

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
**«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ПРОМЫШЛЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И ДИЗАЙНА»**

Колледж технологии, моделирования и управления

(Наименование колледжа)

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор,
проректор по учебной работе

_____ А.Е. Рудин

«29» _____ 06 _____ 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

МДК 02.01

(Индекс дисциплины)

Выполнение рекламных проектов в материале

(Наименование дисциплины)

Цикловая комиссия: Специальных дисциплин 04

Специальность: 42.02.01 Реклама

Квалификация: Специалист по рекламе

Программа подготовки: Базовая подготовка

План учебного процесса

| Составляющие учебного процесса | | Очное обучение | Очно-заочное обучение | Заочное обучение |
|---|---|----------------|-----------------------|------------------|
| Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий и самостоятельная работа обучающихся (часы) | Максимальная учебная нагрузка | 204 | | |
| | Обязательные учебные занятия | 136 | | |
| | Лекции, уроки | - | | |
| | Практические занятия, семинары | 106 | | |
| | Лабораторные занятия | | | |
| | Курсовой проект (работа) | 30 | | |
| | Самостоятельная работа (в т.ч. консультации) | 68 | | |
| Формы контроля по семестрам (номер семестра) | Экзамен (по профессиональному модулю) | 7 | | |
| | Зачет | | | |
| | Контрольная работа | | | |
| | Курсовой проект (работа) | 7 | | |

Рабочая программа составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по соответствующей специальности

и на основании учебного плана № 21-02/1/3, 20-02/1/3, 19-02/1/3, 18-02/1/3

Составитель(и): Преподаватель Сивунова М.Е.

(должность, Ф.И.О., подпись)

Председатель цикловой комиссии: Сивунова М.Е.

(Ф.И.О. председателя, подпись)

СОГЛАСОВАНИЕ:

Директор колледжа: Корабельникова М.А.

(Ф.И.О. директора, подпись)

Методический отдел: Ястребова С.А.

(Ф.И.О. сотрудника отдела, подпись)

1. ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Место преподаваемой дисциплины в структуре ППСЗ

Самостоятельная Обязательная Общий гуманитарный и социально-экономический учебный цикл
Часть модуля Вариативная Математический и общий естественнонаучный учебный цикл
Профессиональный учебный цикл

Профессиональный модуль: **Производство рекламной продукции**
(Индекс модуля) (Наименование профессионального модуля)

1.2. Цель дисциплины: Сформировать компетенции обучающегося в области производства рекламной продукции.

1.3. Задачи дисциплины

1. изучение существующих технологических процессов рекламного производства,
2. развитие творческого мышления и прогрессивного мировоззрения в области современной рекламы,
3. освоение методов и принципов производства основных видов рекламной продукции,
4. развитие профессиональных навыков моделирования и макетирования с использованием возможностей новейших электронных технологий.

1.4. Компетенции, формируемые у обучающегося в процессе освоения дисциплины

Общекультурные: (ОК)

- Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес (ОК 1)
- Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество (ОК 2)
- Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность (ОК 3)
- Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития (ОК 4)
- Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности (ОК 5)
- Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями (ОК 6)
- Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполненных заданий (ОК 7)
- Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации (ОК 8)
- Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности (ОК 9)
- Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности (ОК 10)
- Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке (ОК 11)

Профессиональные: (ПК)

- Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы (ПК 2.1)
- Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии (ПК 2.2)
- Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале (ПК 2.3)

1.5. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Иметь практический опыт:

- 1) выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта; (ОК 1-12; ПК 2.1-2.3)
- 2) построения модели (макета, сценария) объекта с учетом выбранной технологии (ОК 1-12; ПК 2.1-2.3)
- 3) подготовки к производству рекламного продукта (ОК 1-12; ПК 2.1-2.3)
- 4) производства рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков (ОК 1-12; ПК 2.1-2.3)

Уметь:

- 1) осуществлять фотосъемку для производства рекламного продукта (ОК 1-12; ПК 2.1-2.3)
- 2) осуществлять видеосъемку для производства рекламного продукта (ОК 1-12; ПК 2.1-2.3)
- 3) использовать компьютерные технологии при создании печатного рекламного продукта (ОК 1-12; ПК 2.1-2.4)
- 4) разрабатывать сценарии для съёмок и монтажа рекламы (ОК 1-12; ПК 2.1-2.4)
- 5) использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео-, анимации (ОК 1-12; ПК 2.1-2.4)
- 6) использовать мультимедийные и web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта (ОК 1-12; ПК 2.1-2.3)

Знать:

