

КОЛЛЕДЖ ТЕХНОЛОГИИ, МОДЕЛИРОВАНИЯ И УПРАВЛЕНИЯ

(Наименование колледжа)

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор,
проректор по учебной работе
_____ А.Е. Рудин

Рабочая программа профессионального модуля

ПМ.04

**Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений,
основных креативных решений и творческих материалов на
основных рекламных носителях**

Учебный план: № 24-02-1-8

Код, наименование
специальности: 42.02.01 Реклама

Квалификация выпускника: Специалист по рекламе

Уровень образования: Среднее профессиональное образование

Форма обучения: очная

План учебного процесса

Наименование части профессионального модуля	Форма контроля	академических часов							Семестр	
		Трудоёмкость модуля	Аудиторной нагрузки	Лекции, уроки	Практические занятия	Консультации	Курсовое проектирование	Самостоятельная работа		Промежуточная аттестация
МДК.04.01 Копирайтинг. Презентация рекламной кампании	Контр. работа Зачет диф.	94	86	26	56	4		8		3,4
МДК.04.02 Разработка и создание рекламных продуктов на основных рекламных носителях	Контр. работа, курсовая работа.	144	136	30	82	18		14		3,4
ПП 04.01 Производственная практика, Создание рекламного контента для продвижения марки / бренда / организации (преддипломная)	Зачет с оценкой	72						72		4
ПМ.04.ЭК Экзамен по модулю	экзамен	12							12	4
Итого		322	216	56	138	22		94	12	

Санкт-Петербург
2024

Рабочая программа профессионального модуля составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 «Реклама», утверждённым приказом Министерства просвещения России **21.07.2023 N 552**

Составитель(и): Киреева М.С., Новикова А.Я.
(Ф.И.О., подпись)

Председатель цикловой
комиссии: Киреева М.С.
(Ф.И.О., подпись)

СОГЛАСОВАНИЕ:

Директор колледжа,
реализующего
образовательную
программу: Леонов С.А.
(Ф.И.О., подпись)

Методический отдел: Ястребова С.А.
(Ф.И.О. сотрудника отдела, подпись)

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа профессионального модуля является частью профессионального цикла основной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО 42.02.01 «Реклама»

1.2. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен освоить основной вид деятельности «Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях», и соответствующие ему общие и профессиональные компетенции:

1.2.1 Перечень общих компетенций

Код	Наименование общих компетенций
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста

1.2.2 Перечень профессиональных компетенций

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
ВД 4	Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях
ПК.4.1.	Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании
ПК.4.2.	Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной компании
ПК.4.3	Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/ организации в сети Интернет

1.2.3. В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

Знать	<ul style="list-style-type: none">- способов анализа рынка, целевой аудитории и конкурентной среды;- аудиторию различных средств рекламы;- формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда;- методов и технологии изучения рынка, его потенциала и тенденций развития;- преобразовывать требования заказчика в бриф-инструментов рекламного планирования- виды и инструменты маркетинговых коммуникаций- принципы выбора каналов коммуникации;- важность учета пожеланий заказчика при разработке системы маркетинговых коммуникаций и определении рекламных носителей.- логику и структуру плана рекламной кампании;- логику и структуру медиаплана;- структуру брифа и требования к нему;- типов рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет;
-------	---

