

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Агабекян Раиса Левоновна

Должность: ректор

Дата подписания: 02.06.2022 09:31:53

Уникальный программный ключ:

4237c7ccb9b9e1a11bbaf154fda9291d015c4dbee123ff774747707b9b9fbcb

Негосударственное аккредитованное некоммерческое частное

образовательное учреждение высшего образования

«Академия маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ»

(г. Краснодар)

Академический колледж

УТВЕРЖАЮ

Проректор по учебной работе,

Доцент Н. И. Севрюгина

28 марта 2022 г.

ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции

Рабочая программа профессионального модуля

Для студентов специальности 44.02.01 Реклама

социально-экономический профиль

квалификация выпускника – Специалист по рекламе

Краснодар, 2022

Рассмотрено
на заседании предметно цикловой комиссии
Протокол № 8 от 21 марта 2022 г.
Председатель ПЦК Грязнова Д.Д.
Зав. ОПГС Академического колледжа
Ярошенко В.С.

Принято
педагогическим советом
Академического колледжа
Протокол № 7
от 22 марта 2022 г.

Рабочая программа разработана на основе основной профессиональной образовательной программы среднего профессионального образования программы подготовки специалистов среднего звена, специальности 44.02.01 Реклама, Федерального закона Российской Федерации от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ Об образовании в Российской Федерации (редакция от 25.12.2018 г.) и требований ФГОС среднего профессионального образования (приказ от 12.05.2014 г. № 510 Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 44.02.01 Реклама (Зарегистрировано в Минюсте России 26.06.2014 г. № 32859) социально-экономического профиля профессионального образования.

Содержание программы реализуется в процессе освоения студентами основной профессиональной образовательной программы по специальности 44.02.01 Реклама социально-экономического профиля (на базе среднего общего образования) в соответствии с требованиями ФГОС СПО на 1-3 курсе (ах) в 1-6 семестре (ах).

Рецензенты:

Заместитель директора по учебно-методической работе ЧУ ПОО КТУИС г. Краснодар,
Бондаренко Н. А.

Генеральный директор «Телевизионное агентство «Медиа Тема», Бережная Е. С.

Директор ООО «КМ», г. Краснодар, Горбань М. А.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Паспорт программы профессионального модуля	4
1.1. Область применения рабочей программы профессионального модуля	4
1.2. Место профессионального модуля в структуре основной профессиональной образовательной программы	5
1.3. Цели и задачи изучения профессионального модуля – требования к результатам освоения.....	5
1.4. Формирование личностных результатов воспитательной работы обучающихся	5
1.5. Количество часов на освоение программы профессионального модуля....	6
2. Результаты освоения профессионального модуля.....	7
3. Структура и содержание профессионального модуля.....	8
3.1. Тематический план профессионального модуля	8
3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю.....	9
3.3. Образовательные технологии, используемые при проведении аудиторных занятий	33
4. Условия реализации программы профессионального модуля	34
4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению.	34
4.2. Информационное обеспечение обучения (основная литература, дополнительная литература, периодические издания, интернет-ресурсы).....	36
4.3. Перечень информационных технологий	40
4.4. Условия реализации программы для обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.....	40
4.5. Общие требования к организации образовательного процесса	43
4.6. Кадровое обеспечение образовательного процесса.....	44
5. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля (вид профессиональной деятельности)	46
6 Оценка освоения достижений личностных результатов воспитательной работы	49

1. Паспорт программы профессионального модуля.

1.1. Область применения рабочей программы профессионального модуля.

Рабочая программа профессионального модуля ПМ. 01. Разработка и создание дизайна рекламной продукции является частью основной профессиональной образовательной программы по специальности СПО 42.02.01 Реклама, разработанной в соответствии с ФГОС СПО.

Специалист по рекламе (базовой подготовки) должен обладать общими компетенциями **(ОК)**:

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.

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

Специалист по рекламе (базовой подготовки) должен обладать профессиональными компетенциями (ПК):

ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.

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

ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.

ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.

ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.

