

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

«28» _____ 06 _____ 2022г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

МДК 01.02

(Индекс дисциплины)

Разработка творческой концепции рекламного продукта

(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	231		
	Обязательные учебные занятия	150		
	Лекции, уроки	100		
	Практические занятия, семинары	50		
	Лабораторные занятия			
	Курсовой проект (работа)			
	Самостоятельная работа (в т.ч. консультации)	81(12)		
Формы контроля по семестрам (номер семестра)	Экзамен (по профессиональному модулю)	4		
	Зачет			
	Контрольная работа	3,4		
	Курсовой проект (работа)			

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

и на основании учебного плана № 22-02/1/11, 21-02/1/11, 20-02/1/11

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: **ПМ.01** **Разработка и создание дизайна рекламной продукции**
(Индекс модуля) (Наименование профессионального модуля)

1.2. Цель дисциплины

Сформировать компетенции обучающегося в области дизайна рекламной продукции.

1.3. Задачи дисциплины

- изучение существующих направлений в рекламе и технологических процессов рекламного производства,
- развитие творческого мышления и прогрессивного мировоззрения в области современного дизайна,
- освоение методов и принципов проектирования основных видов рекламной продукции,
- 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 выполнения 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)

- Осуществлять поиск рекламных идей (ПК 1.1)
- Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы (ПК 1.2)
- Разрабатывать авторские рекламные проекты (ПК 1.3)
- Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений (ПК 1.4)
- Создавать визуальные образы с рекламными функциями (ПК 1.5)

1.5. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

- Иметь практический опыт:
- 1) выбора художественной формы реализации рекламной идеи (ОК 1-11, ПК 1.1-1.5),
 - 2) создания визуального образа с рекламными функциями (ОК 1-11, ПК 1.1-1.5),
 - 3) художественного конструирования рекламных продуктов по заданию (ОК 1-11, ПК 1.1-1.5)
- Уметь:
- 1) осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги (ОК 1-11, ПК 1.1-1.5),
 - 2) разрабатывать композиционное решение рекламного продукта (ОК 1-11, ПК 1.1-1.5),
 - 3) использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы (ОК 1-11, ПК 1.1-1.5)
 - 4) составлять рекламные тексты (ОК 1-11, ПК 1.1-1.5)
- Знать:
- 1) выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы (ОК 1-11, ПК 1.1-1.5),
 - 2) приемы и принципы составления рекламного текста;(ОК 1-11, ПК1.1-1.5)
 - 3) композицию, шрифтовую и художественную графики в рекламе (ОК 1-11 , ПК 1.1-1.5),
 - 4) методы проектирования рекламного продукта (ОК 1-11, ПК 1.1-1.5),
 - 5) методы психологического воздействия на потребителя (ОК 1-11, ПК 1.1-1.5)

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

- ОП.01 – Рисунок с основами перспективы – 1-3 семестр – ОК 1-11
 ОП.02 – Живопись с основами цветоведения - 1-3 семестр – ОК 1-11

2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование и содержание тем и форм контроля	Выделяемое время (часы)		
	очное обучение	очно-заочное обучение	заочное обучение
<p>1. Основные принципы проектирования рекламного продукта</p> <p>1.1 Начальные этапы работы над проектом. Получение задания. Бриф. Сбор информации. Схема – паутина. Работа с интернетом.</p> <p>1.2 Визуализация идеи, moodboard, коллаж, референс.</p> <p>1.3 Процесс нейминга. Инсайт, слоганы. Проверка на оригинальность.</p> <p>1.4 Отсев информации, обобщение, презентация проекта.</p>	20		
<p>2. Формирование корпоративного стиля.</p> <p>2.1 Комплексная разработка фирменного стиля. Брендбук, гайдлайн, логобук. Основные константы фирменного стиля, стилиобразующие элементы, носители фирменного стиля. Регистрация торговой марки.</p> <p>2.2 Логотип. От эскиза к вектору. ТЗ на логотип. Процесс проектирования фирменного блока: стилизация, упрощение, использование композиционных приёмов, использование модульной сетки, варианты совмещения элементов (знак, название, расшифровка сферы деятельности). Минимальное свободное поле. Недопустимые варианты использования логотипа. Виды логотипов. Gif-версия логотипа.</p> <p>2.3 Шрифт. Электронные версии шрифтовых гарнитур. Типографика. Знакомство с электронными версиями шрифтовых гарнитур. Свободные шрифты для коммерческого использования. Подбор шрифтовых пар. Иерархия шрифтов в документе. Форматирование текстовой части: трекинг, кернинг, интерлиньяж, выключка. Работа с текстом на разных цветовых подложках.</p> <p>2.4 Цвет. Классификация и основные термины цветов. Цветовые сочетания, схемы, формулы. Палитра Pantone. Определение цвета. Разница при работе с цветом на компьютере и с печатным материалом. Различие и чёткость цветов изготавливаемого рекламного продукта. Значение и психология цвета, цветовые ассоциации. Цвет в информационном дизайне.</p>	50		