- 1) технику, технологии и технические средства фотосъемки в рекламе (ОК 1-12; ПК 2.1-2.4)
- 2) технику, технологии и технические средства видео съёмки в рекламе (ОК 1-12; ПК 2.1-2.4)
- 3) технические и программные средства для создания печатного рекламного продукта (ОК 1-12; ПК 2.1-2.4)
- 4) технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео -, анимация (ОК 1-12; ПК 2.1-2.4)
- 5) технологию создания Интернет-рекламы (ОК 1-12; ПК 2.1-2.3)
- 6) аппаратное и программное обеспечение (ОК 1-12; ПК 2.1-2.3)

1.6. Дисциплины (модули, практики) ППССЗ, в которых было начато формирование компетенций, указанных в п.1.4:

- МДК.01.01. Художественное проектирование рекламного продукта 3-5 семестр (ОК 1-12)
- МДК.01.02. Разработка творческой концепции рекламного продукта-3-5 семестр (ОК 1-12)
- ОП.02. Живопись с основами цветоведения 3-5 семестр (ОК 1-10, ПК 2.1-2.2)
- МДК.05.01. Функции и структура рекламного агентства - 3 семестр (ОК 1, 3-6,9, ПК 2.1-2.2)

2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

| Наименование и содержание тем и форм контроля | Выделяемое время (часы) | | |
|--|-------------------------|-----------------------|------------------|
| | очное обучение | очно-заочное обучение | заочное обучение |
| Раздел 1. Разработка плана рекламной кампании 1.1 Коммуникация с заказчиком. Составление клиентского брифа. Сбор информации в различных источниках и обработка данных. Креативный бриф 1.2 Маркетинговые исследования. Анализ отрасли и динамики рынка, анализ конкурентной среды, определение ЦА (ВТВ, ВТС), портрета потребителя. 1.3 Планирование рекламной кампании. Медиапланирование. Выбор каналов продвижения 1.4 Разработка ключевых элементов рекламной кампании. Копирайтинг. | 38 | | |
| Раздел 2. Разработка рекламных носителей 2.1 Работа с брендбуком, гайдлайном существующих компаний. Разработка рекламных акций. Разработка внутренних и внешних носителей. Составление ТЗ. 2.2 Подготовка макетов к печати. Виды печати, материалы, оборудование. 2.3 Наружная реклама. Привязка к местности, визуализация 2.3.1 Билборд 2.3.2 Остановка 2.3.3 Реклама на транспорте 2.3.4 Реклама внутри транспорта 2.3.5 Реклама в метро 2.4 Реклама на местах продаж. 2.4.1 POS-материалы 2.4.2 Информационно-графический комплекс 2.5 Инфографика. Прототипирование. Gif-анимация. | 38 | | |

| | | | |
|---|------------|--|--|
| 2.6 Мобильное приложение. Графический интерфейс. 2.7 Интернет-реклама: Создание мини-сайта. SEO. Интернет-баннер, интернет-каталог, реклама в социальных сетях, контекстная реклама. Работа в web-конструкторах Tilda, Figma, Wix. | | | |
| Раздел 3. Курсовое проектирование. Разработка плана рекламной кампании для продвижения или осуществления выхода фирмы на российский рынок. 3.1 Предпроектное исследование. Бриф. Исследование рынка. Конкурентная среда. Определение ЦА. Работа с аналогами 3.2 Разработка плана рекламной кампании. Определение каналов продвижения. Определение перечня рекламных продуктов. Календарный план. Составление ТЗ. Бюджет РК 3.3 Художественное проектирование рекламных продуктов. Способы генерирования идей: референс, mood board, коллаж. Разработка творческой концепции. Выбор графических редакторов. 3.4 Компьютерное проектирование 3.5 Выполнение рекламных продуктов в материале. Оборудование | 50 | | |
| Раздел 4. Создание и проведение презентации 4.1 Основное программное обеспечение. PowerPoint, Adobe Illustrator, Prezi, Canva 4.2 Обработка информации. Работа с фотографиями. Элементы инфографики: пиктограммы, схемы, графики. 4.3 Проведение презентации. Речь. Звуковое оформление. | 20 | | |
| Раздел 5. Технические и программные средства для компьютерной обработки объёмных объектов и других видов рекламных продуктов. 5.1. Создание макетов для объёмных рекламных продуктов с дальнейшей проработкой - упаковка, витрина, стенд, торговая зона, выставочный комплекс. Процесс изготовления. Основные материалы. 5.2 Рекламно-выставочная деятельность. Выбор рекламных продуктов 5.2.1 Roll – up 5.2.2 Press wall 5.2.3 Афиша. Сувенирная и фирменная продукция 5.2 Радиореклама. Использование звуков и музыки. Психология воздействия на слушателя. Правила успешной радиорекламы; текст рекламного объявления. Обоснование выбора радиостанции. Процесс изготовления радио-ролика. | 28 | | |
| Раздел 6. Работа в отрасли 6.1 Распределение работы в рекламном агентстве 6.2 Оформление работ в виде электронного портфолио. Мини-сайт. Интернет-площадки Behance, Pinteret. 6.3 Общение с заказчиком | 10 | | |
| Текущий контроль - Презентация и защита практических работ | 10 | | |
| Промежуточная аттестация – защита курсовой работы | 8 | | |
| Комплексный экзамен по профессиональному модулю – 7 семестр | 2 | | |
| ВСЕГО: | 204 | | |