1.2. Место профессионального модуля в структуре основной профессиональной образовательной программы.

Профессиональный модуль ПМ. 01. Разработка и создание дизайна рекламной продукции относится к профессиональному циклу (профессиональные модули) обязательной части основной профессиональной образовательной программы.

1.3. Цели и задачи изучения профессионального модуля – требования к результатам освоения.

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен **иметь практический опыт:**

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

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен **уметь:**

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

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен **знать:**

- выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы;
- приемы и принципы составления рекламного текста;
- композицию, шрифтовую и художественную графики в рекламе;
- методы проектирования рекламного продукта;
- методы психологического воздействия на потребителя.

1.4 Формирование личностных результатов воспитательной работы обучающихся

ЛР 1. Осознающий себя гражданином и защитником великой страны.

ЛР2. Проявляющий активную гражданскую позицию, демонстрирующий приверженность принципам честности, порядочности, открытости,

экономической активности и участвующий в студенческом и территориальном самоуправлении, в том числе на условиях добровольчества, продуктивно взаимодействующий и участвующий в деятельности общественных организаций.

ЛР3. Соблюдающий нормы правопорядка, следующий идеалам гражданского общества, обеспечения безопасности, права и свобод граждан России. Лояльный к установкам и проявлениям представителей субкультур, отличающий их от групп с деструктивным и девиантным поведением. Демонстрирующий неприятие и предупреждающий социально опасное поведение окружающих.

ЛР4. Проявляющий и демонстрирующий уважение к людям труда, осознающий ценность собственного труда. Стремящийся к формированию в сетевой среде лично и профессионально конструктивного «цифрового следа».

ЛР5. Демонстрирующий приверженность к родной культуре, исторической памяти на основе любви к Родине, родному народу, малой родине, принятию традиционных ценностей многонационального народа России.

ЛР6. Проявляющий уважение к людям старшего поколения и готовность к участию в социальной поддержке и волонтерских движениях.

ЛР7. Осознающий приоритетную ценность личности человека; уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности.

ЛР8. Проявляющий и демонстрирующий уважение к представителям различных этнокультурных, социальных, конфессиональных и иных групп. Сопричастность к сохранению, преумножению и трансляции культурных традиций и ценностей многонационального российского государства.

ЛР9. Соблюдающий и пропагандирующий правила здорового и безопасного образа жизни, спорта; предупреждающий либо преодолевающий зависимости от алкоголя, табака, психоактивных веществ, азартных игр и т.д.

Сохраняющий психологическую устойчивость в ситуативно сложных или стремительно меняющихся ситуациях.

ЛР10. Заботящийся о защите окружающей среды, собственной и чужой безопасности, в том числе цифровой.

ЛР11. Проявляющий уважение к эстетическим ценностям, обладающий основами эстетической культуры.

ЛР12. Принимающий семейные ценности, готовый к созданию семьи и воспитанию детей; демонстрирующий неприятие насилия в семье, ухода от родительской ответственности, отказа от отношений со своими детьми и их финансового содержания.

1.5 Количество часов на освоение программы профессионального модуля.

Всего – 619 часов, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося 403 часа, включая:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 270

часов; самостоятельной работы обучающегося 133 часа;

учебной и производственной практике – 216 часов

2. Результаты освоения профессионального модуля.

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности: Разработка и создание дизайна рекламной продукции, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями (по базовой подготовке)

Код	Наименование результатов обучения
ПК 1.1	Осуществлять поиск рекламных идей.
ПК 1.2	Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.
ПК 1.3	Разрабатывать авторские рекламные проекты.
ПК 1.4	Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.
ПК 1.5	Создавать визуальные образы с рекламными функциями.
ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК 4	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
ОК 8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.
ОК 10	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.
ОК 11	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.

3. Структура и содержание профессионального модуля.

3.1. Тематический план профессионального модуля.