	<ul style="list-style-type: none"> - способов разработки рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет. - важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей в сети Интернет. - отраслевую терминологию; - требования к визуальным и текстовым материалам в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией;
Уметь	<ul style="list-style-type: none"> - производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей; - производить качественные аналитические исследования конкурентной среды - уметь организовывать и уверенно проводить маркетинговые исследования, определять их задачи - определять ключевые цели рекламной кампании - формулировать задачи рекламной кампании исходя из целей рк - осуществлять выбор форм, каналов и методов рекламного продвижения - определять эффективность хода рк и осуществлять его коррекцию для достижения максимальной эффективности; - составлять полнофункциональные брифы на рк с учетом результатов анализа рынка и конкурентной среды; - создавать план рк с учетом поставленных целей и задач; - эффективно настраивать рекламную кампанию для достижения максимальных кpi - доводить информацию заказчика до ца; - определять тип рекламной стратегии продвижения бренда в сети интернет; - разрабатывать рекламную стратегию продвижения бренда в сети интернет. - использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете; - использовать поисковые системы интернета; - использовать технологии поисково-контекстной рекламы; - разрабатывать элементы фирменного стиля и рк с учетом пожеланий и профиля заказчика; - использовать современные приемы и технологии проведения и управления презентациями; - определять эффективные утп (уникальные торговые предложения) и офферы; - проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность.
Иметь практический опыт	<ul style="list-style-type: none"> - выявления основных и второстепенных конкурентов; - проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды. - проведения анализа рынка; - проведения качественных аналитических исследований рынка; - проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды. - определения целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий - Планирования системы маркетинговых коммуникаций - Разработки стратегии маркетинговых коммуникаций - Планирования системы маркетинговых коммуникаций - разработки стратегии маркетинговых коммуникаций - аналитической работы при разработке стратегии продвижения в сети Интернет; - выбора оптимальной стратегии продвижения в сети Интернет; - подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопро젝тов объекта рекламирования с учетом Уникального Торгового Предложения (УТП); - поиска и подбора оригинального нейма и слогана. -определения оригинальной идеи для рекламной кампании; - подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопро젝тов объекта рекламирования с учетом инсайта для РК.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Структура профессионального модуля

Коды профессиональных/общих компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Суммарный объем нагрузки, час.	Объем профессионального модуля, час								
			Работа обучающихся во взаимодействии с преподавателем, час.						Самостоятельная работа	Экзамен по модулю	
			Обучение по МДК			Практики					
			Всего	В том числе			Учебная	Производственная			Курсовых работ (проектов)
Лекции	Практические занятия	консультации									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
ПК 4.1 - 4.3 ОК 01, 02, 03, 05	Раздел 1 Копирайтинг. Презентация рекламной кампании	94	86	26	56	4				8	
ПК 4.1 - 4.3 ОК 01, 02, 03, 05	Раздел 2 Разработка и создание рекламных продуктов на основных рекламных носителях	144	130	30	82	18				14	
ПК 4.1 - 4.3 ОК 01, 02, 03, 05	Производственная практика, Создание рекламного контента для продвижения марки / бренда / организации (преддипломная)	72						72		72	
ПК 4.1 - 4.3 ОК 01, 02, 03, 05	ПМ.04.ЭК Экзамен по модулю	12									12
	Всего:	322	216	56	138	22				94	12

2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля (ПМ)

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов
1	2	3
МДК.04.01 Копирайтинг. Презентация рекламной кампании		94
Раздел 1 Творческая концепция в рекламе.		34
Тема 1.1. Творческая концепция в рекламе	Содержание	28
	Рекламный продукт: технологические и творческие аспекты. Творческие решения рекламной задачи: рациональный и эмоциональный подходы	-
	Визуализация идеи, moodboard, коллаж, референс. Процесс нейминга. Инсайт, слоганы. Проверка на оригинальность.	
	Креативный бриф. Структура брифа. Модели креативных рекламных брифов.	
	Основные элементы маркетинговой информации рекламного текста. Интралингвистические особенности рекламного	

	текста. Стилистические приемы рекламного текста. Особенности текстового оформления рекламной продукции.	
	В том числе практических занятий	28
	Практическое занятие № 1 «Mood board, референс, коллаж»	2
	Практическое занятие №2 «Инсайт»	2
	Практическое занятие №3 «Нейминг. Проверка на оригинальность»	2
	Практическое занятие №4 «Составление рекламного сообщения по жанрам»	2
	Практическое занятие №5 «Составление рекламного сообщения публицистическо-информационного характера»	2
	Практическое занятие №6 «Создание слогана по индивидуальным заданиям»	2
	Практическое занятие №7 «Создание нескольких вариантов заголовков к готовым текстам»	2
	Практическое занятие №8 «Разработка рекламного текста по заданной теме»	4
	Практическое занятие №9 «Выполнение эскиза рекламы с использованием особенности психологии цвета»	2
	Практическое занятие №10 «Создание текста для интернет-рекламы по индивидуальным заданиям»	4
	Практическое занятие №11 «Анализ рекламных обращений известной потребительской торговой марки»	4
	Текущий контроль – просмотр работ	
Самостоятельная работа обучающихся		2
	Консультации	2
Промежуточная аттестация – контрольная работа		2
Всего в семестре		34
Раздел 2. Формирование корпоративного стиля.		60
Тема 2.1. Комплексная разработка фирменного стиля.	Содержание	8
	Комплексная разработка фирменного стиля. Брендбук, гайдлайн, логобук	6
	Основные константы фирменного стиля, стилеобразующие элементы, носители фирменного стиля.	
	Регистрация торговой марки. Текущий контроль – устный опрос	
	В том числе практических занятий	2
	Практическое занятие №12 «Создание зрительного образа фирмы»	2
Тема 2.2. Логотип.	Содержание	10
	ТЗ на логотип.	6
	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 Текущий контроль – устный опрос	
	В том числе практических занятий	
	Практическое занятие №13 «Логотип от эскиза в вектор»	2
	Практическое занятие №14 «Разработка основных фирменных констант»	2
Тема 2.3. Шрифт. Электронные версии шрифтовых гарнитур. Типографика.	Содержание	8
	Знакомство с электронными версиями шрифтовых гарнитур. Свободные шрифты для коммерческого использования.	6
	Подбор шрифтовых пар. Иерархия шрифтов в документе.	
	Форматирование текстовой части: трекинг, кернинг,	