Наименование и содержание тем и форм контроля	Выделяемое время (часы)		
	очное обучение	очно-заочное обучение	заочное обучение
2.5 Стилеобразующие элементы. Иконка (упрощённая версия логотипа), орнаменты, паттерны, градиенты, фактуры, фотографии, иллюстрации, маскот, пиктограммы. Процесс работы в графических редакторах.			
3. Презентация проекта фирменного стиля заказчику. Рекламный плакат. Изобразительные приёмы ассоциативного выражения темы. Роль и значение шрифта в рекламном плакате. Специфика и принципы композиционного построения шрифтового плаката. Макет.	14		
Текущий контроль - выполнение практического задания, устный опрос.	10		
Текущий контроль за 3 семестр - письменная работа	6		
4. Составляющие и функциональные носители фирменного стиля. 4.1 Внутренние и внешние носители: полиграфическая продукция. Составление ТЗ. Проработка прототипа - макет. 4.2 Работа в графических редакторах: Adobe Illustrator, Adobe Photoshop. Виды визиток, фирменный бланк, фирменная папка, конверт, бейдж. Процесс создания развёртки, многостраничного документа, работа со слоями, сохранение документа, процесс подготовки рекламного продукта к изготовлению. Визуализация на mock up. 4.3 Дизайн малых форм. Этикетки, пластиковые и подарочные карты	35		
5. Дизайн-проект рекламного буклета, листовки. 5.1 Рекламный буклет как вид печатной продукции в информационно-графическом комплексе. Функциональные задачи буклета. Единство стиля и композиции дизайна формы и графического содержания. Фотография и шрифт, типографика и цвет в буклете. 5.2 Рекламная листовка. Работа с форматами. Процесс обработки информации, подбор визуальной составляющей.	20		
6. Дизайн упаковки. 6.1 Реклама товара, её виды, функциональные задачи. Принципы проектирования рекламы товара, способствующее его продвижению в условиях современных рыночных отношений. Упаковка, как вид рекламной продукции. Роль упаковки в повышении рейтинга товарной продукции. Виды и качественные различия упаковок. Дизайн и современные технологии, материалы изготовления упаковочной продукции. 6.2 Макет упаковки. Развёртка, работа в графических редакторах со слоями. Визуализация в объёме. Изготовление	20		
7. Реклама торгового предприятия. Проект фасада (вывески, витрины). Комплексное решение рекламы торгового предприятия. Функциональные особенности и роль фасадной рекламы. 7.1 Работа с вывеской. Подбор материалов, в зависимости от технических возможностей и дизайна. Процесс согласования вывески. 7.2 Методика разработки дизайн-проекта витрины. Визуализация рекламной идеи. Технологические возможности и современные материалы, используемые для изготовления витрин. 7.3 Разработка дизайн-проекта оформления входа в торговое пространство. Таблички на дверь, указатели.	20		
8. Сувенирная продукция и фирменные аксессуары. Единство фирменного стиля и всех его носителей. Комплексное брендрование: промоподарки, бизнес-подарки, фирменная одежда. Обработка изображений под брендрование. Процесс изготовления сувенирной продукции.	10		
9. Портфолио специалиста по рекламе. Виды, возможности 9.1 Разработка концепции преподнесения информации: содержание, проекты. 9.2 Макет листа портфолио; размещение творческих работ	10		
Текущий контроль - выполнение практического задания, устный опрос.	10		
Промежуточная аттестация за 4 семестр – письменная контрольная работа	6		
Комплексный экзамен по профессиональному модулю – 4 семестр			
ВСЕГО:	231		

