторной и растровой графики;
- мультимедиа проектор – 1 шт.;
- экран – 1 шт.;
- телевизор – 1 шт.;
- принтер – 2 шт.;
- графический планшет – 6 шт.;
- доступ к глобальной сети Интернет; локальная сеть.

2) Лаборатория «Компьютерного дизайна»:

Оборудование:

- автоматизированное место преподавателя (ПК) – 1 место;

- автоматизированное место обучающегося (ПК) – 11 мест;
- стол 1 местный – 6 шт.,
- стул ортопедический – 13 шт.,
- доска магнитная – 1 шт.;
- комплект учебно-наглядных пособий.

Технические средства обучения:

- персональные компьютеры;
- программное обеспечение общего назначения (пакет офисных программ);
- мультимедиа проектор – 1 шт.;
- экран – 1 шт.;
- телевизор – 1 шт.;
- принтер – 2 шт.;
- графический планшет – 6 шт.;
- доступ к глобальной сети Интернет; локальная сеть;
- программное обеспечение прикладного назначения: графические редакторы векторной и растровой графики;
- программы просмотра изображений.

3) Кабинет шрифтовой и художественной графики:

- автоматизированное рабочее место преподавателя (ПК);
- мультимедиа проектор;
- экран;
- учебная доска.

Реализация программы модуля предполагает обязательную:

- учебную практику, проводимую в 3 семестре рассредоточено на базе ФКПОУ «НГГТКИ» Минтруда России;
- производственную практику, проводимую концентрированно в 3 и 5 семестрах на базовых предприятиях городов Кемеровской области (промежуточная аттестация производственной практики - дифференцированный зачет в форме отчета).

4.2 Информационное обеспечение обучения

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, 2018. — 431 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-04657-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/407252>.

Дополнительные источники:

1. Агрatina, Е. Е. История зарубежного и русского искусства XX века : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Е. Агрatina. — 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, 2018. — 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».

Интернет-ресурсы:

1. Sostav : портал о рекламе, маркетинге и PR в России / Независимый проект брендингового агентства Depot WPF. – Москва, 2018. - URL: <https://www.sostav.ru/>. – Текст: электронный.
2. Новости рекламы, маркетинга и PR : портал о рекламе, инструментах маркетинга, рекламы и PR для рекламодателей. - Москва, 2018. - URL: <http://www.advesti.ru/>. – Текст: электронный.
3. ЮРАЙТ : электронная библиотечная система: сайт. – Москва, 2018. – URL: [https:// biblio-online.ru](https://biblio-online.ru).

Периодические издания:

1. Индустрия рекламы : информационно-справочный портал по теории и практике рекламной деятельности. / – Москва, 2018. – URL: <https://adindustry.ru/magazine/>. – Текст: электронный.
2. Реклама. OutdoorMedia : профессиональный отраслевой портал / редакция Outdoor Media и Outdoor.ru. – Москва, 2018. - URL: <https://www.outdoor.ru/>. – Текст: электронный.
3. [кАк) : журнал о графическом дизайне. / Студия «Дизайн Депо». – Москва, 2018. – URL: <https://kak.ru/>. – Текст: электронный.

4.3 Организация образовательного процесса

Освоение программы профессионального модуля ПМ.01 «Разработка и создание дизайна рекламной продукции» базируется на изучении общепрофессиональных дисциплин: экономика организации, рисунок с основами перспективы, живопись с основами цветоведения, композиция; история изобразительного искусства; а также на изучении междисциплинарного курса МДК.05.01 «Организация рекламной деятельности»

Аудиторные (теоретические) занятия проводятся в кабинете проектирования рекламного продукта, практические занятия и учебная практика осуществляются в лаборатории компьютерного дизайна, кабинете

проектирования рекламного продукта, кабинете шрифтовой и художественной графики.

Во время самостоятельной работы обучающиеся обеспечены доступом к сети Интернет. Каждый обучающийся обеспечен не менее чем одним учебным печатным или электронным изданием по каждому междисциплинарному курсу, доступом к комплектам библиотечного фонда, состоящего не менее чем из трёх наименований,

Практика является обязательным разделом АОП СПО. Учебная практика представляет собой вид учебных занятий, обеспечивающих практико-ориентированную подготовку обучающихся и проводится на базе ФКПОУ «НГГТКИ» Минтруда России концентрировано на 3 семестре. Производственная практика проводится концентрированно после освоения всех разделов модуля в организациях, направление деятельности которых соответствует профилю подготовки обучающихся, в 3 семестре. Формой промежуточной аттестации по учебной и производственной практикам является дифференцированный зачет. Аттестация по итогам производственной практики проводится на основании результатов, подтверждаемых отчётами и дневниками практики обучающихся, а также отзывами руководителей практики.