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

3.1. Лекции, уроки

Не предусмотрены

3.2. Практические занятия, семинары

| Номера изучаемых тем | Наименование и форма занятий | Очное обучение | | Очно-заочное обучение | | Заочное обучение | |
|----------------------|---|----------------|--------------|-----------------------|--------------|------------------|--------------|
| | | Номер семестра | Объем (часы) | Номер семестра | Объем (часы) | Номер семестра | Объем (часы) |
| Тема 1.1 | Практическая работа №1 Составление брифа. Работа с | 7 | 4 | | | | |

| Номера изучаемых тем | Наименование и форма занятий | Очное обучение | | Очно-заочное обучение | | Заочное обучение | |
|----------------------|---|----------------|--------------|-----------------------|--------------|------------------|--------------|
| | | Номер семестра | Объем (часы) | Номер семестра | Объем (часы) | Номер семестра | Объем (часы) |
| | реальными компаниями | | | | | | |
| Тема 1.2 | Практическая работа №2 Анализ рынка. Конкурентной среды. Определение ЦА | 7 | 4 | | | | |
| Тема 1.3 | Практическая работа №3 План РК. Каналы продвижения | 7 | 6 | | | | |
| Тема 1.4 | Практическая работа №4 Разработка рекламных текстов. Слоганы | 7 | 4 | | | | |
| Тема 2.1 | Практическая работа №5 Составление ТЗ на рекламные продукты. Макеты. Структура гайдлайна | 7 | 4 | | | | |
| Тема 2.2 | Практическая работа №6 Расчёт бюджета РК. Выбор способов изготовления рекламных продуктов | 7 | 4 | | | | |
| Тема 2.3.1 | Практическая работа №7 Разработка дизайна билборда. Визуализация на местности | 7 | 2 | | | | |
| Тема 2.3.2 | Практическая работа №8 Остановка | 7 | 4 | | | | |
| Тема 2.3.3 | Практическая работа №9 Реклама на транспорте | 7 | 4 | | | | |
| Тема 2.3.4 | Практическая работа №10 Реклама внутри транспорта | 7 | 4 | | | | |
| Тема 2.3.5 | Практическая работа №11 Реклама в метро | 7 | 4 | | | | |
| Тема 2.4.1 | Практическая работа №12 POS-материалы | 7 | 4 | | | | |
| Тема 2.4.2 | Практическая работа №13 Информационно графический комплекс | 7 | 4 | | | | |
| Тема 2.5 | Практическая работа № 14 Инфографика | 7 | 4 | | | | |
| Тема 2.6 | Практическая работа №15 Графический интерфейс мобильного приложения | 7 | 6 | | | | |
| Тема 2.7 | Практическая работа №16 Дизайн сайта. Многостраничный. Лендинг | 7 | 10 | | | | |
| Тема 3 | Курсовое проектирование | 7 | 30 | | | | |
| Тема 4.3 | Практическая работа № 17 Презентация проекта | 7 | 8 | | | | |
| Тема 5.1 | Практическая работа №18 Выставочное пространство. Выставочный стенд. | 7 | 8 | | | | |
| Тема 5.2.1 | Практическая работа №19 Roll-up | 7 | 4 | | | | |
| Тема 5.2.2 | Практическая работа №20 Press wall. | 7 | 4 | | | | |
| Тема 5.2.3 | Практическая работа №21 Дизайн афиши для выставки. Сувенирная и фирменная продукция | 7 | 4 | | | | |

| Номера изучаемых тем | Наименование и форма занятий | Очное обучение | | Очно-заочное обучение | | Заочное обучение | |
|----------------------|--|----------------|--------------|-----------------------|--------------|------------------|--------------|
| | | Номер семестра | Объем (часы) | Номер семестра | Объем (часы) | Номер семестра | Объем (часы) |
| Тема 6.2 | Практическая работа №22 Электронное портфолио | 7 | 6 | | | | |
| ВСЕГО: | | | 136 | | | | |

3.3. Лабораторные занятия

Не предусмотрены

4. КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

4.1. Цели и задачи курсовой работы (проекта)

Целью курсового проектирования является объединение знаний, умений и навыков, полученных студентом во время обучения, для решения профессиональных задач.