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

3.1. Лекции, уроки

Номера изучаемых тем	Очное обучение		Очно-заочное обучение		Заочное обучение	
	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)
Тема 1.1	3	4				
Тема 1.3	3	2				
Тема 1.4	3	2				
Тема 2.1	3	7				
Тема 2.2	3	6				
Тема 2.3	3	6				
Тема 2.4	3	6				
Тема 2.5	3	2				
Тема 3	3	2				
Контрольная работа	3	2				
Тема 4.1	4	6				
Тема 4.2	4	6				
Тема 4.3	5	2				
Тема 5.1	5	6				
Тема 5.2	5	2				
Тема 6.1	5	6				
Тема 6.2	5	4				
Тема 7.1	5	6				
Тема 7.2	5	5				
Тема 7.1	5	4				
Тема 7.3	5	4				
Тема 8	5	4				
Тема 9.1	5	2				
Тема 9.2	5	2				
Контрольная работа	5	2				
ВСЕГО:		100				

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 Схема ассоциаций	3	2				
Тема 1.2	Практическая работа №2 Mood board, референс, коллаж	3	2				
Тема 1.3	Практическая работа №3 Инсайт	3	2				
Тема 1.4	Практическая работа №4 Нейминг. Проверка на оригинальность	3	2				
Тема 1.4	Практическая работа №5 Эскизы логотипов	3	2				
Тема 1.4	Практическая работа №6 Макет листа А1. Презентация проекта: «Начальные этапы работы над проектом»	3	4				
Тема 2.2	Практическая работа №7 Логотип от эскиза в вектор	4	2				
Тема 2.3	Практическая работа №8 Фирменный шрифт	4	2				

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 2.4	Практическая работа №9 Фирменный цвет	4	2				
Тема 2.5	Практическая работа №10 Стилеобразующие элементы	4	2				
Тема 3	Практическая работа №11 Разработка плаката по проекту: «Фирменный стиль»	4	4				
Тема 4.2	Практическая работа №12 Полиграфическая продукция	4	2				
Тема 4.3	Практическая работа №13 Дизайн малых форм	4	2				
Тема 5.1	Практическая работа №14 Дизайн буклета	4	2				
Тема 5.2	Практическая работа №15 Дизайн листовки	4	2				
Тема 6.2	Практическая работа №16 Дизайн упаковки	4	2				
Тема 7.1	Практическая работа №17 Вывеска	4	2				
Тема 7.2	Практическая работа №18 Витрина	4	2				
Тема 7.3	Практическая работа №19 Оформление входа	4	2				
Тема 8	Практическая работа №20 Сувенирная продукция	4	2				
Тема 9.1	Практическая работа № 21 Плакат А1 «Разработка рекламных продуктов»	4	4				
Тема 9.2	Практическая работа № 22 Размещение работ в портфолио	4	2				
ВСЕГО:			50				

4. КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Не предусмотрено

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
1.1-1.4 2.1-2.6	Устный опрос	4	2				
3.1-3.3	Выполнение практического задания	4	3				
4.1-4.5 5.1-5.3	Устный опрос	5	2				
6.1-6.3	Выполнение практического задания	5	3				

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	4	5				
Выполнение практических заданий	4	16				
Подготовка к устному опросу	4	8				
Консультации	4	4				
Подготовка к контрольной работе	4	4				
Усвоение теоретического материала	5	8				
Выполнение практических заданий	5	18				
Подготовка к устному опросу	5	6				
Консультации	5	8				
Подготовка к контрольной работе	5	4				
ВСЕГО:		81				

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
Лекции: обеспечивают теоретическое изучение дисциплины с пояснениями на примера реальных рекламных продуктов	Диспут, дискуссия	10		
Комбинированные уроки: обеспечивают теоретическое изучение дисциплины и одновременно контролируют уровень освоения нового материала за счет текущего контроля	Опрос, поиск вариантов решения проблемных заданий, презентация домашнего задания	28		
Практические занятия: Выполнение практических заданий на разработку творческой концепции рекламных продуктов различных форм	Работа в команде и ролевых группах, метод мозгового штурма	70		
ВСЕГО:		108		