Результаты прохождения учебной и производственной практики по модулю учитываются при проведении квалификационного экзамена.

Формой промежуточной аттестации по профессиональному модулю ПМ.01 «Разработка и создание дизайна рекламной продукции» является экзамен (квалификационный).

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Реализация основной профессиональной программы по специальности 42.02.01 «Реклама» обеспечена педагогическими кадрами, имеющими высшее профессиональное образование, соответствующее профилю профессионального модуля ПМ.01 «Разработка и создание дизайна рекламной продукции». Преподаватели имеют опыт деятельности в

организациях соответствующей профессиональной сферы, получают дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

4.5. Организация обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в рамках освоения профессионального модуля

Профессиональное обучение обучающихся с ограниченными возможностями здоровья осуществляются на основе образовательной программы, адаптированной для обучения указанных обучающихся в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида. Для обеспечения доступности образования обучающимся инвалидам создаются специальные условия:

- пандусы (входной пандус, пандус внутренний к коридорам),
- поручни;
- расширенные дверные проемы,
- лифт – 2 шт.,
- локальные пониженные стойки-барьеры;
- эргономическая мебель;
- специально оборудованные санитарные, ваннные комнаты;
- штатный сурдопереводчик;
- мобильный радиокласс (радиомикрофон) «Сонет - РСМ» (12 мест);
- система информационная для слабослышащих «Исток А2»;
- электронные лупы;
- информационный киоск;
- сайт с версией для слабовидящих;
- мультимедийный компьютер;
- средства видеоподдержки учебного процесса (компьютер с доступом в Интернет, видеопроектор, экран);
- средства аудиоподдержки учебного процесса (аудиосистема);

Специальные образовательные и реабилитационные технологии:

1. ОТО – ординарные технологии обучения:

- лекционный материал:
- для слабовидящих - аудиоматериал;
- для слабослышащих – видеоматериал с субтитрами, курс лекций на электронном носителе;
- слайды, презентации.

2. ИТО – интенсивные технологии обучения:

- компьютерные технологии с применением интерактивных методов наложения текста на учебный видеоматериал (видео статьи), интерактивные мультимедийные презентации;
- технологии исследовательской и проблемной ориентации: проблемно-поисковый метод, решение проблемных задач, анализ исторических событий;
- технологии графического, матричного и стенографического сжатия информации: опорные конспекты, алгоритмы-путеводители, сравнительные таблицы, схемы, хронологии событий;
- коммуникативные технологии: индивидуальная траектория компенсирующего (углубленного) образования; взаимообучение через диалог и дискуссию, дистанционно-образовательные технологии.

3. ВТО – высокие технологии обучения:

- мультимедиа технологии, реализуемые на основе специально структурированных электронных материалов, адаптированного программно-аппаратного обеспечения (видео уроки, видео лекции);
- мультимедиа технологии в живом контакте педагога и обучающегося (работа по скайпу, по электронной почте).

Формы организации занятий:

- групповая, парная, индивидуальная;

- организация смены деятельности: время отдыха, выполнение расслабляющих, физических упражнений, предоставление материала в форме, способствующей концентрации внимания и т.п.;
- система мер, направленных на устранение или возможно более полную компенсацию ограничений жизнедеятельности.

**5 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.01 РАЗРАБОТКА И
СОЗДАНИЕ ДИЗАЙНА РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ**

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 1.1 Осуществлять поиск рекламных идей.	Нахождение и использование различных источников информации, в том числе электронной, для эффективного поиска рекламных идей. Результативность поиска различных решений при создании рекламного продукта в соответствии с поставленной задачей.	Практическая работа Контрольная работа Самостоятельная работа Отчет по производственной практике
ПК 1.2 Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.	Соответствие выбранных изобразительных средств рекламы ее целям и задачам. Отражение сути рекламного сообщения в эскизном решении.	Практическая работа Контрольная работа Самостоятельная работа Отчет по производственной практике Творческие работы
ПК 1.3 Разрабатывать авторские рекламные проекты.	Обоснование актуальности выбранных авторских рекламных проектов Соответствие авторского проекта рекламного продукта принципам и законам рекламного проектирования	Практическая работа Творческая работа Самостоятельная работа Отчет по

		производственной практике
ПК 1.4 Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.	Подбор оптимальных вариантов формирования текста рекламных объявлений Правильность составления и оформления текстов рекламных объявлений на заданную тему в соответствии с основополагающими принципами и законами составления и оформления рекламного текста	Практическая работа Отчет по производственной практике Самостоятельная работа
ПК 1.5 Создавать визуальные образы с рекламными функциями.	Соответствие визуального образа требования технического задания на разработку рекламного продукта	Практическая работа Творческая работа Отчет по производственной практике Самостоятельная работа

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общих компетенций и обеспечивающих их умений.