Коды ПК	Наименования разделов ПМ	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практик и)	Объем времени, отведенный на освоение МДК (курсов)					Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		УП, часов	ПП (по профилю специальности), часов
			Всего, часов	в т.ч. л/р, п/з, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ПК 1.1-1.3	МДК.01.01 Художественное проектирование рекламного продукта	213	146	63	18	67	18		
ПК 1.4-1.5	МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта	140	90	41		50			
ПК 1.1-1.5	МДК.01.03 Основы рекламной деятельности	50	34	17		16			
	Учебная практика	36						36	
	Производственная практика (по профилю специальности)	180							180
	Всего	619	270	121	18	133	18	36	180

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю.

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Уровень освоения
	МДК 01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта		
Раздел 1. Реклама как профессиональная творческая деятельность		24	
Тема 1.1 Знакомство с рекламой и творческими принципами ее воплощения	Содержание учебного материала	2	Продуктивный
	Реклама: понятие, суть, определение, задачи. Представление о создании рекламного продукта, разработка творческой концепции. Истоки рекламной коммуникации. Жанровое разнообразие рекламного творчества.		
	Практические занятия Составление рекламного сообщения по жанрам. Составление рекламного сообщения публицистическо-информационного характера. Тестовое задание №1	2	Репродуктивный
	Самостоятельная работа обучающихся	2	Ознакомительный

	<p>Разработка творческой концепции рекламного продукта, содержания рекламных сообщений, включая их текстовую и иллюстративную составляющие.</p> <p>Реферат</p>		
<p>Тема 1.2 Каналы распространения рекламы, виды рекламных средств</p>	<p>Содержание учебного материала</p> <p>Основные критерии классификация рекламы. Основные виды рекламных средств. Каналы распространения рекламы.</p>	2	Продуктивный
	<p>Практические занятия</p> <p>Разработать концепцию нестандартной рекламной кампании пластиковых карт (MasterCard, Visa или др.). Практическое задание №1.</p>	2	Продуктивный
	<p>Самостоятельная работа обучающихся</p> <p>Исследовать рынок СМИ города Краснодара. Подготовить сообщение.</p>	2	Ознакомительный
<p>Тема 1.3 Рекламные стратегии и создание рекламного продукта</p>	<p>Содержание учебного материала</p> <p>Рекламный продукт: сущность понятия, разновидности, технологические и творческие аспекты. Этапы создания рекламного продукта. Творческие решения рекламной задачи: рациональный и эмоциональный подходы.</p>	4	Продуктивный

	Бриф, как основа проведения рекламной кампании.		
	Практические занятия Разработать творческую стратегию и образцы необходимых носителей наружной рекламы Практическое задание №2 Бриф, как основа проведения рекламной кампании. Модели креативных рекламных брифов. Реферат	4	Продуктивный
	Самостоятельная работа обучающихся Разработать бриф (на примере школы английского языка) Сравнительный анализ креативных рекламных брифов. Сообщение	4	Репродуктивный
Раздел 2. Технологические аспекты создания рекламного продукта		38	
Тема 2.1 Исследование рынка	Содержание учебного материала		
	Систематизация маркетинговой информации. Основные методы изучения рынка.	2	Продуктивный
	Практические занятия Провести исследование, направленное на выявление стереотипов в современной российской рекламе. Практическое задание №3	2	Продуктивный

	<p>Самостоятельная работа обучающихся Рынок: сущность, структура, функции, методы изучения. Рынок рекламных услуг: субъекты и объекты, классификация. Конкуренция: ключевые термины и понятия. Сообщение.</p>	2	Репродуктивный
<p>Тема 2.2 Определение целевой аудитории.</p>	<p>Содержание учебного материала Концептуальные подходы к определению целевой аудитории. Сегментирование рынка: критерии выбора.</p>	2	
	<p>Практические занятия Количественные параметры сегмента рынка. Доступность сегмента для предприятия. Существенность и прибыльность сегмента. Совместимость сегмента с рынком основных конкурентов. Эффективность работы на выбранный сегмент рынка. Защищенность выбранного сегмента от конкуренции. Реферат</p>	2	Репродуктивный
	<p>Самостоятельная работа обучающихся Рефераты: «Количественные параметры сегмента рынка». «Существенность и прибыльность сегмента». «Эффективность работы на выбранный сегмент рынка». «Защищенность выбранного сегмента от конкуренции».</p>	2	
<p>Тема 2.3</p>	<p>Содержание учебного материала 1. Социально-психологические основы рекламы. 2. Факторы и методы воздействия рекламы на человека.</p>	2	Репродуктивный