Задачи курсового проектирования:

- усвоение знаний о существующих видах и направлениях рекламной деятельности, структуре производства и особенности технологического процесса основных направлений в сфере рекламы;
- приобретение навыков теоретического обоснования и описания основ и методов проектирования в графическом дизайне;
- обобщение знаний о видах шрифтовых гарнитур;
- овладение терминологией дизайнера и рекламиста;
- формирование навыков решения стратегических задач по продвижению товара или фирмы.
- приобретение навыков общения в работе с заказчиком.

4.2. Тематика курсовой работы (проекта)

Тема курсовой работы: «Разработка плана рекламной кампании для осуществления выхода или продвижения фирмы».

4.3. Требования к выполнению и представлению результатов курсовой работы (проекта)

Материал для выполнения работы студент собирает в период практики в рекламных агентствах, типографиях, дизайн-студиях и рекламно-производственных мастерских. На базе собранного материала и проведенных самостоятельных исследований студент последовательно решает задачи работы и определяет пути повышения удобочитаемости, психологического восприятия, ассоциативности и креативности созданного фирменного стиля с учётом полученных знаний, навыков; выявляет сильные и слабые его стороны, разрабатывает стратегию по внедрению созданного фирменного стиля в рекламно-полиграфическую продукцию. Разрабатывает в выбранной концепции необходимые для осуществления поставленных задач ряд рекламных продуктов, обосновывая их выбор.

Курсовая работа является итоговой самостоятельной работой, при выполнении которой студент систематизирует свои знания, полученные при изучении общеобразовательных и специальных дисциплин.

На выполнение курсовой работы отводится 30 часов аудиторных занятий и 20 часов дополнительно на самостоятельную проработку и оформление пояснительной записки для очной формы обучения.

Результаты представляются в виде пояснительной записки объемом не менее 45 страниц и компьютерной презентации в программе PowerPoint, Prezi или Adobe Illustrator с количеством слайдов не менее 15, также представляются образцы рекламного продукта (не менее 3).

Пояснительная записка в обязательном порядке должна содержать разделы:

- Предпроектные исследования.
- План рекламной кампании.
- Медиапланирование
- Художественное проектирование рекламного продукта
- Разработка творческой концепции
- Компьютерное проектирование

5. ФОРМЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ

| Номера тем, по которым проводится контроль | Форма контроля знаний | Очное обучение | | Очно-заочное обучение | | Заочное обучение | |
|--|---|----------------|--------|-----------------------|--------|------------------|--------|
| | | Номер семестра | Кол-во | Номер семестра | Кол-во | Номер семестра | Кол-во |
| 1-6 | Презентация и защита практических работ | 7 | 5 | | | | |

6. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ

| Виды самостоятельной работы обучающегося | Очное обучение | | Очно-заочное обучение | | Заочное обучение | |
|--|----------------|--------------|-----------------------|--------------|------------------|--------------|
| | Номер семестра | Объем (часы) | Номер семестра | Объем (часы) | Номер семестра | Объем (часы) |
| Усвоение теоретического материала | 7 | 10 | | | | |
| Выполнение практических заданий | 7 | 10 | | | | |
| Подготовка к защите практических работ | 7 | 8 | | | | |
| Выполнение курсовой работы | 7 | 20 | | | | |
| Консультации | 7 | 16 | | | | |
| Подготовка к контрольной работе | 7 | 4 | | | | |
| ВСЕГО: | | 68 | | | | |

7. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

7.1. Характеристика видов и используемых активных и интерактивных форм занятий

| Краткая характеристика вида занятий | Используемые активные и интерактивные формы | Объем занятий в активных и интерактивных формах (часы) | | |
|---|--|--|-----------------------|------------------|
| | | очное обучение | очно-заочное обучение | заочное обучение |
| Практические занятия: Решение примеров и задач практического содержания на разработку творческой концепции рекламного продукта | Работа в команде и ролевых группах, метод мозгового штурма | 84 | | |
| | ВСЕГО: | 84 | | |

7.2. Балльно-рейтинговая система оценивания успеваемости и достижений обучающихся