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 теоретических и практических занятий, своевременная сдача практических работ	30	3 семестр: <ul style="list-style-type: none"> 2 балла за каждое занятие (всего 31 занятие), максимум 62 балла 5 баллов за каждую сданную практическую работу (всего 6 работ), максимум 30 баллов

			<ul style="list-style-type: none"> • 8 баллов за своевременность сдачи практических работ <u>4 семестр:</u> • 1.5 балла за каждое занятие (всего 44 занятия), максимум 66 баллов • 2 балл за каждую сданную практическую работу (всего 12 работ), максимум 24 баллов • 10 баллов за своевременность сдачи практических работ
2.	Подготовка и представление устных докладов на занятии либо участие в неделе «Рекламы» с презентацией	20	<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.
4.	Выполнение контрольной работы за семестр	50	<ul style="list-style-type: none"> • Ответ на теоретические вопросы (полнота, владение терминологией, затраченное время) – максимум 40 баллов; • Выполнение практического задания - максимум 60 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 Комиссарова, М. Н. Разработка проектов: рекламный менеджмент и маркетинг : учебное пособие для СПО / М. Н. Комиссарова. — Саратов : Профобразование, 2020. — 135 с. — ISBN 978-5-4488-0848-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/95594.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей.
2. 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>

б) дополнительная учебная литература

1. Сергеева, З. Н. Технология рекламы : учебное пособие / З. Н. Сергеева, Е. А. Сайкин. — Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2020. — 83 с. — ISBN 978-5-7782-4107-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/99228.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей
2. Кузнецов, П. А. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии / П. А. Кузнецов. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К, 2021. — 132 с. — ISBN 978-5-394-04258-4. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/110986.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

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

1. Сивунова М Е Разработка творческой концепции рекламного продукта. МДК.01.02 [Электронный ресурс]: практикум / Сивунова М Е — СПб.: СПбГУПТД, 2022.— 48 с.— Режим доступа: http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2022182, по паролю.
2. 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)

Программное обеспечение:

Microsoft Windows 10 Pro, Office Standart 2022
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

На 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	Указывает профессиональную литературу, выставки, участвует в профессиональных конкурсах	Практические задания	Перечень заданий для контрольной работы
ОК2	Определяет основные этапы проектирования рекламного продукта, описывает выразительные средства рекламных коммуникаций	Практические задания	Перечень заданий для контрольной работы
ОК3	Формулирует основные принципы создания творческой концепции рекламного продукта, находит решение профессиональных задач в нестандартных ситуациях	Практические задания	Комплект практических заданий
ОК4	Формулирует принципы поиска и использования профессиональной	Вопросы для	Перечень вопросов по дисциплине (29

Коды компетенций	Показатели оценивания компетенций	Наименование оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде УМК цикловой комиссии
	информации, эффективно применяет полученную информацию	письменного ответа	вопросов)
ОК5	Грамотно выбирает профессиональную информацию в сети интернет для формирования своей творческой идеи	Практические задания	Перечень заданий для контрольной работы
ОК6	Представляет результаты, полученные в совместной работе с коллективом	Вопросы для письменного ответа	Перечень вопросов для экзамена
ОК7	Формирует творческую идею по результатам совместного обсуждения, расписывает план работы членов команды	Практические задания	Перечень заданий для контрольной работы
ОК8	Использует информацию, полученную при самостоятельном изучении профессиональной литературы и интернет-порталов	Вопросы для письменного ответа	Перечень вопросов по дисциплине (29 вопросов)
ОК9	Использует знания и сведения о новых технологиях при разработке концепции рекламной кампании	Контрольная работа	Перечень заданий для контрольной работы
ОК10	Формулирует и представляет бриф по результатам общения с заказчиком	Практические задания	Сборник практических заданий
ОК11	Составляет презентационную речь, использует профессиональную терминологию, выступает перед аудиторией	Практические задания Вопросы для письменного ответа	Сборник практических заданий Перечень вопросов по дисциплине (29 вопросов)
ПК1.1	Осуществляет поиск рекламных идей и творческих решений при разработке рекламных продуктов	Практические задания	Сборник практических заданий
ПК 1.2	Выбирает необходимые художественные средства для реализации рекламной идеи	Практические задания Вопросы для письменного ответа	Перечень заданий для контрольной работы Перечень вопросов по дисциплине (29 вопросов)
ПК 1.3	Осуществляет поиск аналогов рекламных продуктов, сравнивает, анализирует, создаёт собственный эскизный вариант рекламного продукта	Вопросы для письменного ответа	Перечень вопросов по дисциплине (29 вопросов)
ПК 1.4	Составляет рекламные тексты, легенды, девизы, слоганы, разрабатывает нейминг для предложенного задания	Практические задания Вопросы для письменного ответа	Перечень заданий для контрольной работы; Перечень вопросов по дисциплине (29 вопросов)
ПК 1.5	Составляет визуальные рекламные образы при эскизировании	Практические задания	Перечень заданий для контрольной работы