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК 01. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	Демонстрация интереса к будущей профессии Эффективность и качество выполненной самостоятельной работы	Собеседование Творческие работы Отчет по производственной практике Оценка результатов самостоятельной

		работы
ОК 02. Организовывать собственную деятельность, исходя из цели и способов ее достижения, определенных руководителем.	Способность организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Мониторинг роста творческой самостоятельности и навыков получения нового знания каждым обучающимся. Творческие работы Отчет по производственной практике
ОК 03. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Решение стандартных и нестандартных профессиональных задач в области разработки дизайна рекламной продукции	Собеседование Практическая работа
ОК 04. Осуществлять поиск информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач	Эффективный поиск необходимой информации; Использование различных источников, включая электронные	Мониторинг роста творческой самостоятельности и навыков получения нового знания каждым обучающимся.
ОК 05. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	Результативность работы со специализированным и прикладным программным обеспечением Качество оформления результатов работы с использованием ИКТ	Практические работы Творческие работы Отчет по производственной практике
ОК 06. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	Ясность и аргументированность изложения собственного мнения Результативность взаимодействия с коллегами, руководством и	Мониторинг результатов и наблюдение за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной

	потребителями	программы. Собеседование Отчет по производственной практике
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	Адекватность оценки и анализа эффективности и качества результатов работы членов команды (подчиненных)	Мониторинг результатов и наблюдение за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы. Собеседование Отчет по производственной практике
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	Результативность внеаудиторной самостоятельной работы при изучении профессионального модуля Верность выбора способов коррекции результатов собственной деятельности	Мониторинг результатов и наблюдение за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы. Собеседование Отчет по производственной практике
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	Систематичность в изучении дополнительной, справочной литературы, периодических изданий в области профессиональной деятельности.	Мониторинг результатов и наблюдение за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы. Собеседование Отчет по

		производственной практике
ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.	Понимание специфики организации рекламной деятельности в области разработки и создания рекламного продукта	Мониторинг результатов и наблюдение за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы. Собеседование Отчет по производственной практике
ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.	Обоснованность отбора средств решения профессиональных задач с учетом экологических требований Ясность и правильность изложения информации, собственных мыслей на иностранном языке с использованием несложных речевых оборотов для решения профессиональных задач Результативность использования информационно-коммуникационных технологий для решения профессиональных задач	Мониторинг результатов и наблюдение за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы. Собеседование Отчет по производственной практике

При освоении программы ПМ 01 «Разработка и создание дизайна рекламной продукции» в 3 семестре изучения формой промежуточной аттестации по модулю является квалификационный экзамен. Условием

допуска к нему является успешное освоение всех элементов модуля, включая МДК и производственную практику.

Итогом квалификационного экзамена является однозначное решение: «вид профессиональной деятельности освоен / не освоен». При соблюдении ограничений на количество экзаменов, зачетов и диф. зачетов в каждом учебном году возможна промежуточная аттестация по составным элементам модуля: по МДК – дифференцированный зачет или экзамен, по учебной и производственной практике – дифференцированный зачет. Если модуль содержит несколько МДК, возможно проведение комплексного экзамена или комплексного дифференцированного зачета по всем МДК в составе этого модуля.

Разработчики:

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

_____ Преподаватель высшей категории Осколкова Е.А

**ЛИСТ ДОПОЛНЕНИЙ И ИЗМЕНЕНИЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
ПМ.01 РАЗРАБОТКА И СОЗДАНИЕ ДИЗАЙНА РЕКЛАМНОЙ
ПРОДУКЦИИ**

/ см. файл ЛИСТЫ ДОПОЛНЕНИЙ

Дата внесения изменений: Протокол МК от _____ 20__ г.	Место внесения изменения в структуре рабочей программы	Содержание изменения рабочей программы
Протокол № _____ от «__» _____ 20__ г.		
Протокол № _____ от «__» _____ 20__ г.		
Протокол № _____ от «__» _____ 20__ г.		
Протокол № _____ от «__» _____ 20__ г.		
Протокол № _____ от «__» _____ 20__ г.		
Протокол № _____ от «__» _____ 20__ г.		
Протокол № _____ от «__» _____ 20__ г.		