Перечень и параметры оценивания видов деятельности обучающегося

| № п/п | Вид деятельности обучающегося | Весовой коэффициент значимости, % | Критерии (условия) начисления баллов |
|-------|---|-----------------------------------|---|
| 1. | Аудиторная активность: посещение практических занятий, своевременная сдача практических работ | 20 | <ul style="list-style-type: none"> 1 балл за каждое практическое занятие (всего 53 занятия), максимум 53 балла 2 балла за каждую сданную практическую работу (всего 22 работы), максимум 44 балла |

| | | | |
|-------------------|--|-----|--|
| | | | <ul style="list-style-type: none"> • 5 баллов за своевременность сдачи практических работ |
| 2. | Подготовка и представление устных докладов, либо участие в олимпиадах, внеклассных мероприятиях, конкурсах, выставках, профессиональной неделе | 30 | <ul style="list-style-type: none"> • 50 баллов за доклад на занятии (всего 1 доклад в семестре), максимум 50 баллов; • 25 баллов за выступление на неделе «Рекламы» • Оформление отчетов о посещении общественных и культурных мероприятий - максимум 25 баллов. • участие в чемпионате «Worldskills» - 100 баллов |
| 4. | Подготовка и защита курсовой работы | 50 | <ul style="list-style-type: none"> • Защита курсовой работы с учетом качества пояснительной записки и компьютерной презентации – максимум 100 баллов; |
| ИТОГО (%): | | 100 | |

Перевод балльной шкалы в традиционную систему оценивания

| Баллы | Оценка по нормативной шкале | |
|----------|-----------------------------|------------|
| 86 - 100 | 5 (отлично) | зачтено |
| 75 – 85 | 4 (хорошо) | |
| 61 – 74 | | |
| 51 - 60 | 3 (удовлетворительно) | |
| 40 – 50 | | |
| 17 – 39 | 2 (неудовлетворительно) | не зачтено |
| 1 – 16 | | |
| 0 | | |

8. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

8.1. Учебная литература

а) основная учебная литература

1. Чилингир, Е. Ю. Реклама и связи с общественностью: учебное пособие для СПО / Е. Ю. Чилингир. — Саратов, Москва: Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 233 с. — ISBN 978-5-4488-0846-3, 978-5-4497-0582-2. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/95335.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

б) дополнительная учебная литература

1. Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства: учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 514 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10539-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/430788>

2. Бердышев, С. Н. Эффективная наружная реклама (2-е издание): практическое пособие / С. Н. Бердышев. — Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017. — 132 с. — ISBN 978-5-394-01542-7. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/57030.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

3. Есикова, И. В. Подготовка и успешное проведение рекламных кампаний / И. В. Есикова. — 2-е изд. — Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 160 с. — ISBN 978-5-394-01653-0. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/75208.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

8.2. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Проведение квалификационного экзамена по профессиональным модулям ПМ.01 «Разработка и создание дизайна рекламной продукции» И ПМ.02 «Производство рекламной продукции» [Электронный ресурс]: методические указания / Сост. Сивунова М. Е., Кукушкина Н. Г. — СПб.: СПбГУПТД, 2020.— 20 с.— Режим доступа: http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2020311, по паролю.

8.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины

1. Группа компаний «Концепт» - Креативные дизайнерские решения (разработка сайтов любой сложности, фирменный стиль, полиграфическая и сувенирная продукция, наружная реклама и др.) - <http://www.cnc.by>

8.4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

1. Программное обеспечение:

программы Microsoft Windows 10 Pro, Office Standart 2022;
графический редактор Adobe Photoshop,
векторный графический редактор Adobe Illustrator

8.5. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

- Стандартно оборудованный кабинет проектирования рекламного продукта,
- видеопроектор с экраном,
- компьютер,
- плоттер, сканер

8.6. Иные сведения и (или) материалы

Не предусмотрены

9. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

9.1. Описание показателей, оценочных средств, критериев и шкал оценивания компетенций

9.1.1. Показатели оценивания компетенций и оценочные средства

| Коды компетенций | Показатели оценивания компетенций | Наименование оценочного средства | Представление оценочного средства в фонде УМК цикловой комиссии |
|------------------|---|---|---|
| ОК1 | изучает профессиональную литературу, посещает выставки, участвует в профессиональных конкурсах | Вопросы для собеседования Практические задания | Задание для курсовой работы Перечень вопросов |
| ОК2 | применяет типовые методы работы над проектом, грамотно выбирает средства, необходимые для выразительного воплощения идеи | Вопросы для собеседования Практические задания | Задание для курсовой работы |
| ОК3 | формулирует основные принципы воплощения идеи рекламного продукта, находит решение профессиональных задач в нестандартных ситуациях | Вопросы для собеседования Практические задания | Задание для курсовой работы Перечень вопросов |
| ОК4 | формулирует принципы поиска и использования профессиональной информации, эффективно применяет полученную информацию | Вопросы для собеседования Практические задания | Задание для курсовой работы Перечень вопросов |
| ОК5 | грамотно выбирает графический редактор и современные технологии для решения задач создания рекламного продукта | Вопросы для собеседования Практические задания | Задание для курсовой работы Перечень вопросов |
| ОК6 | представляет результаты, полученные в совместной работе с коллективом | Вопросы для собеседования Практические задания | Задание для курсовой работы Перечень вопросов |
| ОК7 | использует художественные средства для создания рекламного продукта, расписывает | Вопросы для собеседования | Задание для курсовой работы |