	интерлиньяж, выключка. Работа с текстом на разных цветowych подложках. Текущий контроль – устный опрос	
	В том числе практических занятий	2
	Практическое занятие №15 «Фирменный шрифт»	2
Тема 2.4. Цвет.	Содержание	8
	Классификация и основные термины цветов. Цветовые сочетания, схемы, формулы. Палитра Pantone.	6
	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. Текущий контроль – устный опрос	
	В том числе практических занятий	2
	Практическое занятие №16 «Фирменный цвет»	2
Тема 2.5. Стилеобразующие элементы.	Содержание	8
	Иконка (упрощённая версия логотипа), орнаменты, паттерны, градиенты, фактуры, фотографии, иллюстрации, маскот, пиктограммы.	2
	Процесс работы в графических редакторах.	
	В том числе практических занятий	6
	Практическое занятие №17 «Стилеобразующие элементы»	2
	Практическое занятие №18 «Разработка макета рекламного плаката»	2
	Практическое занятие №19 «Разработка макета рекламной листовки»	2
	Текущий контроль – просмотр работ	
Тема 2.6. Презентация проекта фирменного стиля заказчику.	Содержание	8
	Рекламный плакат. Изобразительные приёмы ассоциативного выражения темы. Роль и значение шрифта в рекламном плакате.	-
	Специфика и принципы композиционного построения шрифтового плаката. Макет.	
	В том числе практических занятий	8
	Практическое занятие №20 «Работа над проектом-концепцией корпоративного фирменного стиля»	2
	Практическое занятие №21 «Разработка проекта-концепции фирменного стиля (эскизирование)»	2
	Текущий контроль – просмотр работ	
	Практическое занятие №22 «Разработка проекта-концепции фирменного стиля. (Работа в программах)	4
Самостоятельная работа обучающихся		6
Консультации		2
Промежуточная аттестация – зачет с оценкой		
Разработка проекта-концепции фирменного стиля. (Графическая подача проекта)		2
Всего в семестре		60
Всего в МДК.04.01		94
МДК.04.02 Разработка и создание рекламных продуктов на основных рекламных носителях		
РАЗДЕЛ 1. СИСТЕМА КОРПОРАТИВНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ В РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ		4
Тема 1 Разработка плана рекламной кампании	Содержание учебного материала	4
	Коммуникация с заказчиком. Составление клиентского брифа. Сбор информации в различных источниках и обработка данных. Креативный бриф	1
	Маркетинговые исследования. Анализ отрасли и динамики	1