Социально-психологические основы рекламы	3. Влияние когнитивных реакций на решение о покупке.		
	<p>Практические занятия</p> <p>Разработать концепцию (в том числе слоган) социальной кампании проекта «Правила дорожного движения»</p> <p>Практическое задания №4</p> <p>1. Физиологические возможности восприятия рекламного продукта.</p> <p>2. Различия индивидуального и массового восприятия. Эффекты Миллера, Мильштейна. Зависимость Зильске.</p> <p>3. Традиционное поведение, ориентированное на удовлетворение потребностей, сформированных культурой. Знак, символ, миф в рекламе. Теория Ж. Бодрийера о взаимоотношении человека и "вещи".</p> <p>4. Понятие "Мильтон-модели".</p> <p>Реферат</p>	2	Продуктивный
	<p>Самостоятельная работа обучающихся</p> <p>1. Общие методы воздействия на потребителя.</p> <p>2. Рекламные раздражители.</p> <p>3. Цветовое воздействие рекламы.</p> <p>4. Эмоциональное воздействие рекламы.</p> <p>Сообщения</p>	4	Репродуктивный
Тема 2.4 Концептуальные подходы к	Содержание учебного материала		
	<p>Теория «уникального торгового предложения».</p> <p>Концепция «имиджа» торговой марки.</p> <p>Концепция «позиционирования».</p>	2	Продуктивный

формированию рекламной коммуникации	Практические занятия Разработать рекламную концепцию для кампании по продвижению шампуня Shamtu Практическое задание №5	2	Продуктивный
	Самостоятельная работа обучающихся Теория «уникального торгового предложения». Концепция «имиджа» торговой марки. Концепция «позиционирования». Теория "неопровержимых фактов". Понятие субординированной рекламной аргументации. Эстетика в рекламном деле и теория "вампиризма" Р.Ривза. Сообщение	2	Репродуктивный
Тема 2.5 Планирование рекламной стратегии	Содержание учебного материала	2	Продуктивный
	Цели коммуникации. Эффекты коммуникации. Рациональная и эмоциональная реклама. Проекционная реклама. Фирменный стиль, как система идентификации в разработке рекламной стратегии. Общие принципы, цели и инструментарий брендинга.		
	Практические занятия Разработать рекламную стратегию по выводу на рынок нового городского глянцевого журнала «Квадрат». Практическое задание №6	2	Репродуктивный
	Самостоятельная работа обучающихся Эффекты коммуникации.		Продуктивный

	Рациональная и эмоциональная реклама. Проекционная реклама. Фирменный стиль, как система идентификации в разработке рекламной стратегии. Общие принципы, цели и инструментарий брендинга. Сообщение	2	
Тема 2.6 Интегрированные маркетинговые коммуникации	Содержание учебного материала	2	Продуктивный
	Интегрированные маркетинговые коммуникации. ATL и BTL реклама.		
	Практические занятия Разработать комплекс интегрированных маркетинговых коммуникаций по выводу новой марки на рынок нового торгового-развлекательного комплекса. Практическое задание №7	2	Репродуктивный
	Самостоятельная работа обучающихся ATL и BTL реклама. Сообщение	2	Ознакомительный
Раздел 3. Креативная концепция рекламного продукта		30	
Тема 3.1 Общие понятия рекламного креатива	Содержание учебного материала	4	Репродуктивный
	Креатив: стратегия и тактика войны за потребителя. Креатив в рекламе: специфика жанра (изобразительные, письменные).		