| Коды компетенций | Показатели оценивания компетенций | Наименование оценочного средства | Представление оценочного средства в фонде УМК цикловой комиссии |
|------------------|---|---|---|
| | план работы членов команды | Практические задания | Перечень вопросов |
| ОК8 | использует информацию, полученную при самостоятельном изучении профессиональной литературы и интернет-порталов | Вопросы для собеседования Практические задания | Задание для курсовой работы Перечень вопросов |
| ОК9 | использует знания и сведения о новых технологиях при создании рекламного продукта | Вопросы для собеседования Практические задания | Задание для курсовой работы Перечень вопросов |
| ОК10 | формулирует и представляет бриф по результатам общения с заказчиком | Вопросы для собеседования Практические задания | Задание для курсовой работы Перечень вопросов |
| ОК11 | составляет презентационную речь, использует профессиональную терминологию, выступает перед аудиторией | Вопросы для собеседования Практические задания | Задание для курсовой работы Перечень вопросов |
| ПК 2.1 | выбирает художественную форму реализации рекламной идеи | Вопросы для собеседования Практические задания | Задание для курсовой работы Перечень вопросов |
| ПК 2.2 | осуществляет поиск аналогов рекламных продуктов, сравнивает, анализирует, создаёт собственный авторский продукт | Вопросы для собеседования Практические задания | Задание для курсовой работы Перечень вопросов |
| ПК 2.3 | Грамотно выбирает варианты исполнения отдельных элементов проекта | Вопросы для собеседования Практические задания | Задание для курсовой работы Перечень вопросов |

9.1.2. Описание шкал и критериев оценивания сформированности компетенций при защите курсовой работы и сдаче комплексного экзамена

| Баллы | Оценка по традиционной шкале | Критерии оценивания сформированности компетенций | |
|----------|------------------------------|--|--|
| | | Устное собеседование | Курсовая работа |
| 86 - 100 | 5 (отлично) | Полный, исчерпывающий ответ, явно демонстрирующий глубокое понимание предмета и широкую эрудицию в оцениваемой области. Критический, оригинальный подход к материалу. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра. | Критическое и разностороннее рассмотрение вопросов, свидетельствующее о значительной самостоятельной работе с источниками. Качество исполнения всех элементов задания полностью соответствует всем требованиям. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра. |
| 75 – 85 | 4 (хорошо) | Ответ полный, основанный на проработке всех обязательных источников информации. Подход к материалу ответственный, но стандартный. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра. | Все заданные вопросы освещены в необходимой полноте и с требуемым качеством. Ошибки отсутствуют. Самостоятельная работа проведена в достаточном объеме, но ограничивается только основными рекомендованными источниками информации. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра. |
| 61 – 74 | | Ответ стандартный, в целом качественный, основан на всех обязательных источниках информации. | Работа выполнена в соответствии с заданием. Имеются отдельные несущественные ошибки или |

| | | | |
|---------|----------------------------|--|---|
| | | Присутствуют небольшие пробелы в знаниях или несущественные ошибки. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра. | отступления от правил оформления работы. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра. |
| 51 - 60 | 3 (удовлетворительно) | Ответ воспроизводит в основном только лекционные материалы, без самостоятельной работы с рекомендованной литературой. Демонстрирует понимание предмета в целом, без углубления в детали. Присутствуют существенные ошибки или пробелы в знаниях по некоторым темам. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра. | Задание выполнено полностью, но в работе есть отдельные существенные ошибки, либо качество представления работы низкое, либо работа представлена с опозданием. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра. |
| 40 – 50 | | Ответ неполный, основанный только на лекционных материалах. При понимании сущности предмета в целом – существенные ошибки или пробелы в знаниях сразу по нескольким темам, незнание (путаница) важных терминов. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра. | Задание выполнено полностью, но с многочисленными существенными ошибками. При этом нарушены правила оформления или сроки представления работы. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра. |
| 17 – 39 | 2 (неудовлетворительно) | Неспособность ответить на вопрос без помощи экзаменатора. Незнание значительной части принципиально важных элементов дисциплины. Многочисленные грубые ошибки. Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра. | Отсутствие одного или нескольких обязательных элементов задания, либо многочисленные грубые ошибки в работе, либо грубое нарушение правил оформления или сроков представления работы. Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра. |
| 1 – 16 | | Непонимание заданного вопроса. Неспособность сформулировать хотя бы отдельные концепции дисциплины. Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра. | Содержание работы полностью не соответствует заданию. Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра. |
| 0 | | Попытка списывания, использования неразрешенных технических устройств или пользования подсказкой другого человека (вне зависимости от успешности такой попытки). Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра. | Представление чужой работы, плагиат, либо отказ от представления работы. Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра. |

9.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки практического опыта, умений и знаний

9.2.1. Задание и перечень вопросов для устного собеседования по курсовой работе

Задание на курсовое проектирование: «Разработка плана рекламной кампании для осуществления выхода или продвижения фирмы».