	рынка, анализ конкурентной среды, определение ЦА (ВТВ, ВТС), портрета потребителя. Текущий контроль – устный опрос	
	Планирование рекламной кампании. Медиапланирование. Выбор каналов продвижения	1
	Разработка ключевых элементов рекламной кампании. Копирайтинг Текущий контроль – устный опрос	1
РАЗДЕЛ 2. РАЗРАБОТКА РЕКЛАМНЫХ НОСИТЕЛЕЙ		32
Тема 2.1 Подготовительный этап. Анализ и исследование	Содержание учебного материала	4
	Работа с брендбуком, гайдлайном существующих компаний. Разработка рекламных акций. Разработка внутренних и внешних носителей. Составление ТЗ	4
Тема 2.2 Подготовка макетов к печати. Виды печати, материалы, оборудование	Содержание учебного материала	2
	Подготовка макетов к печати. Виды печати, материалы, оборудование. <i>Текущий контроль</i> – тестирование	2
Тема 2.3 Наружная реклама. Привязка к местности, визуализация	Содержание учебного материала	17
	Наружная реклама. Привязка к местности, визуализация	4
	В том числе, практических занятий	13
	1. Практическое занятие. Билборд	2
	2. Практическое занятие. Остановка	2
	3. Практическое занятие. Реклама на транспорте	3
	4. Практическое занятие. Реклама внутри транспорта	3
5. Практическое занятие. Реклама в метро	3	
Тема 2.4 Реклама на местах продаж.	Содержание учебного материала	9
	В этом разделе представлен каталог средств рекламы в местах продаж (<i>Point-of-Sale Advertising</i>), который содержит информацию об их назначении, функциях и характеристиках, а также подробные описания и изображения-примеры. <i>Текущий контроль</i> – устный опрос	4
	В том числе, практических занятий	5
	6. Практическое занятие POS-материалы	2
	7. Практическое занятие Информационно-графический комплекс	3
Тема 2.5. Разработка дизайна макетов полиграфической продукции, макетов для объёмных рекламных продуктов	Содержание учебного материала	6
	Создание макетов для объёмных рекламных продуктов с дальнейшей проработкой – упаковка, витрина, стенд, торговая зона, выставочный комплекс. Процесс изготовления. Основные материалы.	6
Тема 2.6 Рекламно-выставочная деятельность. Выбор рекламных продуктов	Содержание учебного материала	18
	Суть выставочной рекламы, Наружная реклама на выставке, оригинальная реклама, роль рекламной продукции на выставке	6
	В том числе, практических занятий	12
	8 Практическое занятие Roll – up	2
	9. Практическое занятие Press wall <i>Текущий контроль</i> – устный опрос	4
	10. Практическое занятие Афиша. Сувенирная и фирменная продукция	6

	Самостоятельная работа	2
	Консультации	2
	Всего в семестре	64
РАЗДЕЛ 3. КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ. РАЗРАБОТКА ПЛАНА РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ ИЛИ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ВЫХОДА ФИРМЫ НА РОССИЙСКИЙ РЫНОК		46
Тема 3.1. Предпроектное исследование	Содержание учебного материала	8
	Предпроектное исследование рынка	
	В том числе, практических занятий	8
	11. Практическое занятие Предпроектное исследование. Бриф. Исследование рынка. Конкурентная среда. Определение ЦА. Работа с аналогами	8
Тема 3.2 Разработка плана рекламной кампании	Содержание учебного материала	8
	План рекламной кампании	
	В том числе, практических занятий	8
	12. Практическое занятие Разработка плана рекламной кампании. Определение каналов продвижения. Определение перечня рекламных продуктов. Календарный план. Составление ТЗ. Бюджет РК <i>Текущий контроль</i> – устный опрос	8
Тема 3.3. Художественное проектирование рекламных продуктов	Содержание учебного материала	20
	Проектирование рекламное	
	В том числе, практических занятий	18
	13. Практическое занятие Художественное проектирование рекламных продуктов. Способы генерирования идей: референс, mood board, коллаж. Разработка творческой концепции. Выбор графических редакторов.	8
	14. Практическое занятие Компьютерное проектирование <i>Текущий контроль</i> – устный опрос	10
Тема 3.4. Рекламные продукты в материале	Содержание учебного материала	10
	Выполнение рекламных продуктов	
	В том числе, практических занятий	10
	15. Практическое занятие Выполнение рекламных продуктов в материале. Оборудование	10
РАЗДЕЛ 4. СОЗДАНИЕ И ПРОВЕДЕНИЕ ПРЕЗЕНТАЦИИ		6
Тема 4.1. Верстка слайдов в программе	Содержание учебного материала	2
	Выполнение верстки рекламных продуктов с использованием различных программ	
	В том числе, практических занятий	2
	16. Практическое занятие Основное программное обеспечение. PowerPoint, Adobe Illustrator, Prezi, Canva <i>Текущий контроль</i> – устный опрос	2
Тема 4.2. Визуальное наполнение презентации: графические решения	Содержание учебного материала	2
	Подготовка визуальных материалов для наполнения презентации	
	В том числе, практических занятий	2
	17. Практическое занятие Обработка информации. Работа с фотографиями. Элементы инфографики: пиктограммы, схемы, графики.	2
Тема 4.3. Построение защиты: речь,	Содержание учебного материала	2
	Организация проведения презентаций	