9.1.2. Описание шкал и критериев оценивания сформированности компетенций

Баллы	Оценка по традиционной шкале	Критерии оценивания сформированности компетенций
		Письменная работа



86 - 100	5 (отлично)	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)	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		Работа выполнена в соответствии с заданием. Имеются отдельные несущественные ошибки или отступления от правил оформления работы. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.
51 - 60	3 (удовлетворительно)	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		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)	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		Содержание работы полностью не соответствует заданию. Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.
0		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. Перечень вопросов по дисциплине

№ п/п	Формулировка вопросов
1.	Понятие брифа. Общение с заказчиком. Этапы работы.
2.	Фирменный стиль: фирменные цвета, фирменный шрифт, фирменная папка.
3.	Логотип, лозунг, эмблема, название – что это такое? Этапы и особенности работы.
4.	Виды печатной продукции.
5.	Начальные этапы работы над проектом. Схема
6.	Презентация, принципы проведения презентации.
7.	Особенности работы с цветом при проектировании рекламных продуктов.
8.	Цвет в информационном дизайне.
9.	Шрифтовые гарнитуры. Специфика работы над шрифтовыми гарнитурами.
10.	Основные виды макетов страницы печатной продукции.
11.	Основные стили макетов страницы печатной продукции.
12.	Плакат, особенности плаката при проектировании этого вида печатной продукции.
13.	Афиша, учет особенности при проектировании этого вида печатной продукции.
14.	Буклет, учет особенностей буклета при проектировании этого вида печатной продукции.
15.	Виды печати, учет особенности работы над проектом при выборе определённого вида печати.
16.	Вывеска, учет особенностей при проектировании этого вида рекламной продукции.
17.	понятие витрины, учет особенностей при проектировании этого вида рекламной продукции.
18.	Определение сувенирной продукции. Какие особенности нужно учитывать при проектировании этого вида рекламной продукции.
19.	Понятие упаковки. Особенности проектирования этого вида рекламной продукции.
20.	Виды упаковки. Упаковка со вторичным использованием.
21.	Основные функции рекламного продукта.
22.	Основные принципы проектирования наружной рекламы.
23.	Понятие пиктограммы. Особенности проектирования. Художественные приёмы при создании данного вида рекламного продукта. Область применения.

Варианты типовых заданий (задач, кейсов) по дисциплине

№ п/п	Условия типовых заданий (задач, кейсов)	Вариант ответа
3 семестр		
1.	Разработать схему ассоциаций по своему проекту	
2	Разработать в программе Adobe Illustrator стилеобразующие элементы по своему проекту: векторная иллюстрация, фактуры, паттерны, орнамент, пиктограммы, иконку, градиент и другие элементы	
2.	4 семестр	

<p>Разработать в программе Adobe Illustrator плакат А1 «Разработка рекламных продуктов». Полиграфическая продукция: буклет, упаковка, оформление входа (вывеска, витрина); сувенирная продукция, реклама на транспорте</p>	
--	---

9.2.2 Перечень вопросов и практических заданий по дисциплине для комплексного экзамена

Текстовая часть задания по **ПМ.01 «Разработка и создание дизайна рекламной продукции»** содержит следующую информацию:

- Информация от заказчика:

Коттеджный посёлок премиум класса на берегу Щучьего озера. Именно здесь можно сполна насладиться комфортом и безопасностью загородной жизни. Охраняемая и ограждённая от проникновения посторонних лиц территория оснащена всеми необходимыми инфраструктурными элементами – проложены дороги и коммуникации, оборудованы места отдыха и прогулок.