	<p>Рекламное творчество. Концепция креативности: этапы. Креативный процесс. Принципы создания рекламного текста, копирайтинг.</p>		
	<p>Практические занятия Креатив: стратегия и тактика войны за потребителя. Креатив в рекламе: специфика жанра (изобразительные, письменные). Рекламное творчество. Реферат</p>	4	Продуктивный
	<p>Самостоятельная работа обучающихся Концепция креативности: этапы. Креативный процесс. Принципы создания рекламного текста, копирайтинг. Сообщение</p>	4	Продуктивный
<p>Тема 3.2 Формы и функции рекламного креатива</p>	<p>Содержание учебного материала</p>		
	<p>Формы и направления креатива в рекламном продукте. Смешанные техники эмоционального воздействия рекламы. Функции рекламного креатива.</p>	2	Продуктивный
	<p>Практические занятия 1. Разработать рекламный плакат-пародию, постер или афишу, основываясь на предложенных слоганах. Практическое задание № 8</p>	2	Продуктивный
	<p>Самостоятельная работа обучающихся</p>	2	Продуктивный

	Разработать рекламный плакат-пародию, постер или афишу, основываясь на предложенных слоганах.		
Тема 3.3 Проблематика рекламного творчества	Содержание учебного материала	2	
	Рекламный креатив как псевдохудожественное творчество. Рекламный креатив: специфика проектно-конструкторской деятельности. Иерархия структурных элементов и уровней реализации. Управление творческим коллективом.		
	Практические занятия Рекламный креатив как псевдохудожественное творчество. Рекламный креатив: специфика проектно-конструкторской деятельности. Реферат	2	Продуктивный
	Самостоятельная работа обучающихся Иерархия структурных элементов и уровней реализации. Управление творческим коллективом. Сообщение	2	Ознакомительный
Тема 3.4 Общая схема разработки рекламной идеи	Содержание учебного материала	2	Продуктивный
	Выбор и оценка идеи: Q-сортировка, оценка эффективности рекламы, как креативного продукта. Критерии оценки творческих стратегий.		
	Практические занятия 1. Разработать рекламную идею и графическую концепцию рисунка (серию рисунков) на листовке медицинского препарата. Практическое задание №9	2	Репродуктивный

	<p>Самостоятельная работа обучающихся</p> <p>Выбор и оценка идеи: Q-сортировка, оценка эффективности рекламы, как креативного продукта.</p> <p>Критерии оценки творческих стратегий.</p> <p>Сообщение</p>	2	Продуктивный
<p>Раздел 4.</p> <p>Стереотипы</p> <p>в области рекламы</p>		12	
<p>Тема 4.1</p> <p>Творческое и стереотипное мышление человека</p>	<p>Содержание учебного материала</p> <p>Сущность понятия «стереотип».</p> <p>Индивидуальные и групповые стереотипы.</p> <p>Формирование стереотипов.</p> <p>Использование стереотипов в рекламе.</p> <p>Гендерные стереотипы и социальные роли в рекламе.</p> <p>Выявление и оценка стереотипов.</p>	2	
	<p>Практические занятия</p> <p>1. Использование стереотипов в рекламе.</p> <p>2. Гендерные стереотипы и социальные роли в рекламе.</p> <p>3. Выявление и оценка стереотипов.</p> <p>Реферат</p>	2	Продуктивный
	<p>Самостоятельная работа обучающихся</p> <p>Сущность понятия «стереотип».</p> <p>Индивидуальные и групповые стереотипы.</p> <p>Формирование стереотипов.</p> <p>Сообщение</p>	2	Ознакомительный

Тема 4.2 Авторский стиль, плагиат и стереотип	Содержание учебного материала Авторский стиль. Стереотипная реклама. Плагиат в рекламе.	2	Продуктивный
	Практические занятия Авторский стиль. Стереотипная реклама. Плагиат в рекламе. Реферат	2	Продуктивный
	Самостоятельная работа обучающихся Сообщения: Стереотипная реклама. Плагиат в рекламе.	2	Продуктивный
Раздел 5. Методология креативного мышления в рекламе		44	
Тема 5.1 Специальные техники рекламного конструирования	Содержание учебного материала Концепция трехуровневого позиционирования. Росситера — Перси. Позиционирование: макроуровень, микроуровень, мезоуровень. Методика RAM-проводника. Методика слома стереотипа. Юмористические приемы. Рекламные персонажи.	6	Продуктивный