Вопросы для устного собеседования при защите курсовой работы:

| № п/п | Формулировка вопросов |
|-------|---|
| 1 | Какой вариант плана из представленных является приоритетным и почему? |
| 2 | Чем обоснован выбор конкретных рекламных продуктов? |
| 3 | Назовите сроки запуска плана рекламной кампании, чем обоснованы эти сроки? |
| 4 | Сформулируйте УТП для заказчика рекламной кампании. |
| 5 | Как рассчитывался бюджет рекламной кампании, удовлетворяет ли он заказчика? |

| | |
|---|---|
| 6 | Какие компьютерные редакторы использовали при проектировании рекламных продуктов? |
| 7 | В чем состоит медиапланирование? |
| 8 | Что вкладывается в понятие фирменный стиль? |
| 9 | Как определяется портрет потребителя? |

9.2.2. Перечень вопросов и практических заданий по дисциплине для комплексного экзамена

Текстовая часть задания по *ПМ.02 «Производство рекламной продукции»* содержит следующую информацию:

- Информация от заказчика, называемая в дальнейшем «карточка объекта рекламирования»:

Разработать рекламную кампанию и материалы для продвижения новой медицинской клиники, которая предлагает своим пациентам пройти комплексное обследование всего организма за одно посещение. Запись на приём будет осуществляться на сайте клиники, либо по телефону call-центра. Только для взрослых пациентов. Адрес клиники: Санкт-Петербург, улица Восстания д. 9. Телефон call-центра: 5550000.

Схема взаимодействия с клиентами:

- клиент заходит на сайт клиники;
- знакомится с услугами и находит предложение пройти комплексное обследование за 10000 руб.;
- проходит короткую регистрацию;
- выбирает удобную дату и время прохождения обследования;
- получает подтверждение своей записи на сайте и на свой мобильный телефон.

Также в клинике предоставляются следующие услуги:

- диагностика: анализы, УЗИ, МРТ, компьютерная томография, рентген.
- прием врачей:

- терапевт- 1200 руб.
- окулист- 1300 руб.
- хирург – 1000 руб.
- невролог – 1500 руб.
- офтальмолог – 1000 руб.
- ортопед – 1200 руб.
- травматолог – 1100 руб.
- аллерголог – 1400 руб.
- кардиолог – 1300 руб.

Клиника имеет новейшее оборудование, высококвалифицированных специалистов.

Способы оплаты: наличные, по карте. Скидки постоянным клиентам.

Результаты исследований высылаются по почте на фирменных бланках с печатью, либо выдаются в клинике лично пациенту.

На основании представленной информации о фирме студенты выполняют задания в соответствии со следующими модулями:

- Модуль 1. Коммуникации с заказчиком (составление брифа)

Исходные данные: карточка объекта рекламирования.

Выполняемая работа:

- определение структуры брифа;
- преобразование карточки объекта рекламирования в бриф;
- проведение первичного анализа рынка и конкурентной среды;
- создание брифа и оценка соответствие его поставленной задаче;
- разработка дебрифа.

Ожидаемые результаты:

- рабочий файл брифа в формате Word с названием «Бриф»;
- рабочий файл дебрифа в Pdf-формате с названием «Дебриф»;

Выходной файл с результатами анализа рынка и конкурентной среды в формате Word с названием «Анализ рынка».

Все файлы расположить в папке с названием Модуль 1.

- Модуль 2. Ключевые элементы РК

Исходные данные: карточка объекта рекламирования, бриф, дебриф, фото свободного распространения из интернета (только кепчуринг без скачивания)

Выполняемая работа:

- проведение анализа конкурентной среды и ситуации на рынке; определение целевой аудитории (ЦА);
- разработка нейма и тестирование его на оригинальность;
- разработка слогана компании на основе проведенного анализа и тестирование его на оригинальность;

- первичная визуализация идеи (через mood board).

Ожидаемые результаты:

- характеристика ЦА и анализ конкурентов;
- 2-5 предварительных вариантов нейма и слоганов;
- итоговые варианты нейма и слогана;
- скрины экрана, подтверждающие оригинальность нейма и слогана;
- варианты неймов (файл в формате Word).