презентация	В том числе, практических занятий	2
	18 Практическое занятие Проведение презентации. Речь. Звуковое оформление.	2
Курсовой проект (работа)		
Выполнение курсового проекта (работы) по модулю обязательным.		
Тематика курсовых проектов (работ)		
1. «Разработка рекламных кампаний для ...» (студенты самостоятельно выбирают объект рекламной кампании)		
Консультация по работе над проектом		16
Самостоятельная учебная работа обучающегося над курсовым проектом (работой)		
1. Определение базовой организации		
2. Анализ рынка рекламной продукции		
3. Составление плана рекламной кампании		
4. Подбор материала и монтаж рекламного материала		
5. Подготовка представления рекламной кампании.		12
Промежуточная аттестация – защита курсового проекта		2
Всего в семестре		80
Всего в МДК.04.01		144
Раздел 3 Производственная практика		72
Производственная практика, Создание рекламного контента для продвижения марки / бренда / организации (преддипломная)		
Виды работ:		
1. Ознакомление с особенностями маркетинговой деятельности конкретной компании,		
2. Изучение технических средств, программных продуктов, применяемых для создания оригинал-макетов.		
3. Ознакомление с технологическим процессом разработки и создания рекламных материалов.		
4. Формирование идеи, инсайта и творческой концепции, развертывание рекламной кампании,		
выход рекламы, проверка результатов (обратная связь).;		
5. Разработка рекламных модулей для СМИ.		
6. Создание пакета рекламной продукции для заказчика;		
7. Работа с мультимедийными технологиями. Компьютерная графика;		
8. Выполнение работ по заказу руководителя практики.		72
Промежуточная аттестация - Дифференцированный зачет		
Промежуточная аттестация в форме экзамена по модулю		12
Всего		322

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

Кабинеты «Рекламного проектирования», оснащенные оборудованием: оснащенный в соответствии с п. 6.1.2.1 примерной образовательной программы по специальности.

Лаборатории «компьютерной графики», «видеостудия», «фотостудия» в соответствии с п. 6.1.2.3 примерной образовательной программы по специальности.

Оснащенные базы практики в соответствии с п 6.1.2.4 примерной образовательной программы по специальности.

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

3.2.1 Печатные и электронные издания

а) основная 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. 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
3. Чилинбир, Е. Ю. Реклама и связи с общественностью : учебное пособие для СПО / Е. Ю. Чилинбир. — 2-е изд. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2025. — 233 с. — ISBN 978-5-4488-2321-3, 978-5-4497-3903-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/145168.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

б) дополнительная учебная литература

1. Курушин, В. Д. Графический дизайн и реклама / В. Д. Курушин. — 3-е изд. — Саратов : Профобразование, 2024. — 271 с. — ISBN 978-5-4488-0094-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/145906.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей
2. Куркова, Н. С. Аудиовизуальные технологии. Реклама : практикум для студентов, обучающихся по направлению подготовки 51.03.02 «Народная художественная культура», профиль «Руководство студией кино-, фото- и видеотворчества» / Н. С. Куркова. — Кемерово : Кемеровский государственный институт культуры, 2020. — 128 с. — ISBN 978-5-8154-0571-4. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/121578.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей
3. Нархов, Д. Ю. Реклама. Управленческий аспект : учебное пособие для СПО / Д. Ю. Нархов, Е. Н. Нархова ; под редакцией Н. Б. Серовой. — 3-е изд. — Саратов, Екатеринбург : Профобразование, Уральский федеральный университет, 2024. — 262 с. — ISBN 978-5-4488-0476-2, 978-5-7996-2838-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/139608.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

в) учебно-методическая литература

1. Сивунова М Е Выполнение рекламных проектов в материале. МДК.02.01 [Электронный ресурс]: практикум / Сивунова М Е — СПб.: СПбГУПТД, 2022.— 43 с.— Режим доступа: http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2022181, по паролю.
2. Выполнение рекламных проектов в материале. Курсовое проектирование [Электронный ресурс]: методические указания / Сост. Сивунова М. Е. — СПб.: СПбГУПТД, 2022.— 23 с.— Режим доступа: http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2022184, по паролю.