Преимущества:

- удобное расположение;
- большая площадь земельных участков;
- персональные террасы для спуска к воде и частный пляж;
- авторские проектные решения;
- комплексное благоустройство территории.

Расположение коттеджного посёлка поистине уникально. Он находится на берегу одного из самых живописных озёр Ленинградской области – озере Щучьем. Посёлок предназначен для круглогодичного проживания. Адрес: Ленинградская область, озеро Щучье, посёлок Комарово. Телефон: 2345678

В коттеджном посёлке представлены коттеджи различной площади, в том числе:

- 80 м², 1 этаж – 15 млн. руб.;
- 120 м², 1 этаж – 20 млн. руб.;
- 200 м², 2 этажа – 30 млн. руб.;
- 250 м², 2 этажа – 35 млн. руб.;
- 400 м², 3 этажа – 50 млн. руб.

В каждом коттедже есть сауна, камин, гараж, терраса, полная отделка, круглосуточная охрана, территория частного пляжа, стоянка для лодок.

Перед исполнителем заказчик формулирует технические задания, которые содержат его требования к проекту и задачам, которые должны быть решены в проекте.

- Техническое задание №1. Разработка логотипа

- 1) дизайн логотипа в программе Adobe Illustrator (AI). Мы хотим получить логотип со знаком, который гармонично включён в типографическую композицию и отражает деятельность компании;
- 2) цветовое решение - используйте ассоциативные цвета, которые связаны с природой и экологией. Категорически запрещаются оттенки красного цвета;
- 3) обязательные элементы – должен быть включен текст из предложенной информации;
- 4) технические ограничения:
 - вы можете использовать до двух цветов для создания первой цветной версии логотипа;
 - вы можете использовать до двух триадных цветов для создания второй цветной версии логотипа;
 - вы можете использовать только 100% черный цвет для создания черно-белой версии логотипа и инверсии в одном файле;
 - логотип должен иметь знак;

- 5) треппинг 0,2 pt, если логотип будет иметь пересекающие заливочные области;
- 6) формат выходных файлов - один PDF для цифровой печати без меток реза и блидов, один файл формата A4 для всех версий логотипа и EPS файл для каждой версии логотипа.

- Техническое задание №2. Правила использования логотипа (сжатый вариант) в программе Adobe Illustrator (AI).

Создать правила использования логотипа, который будет применяться для создания продуктов корпоративного дизайна.

Обязательно наличие следующих элементов:

- логотип в цветной версии CMYK;
- логотип ЧБ (100% K) и выворотка на 100% к плашке;
- цветовое поведение логотипа на цветных плашках (смотри пример);
- фирменный паттерн;
- фирменная гарнитура (для заголовков, основного текста, надписей);
- фирменные цвета (основные и второстепенные);

Вы можете добавлять определённые графические объекты в зависимости от дизайнерской концепции.

Требуемые технические параметры:

- формат: A4;
- цвет: CMYK.

Формат выходных файлов - один финальный файл PDF/X-1a:2003, один рабочий файл AI.

- Техническое задание №3. Создание визитки в программе Adobe Illustrator (AI).

Обязательно наличие следующих элементов:

- логотипа (задание 1);
- текста из представленной информации.

Требуемые технические параметры:

- формат: 90x50 мм двухсторонняя;
- блиды: 3 мм;
- цвет: CMYK;
- ICC Profile: Coated FOGRA39.

Возможно использование собственного фирменного паттерна или графических элементов, а также треппинг и оверпринт (если требуется).

Формат выходных файлов - один финальный файл PDF/X-1a:2003 (с блидами, метками реза, цветовой палитрой и регистрационными метками) и один рабочий файл AI.

- Техническое задание №4. Создание бланка компании в программе Adobe Illustrator (AI) для использования его в делопроизводстве.