Все результаты расположить на макете mood board в формате PDF для печати на формате А4 с названием mood board.

Все файлы расположить в папке с названием Модуль 2.

- Модуль 3. Графика и инфографика.

Исходные данные: карточка объекта рекламирования, бриф, дебриф, анализ рынка и конкурентной среды, варианты нейма, макет mood board

Выполняемая работа:

- визуализация торговой марки (логотип, инфографика);
- разработка вариантов логотипа (2-4 шт.);
- выбор окончательного варианта (конвертация в стандарт, приемлемый для мини-сайта);
- разработка инфографики (2-3 вариантов);
- выбор не менее 2 итоговых вариантов (конвертация в стандарт, приемлемый для мини-сайта).

Ожидаемые результаты:

- наличие логотипа в формате PDF формата А4 с названием «Логотип»
- наличие не менее 2 различающихся файлов инфографики в PDF формата А4 с названием «Инфографика»

Все файлы расположить в папке с названием Модуль 3.

- Модуль 4. Планирование рекламной кампании

Исходные данные: карточка объекта рекламирования, бриф, дебриф, анализ рынка и конкурентной среды, варианты нейма, макет mood board, результаты, полученные в ходе выполнения предыдущих модулей.

Выполняемая работа:

- разработка плана рекламной кампании (РК);
- определение каналов продвижения торговой марки;

Ожидаемые результаты:

- таблица с планом рекламной кампании в формате Word с названием «РК»;
- список каналов продвижения торговой марки в формате Word с названием «РК» (тот же файл);

Файл «РК» расположить в папке с названием Модуль 4.

- Модуль 5. Презентация

Исходные данные: карточка объекта рекламирования, бриф, дебриф, отобранная версия нейма, макет mood board, скрины экранов, подтверждающих оригинальность разработок, файл логотипа, инфографика, план рекламной кампании, файл логотипа в векторном и растровом формате, 2-4 черновых вариантов логотипов.

Выполняемая работа:

- подготовка и сбор материалов для итоговой презентации проекта (из предыдущих модулей);
- подготовка электронной презентации (слайд-шоу, видео, анимация, скрайбинг и другие формы).

Ожидаемые результаты:

Итоговая электронная презентационная продукция (файл произвольного формата или иная форма коммуникации) с названием «Презентация» в папке Модуль 5. Проведение итоговой публичной защиты проекта (презентации).

Практическое задание выполняется на компьютере с использованием интернет-технологий и графических редакторов Adobe Illustrator и Adobe Photoshop. Обучающиеся должны дать определения терминов и описание основных этапов работы над заданием.

9.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и практического опыта

9.3.1. Условия допуска обучающегося к контрольной работе или сдаче экзамена и порядок ликвидации академической задолженности

Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся (принято на заседании Ученого совета 26.04.2021г., протокол № 5)

9.3.2. Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

устная письменная компьютерное тестирование иная

Иная – промежуточная аттестация по дисциплине выполняется в форме курсовой работы, защита проводится в виде компьютерной презентации работы.

Промежуточная аттестация по профессиональному модулю выполняется в форме комплексного экзамена, состоящего из теоретической и практической части, выполняемой на компьютере.

9.3.3. Особенности проведения комплексного экзамена – выполняется аудиторно в течение 4 академических часов и состоит из выполнения 1 практического задания и представления письменных пояснений к работе.

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ МОДУЛЬ

| | |
|--|---|
| ПМ.02 <i>(Индекс модуля)</i> | Производство рекламной продукции <i>(Наименование модуля)</i> |
|--|---|

1. Составляющие профессионального модуля

| Индексы | Наименования дисциплин, междисциплинарных курсов, практик | Объем (часы) |
|--|---|--------------|
| МДК.02.01 | Выполнение рекламных проектов в материале | 204 |
| МДК.02.02 | Проектная компьютерная графика и мультимедиа | 158 |
| МДК.02.03 | Техника и технологии рекламной фотографии | 160 |
| МДК.02.04 | Техника и технологии рекламного видео | 160 |
| УП.02.01 | Изготовление фото- и видео- рекламного продукта | 144 |
| УП.02.02 | Компьютерное проектирование рекламного продукта | 108 |
| Общая трудоемкость профессионального модуля | | 934 |

2. Цель профессионального модуля

Формирование у обучающихся компетенций в области производства рекламной продукции

3. Задачи профессионального модуля

- Получение обучающимся знаний и практического опыта в выборе и использовании инструментов, оборудования, основных изобразительных средств, материала, технологии для подготовки к производству и производства рекламного продукта

4. Фонд оценочных средств профессионального модуля предварительно одобрен работодателем

ООО «НикАрт», 21.06.2021
(Полное наименование предприятия / организации, дата экспертизы)