3.2.2 Дополнительные источники:

Интернет-ресурсы:

1. Сайт Федеральной антимонопольной службы www.fas.gov.ru;
2. Сайт Большая энциклопедия рекламы www.bigadvenc.ru
3. Сайт Наука о рекламе www.advertology.ru/

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код и наименование профессиональных и общих компетенций, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
ОК 01 Выбирать способы решения задач	- выбор и применение способов решения профессиональных задач;	Экспертное наблюдение за выполнением практических

<p>профессиональной деятельности применительно к различным контекстам</p>	<ul style="list-style-type: none"> - оценка эффективности и качества выполнения задач; - знание более одного способа решения профессиональной задачи; - аргументация выбора конкретного способа. 	<p>работ Устный опрос Защита курсового проекта Диф.зачет Зачет по производственной практике.</p> <p>Экзамен по модулю.</p>
<p>ОК 02 Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности</p>	<ul style="list-style-type: none"> - соответствие найденной информации заданной теме (задаче); - владение разными способами представления информации; - результативность и оперативность поиска информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития; - объективный анализ найденной информации; - использование широкого спектра современных источников информации, в том числе Интернета при решении профессиональных задач, профессионального и личностного развития 	<p>Экспертное наблюдение за выполнением практических работ Устный опрос Защита курсового проекта Диф.зачет</p> <p>Зачет по производственной практике.</p> <p>Экзамен по модулю.</p>
<p>ОК 03 Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - демонстрация интереса к инновациям в области профессиональной деятельности; - выстраивание траектории профессионального развития и самообразования; - осознанное планирование повышения квалификации 	<p>Экспертное наблюдение за выполнением практических работ Устный опрос Защита курсового проекта Диф.зачет</p> <p>Зачет по производственной практике.</p> <p>Экзамен по модулю.</p>
<p>ОК 05 Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста</p>	<ul style="list-style-type: none"> - использование вербальных и невербальных способов коммуникации на государственном языке с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста; - соблюдать нормы самостоятельности выбора стиля монологического высказывания в зависимости от его цели и целевой аудитории и с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста. 	<p>Экспертное наблюдение за выполнением практических работ Устный опрос Защита курсового проекта Диф.зачет</p> <p>Зачет по производственной практике</p> <p>Экзамен по модулю.</p>
<p>ПК.4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании</p>	<ul style="list-style-type: none"> - использование дизайнерских эскизов при создании основных печатных документов, определяющих фирменный стиль 	<p>Экспертное наблюдение за выполнением практических работ Устный опрос Защита курсового проекта Диф.зачет</p> <p>Зачет по</p>

		производственной практике. Экзамен по модулю.
ПК.4.2. Разрабатывать творческие рекламные решение в целях тактического планирования рекламной коммуникационной компании	<ul style="list-style-type: none"> - художественно редактировать растровые изображения, создавать рекламный плакат, в основе которого лежит фотомонтаж; - креативность, выразительность рекламной идеи, знание технологий изготовления рекламных носителей и широкоформатной печати, грамотное и качественное выполнение дизайн-проекта; - оригинальность рекламной идеи; - использование программ компьютерной графики. 	<p>Экспертное наблюдение за выполнением практических работ Устный опрос Защита курсового проекта Диф.зачет</p> <p>Зачет по производственной практике.</p> <p>Экзамен по модулю.</p>
ПК 4.3 Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/ бренда/ организации в сети Интернет	<ul style="list-style-type: none"> - обоснованность выбора проектных технологий и инструментов; - уровень выполнения рекламных проектов на основе критериев: - актуальность; степень достижения - поставленной цели; - креативность; - изобразительная ценность; - обоснованность выводов и предложений; - характер (авторский или компилятивный); - использование смежных технологий и материалов; - эффективность. 	<p>Экспертное наблюдение за выполнением практических работ Устный опрос Защита курсового проекта Диф.зачет</p> <p>Зачет по производственной практике.</p> <p>Экзамен по модулю.</p>