Обязательно наличие следующих элементов:

- логотипа (задание 1);
- текста из представленной информации.

Требуемые технические параметры:

- формат: A4 односторонняя;
- блиды: 3 мм;
- цвет: CMYK/

Возможно использование собственного фирменного паттерна или графических элементов, а также треппинг и оверпринт (если требуется).

Формат выходных файлов - один финальный файл PDF/X-1a:2003 (с блидами, метками реза) и один рабочий файл AI.

- Техническое задание №5. Создание флага-паруса.

Вы должны сделать визуальный дизайн флага-паруса, который будет располагаться рядом с офисом продаж коттеджного посёлка. Для создания визуализации используйте предоставленный шаблон из папки медиа. Вы можете оставить его в виде картинки или преобразовать в вектор.

Обязательно наличие следующих элементов:

- логотипа (задание 1);
- фирменного паттерна.

Требуемые технические параметры:

- формат: A5;
- цвет: CMYK.

Формат выходных файлов - файл PDF.

- Техническое задание №6. Плакат.

Дизайн рекламного плаката должен быть ярким. Необходимо разработать плакат, который содержит только одну из предложенных фотографий, содержать необходимую контактную информацию и слоганы, призывающие потенциальную целевую аудиторию. Используйте цвета, которые являются фирменными.

Требуемые технические параметры:

- плакат должен содержать логотип, текст из предложенной информации;
- размер 841x1189 мм;
- цвет CMYK;
- разрешение 32 dpi.

Формат выходных файлов - один файл pdf и 1 финальная презентационная композиция формата А3 из четырех экранов и одного плаката. Композиция должна быть сохранена в формате PDF для цифровой печати под названием «Печать» в папке «Финал».

Выполнение заданий заканчивается презентацией проекта, выполняемой в виде финальной композиции на формате А1, содержащей следующие элементы:

- правила использования логотипа;
- варианты визиток;
- фирменный бланк;
- плакат;
- флаг парус.

Композиция должна быть сохранена в формате PDF для цифровой печати под названием «Печать» в папке УУ_Модуль_1, распечатана, обрезана по формату А1 распечатки и наклеена на презентационную доску.

Вместе с заданием студенты получают текст Инструкции:

«Создайте папку на рабочем столе под названием УУ_Модуль_1 (где уу обозначает номер вашей рабочей станции). Эта папка должна содержать следующие вложенные папки “Задание 1, задание 2, задание 3, задание 4, задание 5, задание 6”. Вложенные папки должны содержать две папки: папку с именем “оригинал”, в которую помещены все файлы, используемые для работы, и папку с названием “финал”, в которую помещены все конечные файлы. Файлы формата jpg не принимаются. Допустимы только форматы файлов PDF, AI.»

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

9.3.1. Условия допуска обучающегося к сдаче (экзамена, зачета или защите курсовой работы) и порядок ликвидации академической задолженности

Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся (принято на заседании Ученого совета 28.06.2022г., протокол № 12)

9.3.2. Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

устная письменная компьютерное тестирование иная

9.3.3. Особенности проведения контрольной работы за семестр – проводится аудиторно в течение 2 часов. Выполняется письменно и состоит в ответе на теоретический вопрос и выполнении практического задания.

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ МОДУЛЬ

ПМ.01

(Индекс модуля)

Разработка и создание дизайна рекламной продукции

(Наименование модуля)

1. Составляющие профессионального модуля

Индексы	Наименования дисциплин, междисциплинарных курсов, практик	Объем (часы)
МДК.01.01	Художественное проектирование рекламного продукта	183
МДК.01.02	Разработка творческой концепции рекламного продукта	231
УП.01.01	Учебная практика, изучение и анализ видов рекламы	144
Общая трудоемкость профессионального модуля		558

2. Цель профессионального модуля

- Сформировать компетенции обучающегося в области художественного проектирования и разработки рекламной продукции с использованием проектной и компьютерной графики и применением методов психологического воздействия на потребителя.

3. Задачи профессионального модуля

- осуществлять выбор художественной формы рекламной идеи,
- разрабатывать композиционное решение рекламного продукта,
- применять выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы.
- использовать методы проектирования рекламного продукта с учетом психологического воздействия на потребителя