	<p>Практические занятия</p> <p>С помощью методики конструирования РАМ-проводника разработать рекламную концепцию социальной рекламы, посвященной повышению престижа среднего специального образования</p> <p>Практическое задание №10</p>	6	Репродуктивный
	<p>Самостоятельная работа обучающихся</p> <p>Концепция трехуровневого позиционирования. Росситера — Перси. Позиционирование: макроуровень, микроуровень, мезо уровень. Методика РАМ-проводника. Методика слома стереотипа. Юмористические приемы. Рекламные персонажи. Сообщение</p>	6	Ознакомительный
<p>Тема 5.2</p> <p>Средства интенсификации творческого мышления в рекламе</p>	<p>Содержание учебного материала</p>		
	<p>Общая классификация творческих приемов: мозговой штурм и его виды, метод фокальных объектов, конференция идей, метод гирлянд ассоциаций и метафор, метод маленьких человечков, морфологический анализ Ф. Цвикки и другие.</p>	2	Репродуктивный
	<p>Практические занятия</p> <p>Общая классификация творческих приемов: мозговой штурм и его виды, метод фокальных объектов, конференция идей, метод гирлянд ассоциаций и метафор, метод маленьких человечков, морфологический анализ Ф. Цвикки и другие.</p>	2	Репродуктивный

	Реферат		
	Самостоятельная работа обучающихся Реферат: Общая классификация творческих приемов: мозговой штурм и его виды, метод фокальных объектов, конференция идей, метод гирлянд ассоциаций и метафор, метод маленьких человечков, морфологический анализ Ф. Цвикки и другие.	2	
Тема 5.3 Семиотические аспекты создания рекламного образа	Содержание учебного материала		
	Семиотика, как область науки. Семантические характеристики рекламного образа. Типология моделей рекламного образа. Образно-выразительные средства рекламного творчества.	2	Репродуктивный
	Практические занятия Семиотика, как область науки. Семантические характеристики рекламного образа. Реферат	2	Репродуктивный
	Самостоятельная работа обучающихся Типология моделей рекламного образа. Образно-выразительные средства рекламного творчества. Сообщение	2	Продуктивный
Тема 5.4 Рекламный текст: структура, организация, стиль	Содержание учебного материала		
	Принципы создания рекламного текста, содержание рекламного сообщения. Основные вербальные компоненты рекламного текста (слоган, заголовок, основной текст, реквизиты).	5	Продуктивный

	<p>Функциональные, структурные и риторические особенности рекламного текста.</p> <p>Интралингвистические особенности рекламного текста.</p> <p>Стилистические приемы рекламного текста.</p> <p>Приемы речевого воздействия в рекламе.</p>		
	<p>Практические занятия</p> <p>Приемы речевого воздействия в рекламе.</p> <p>Основные вербальные компоненты рекламного текста (слоган, заголовок, основной текст, реквизиты).</p> <p>Стилистические приемы рекламного текста.</p> <p>Реферат</p>	5	Продуктивный
	<p>Самостоятельная работа обучающихся</p> <p>Принципы создания рекламного текста, содержание рекламного сообщения.</p> <p>Функциональные, структурные и риторические особенности рекламного текста.</p> <p>Сообщение</p>	4	Продуктивный
Всего:		148	

	МДК 01.01 Художественное проектирование рекламного продукта		
Раздел 1.	Композиция в рекламе	45	
Тема 1.1. Основы композиции в рекламе	Теоретические занятия:	17	
	. Рекламный продукт: сущность, стратегии продвижения	2	Ознакомительный
	Специфика рекламного продукта. Рекламный продукт. Стилиевые варианты современной рекламы.	2	Ознакомительный
	Рекламный образ. Типология объектов рекламного дизайна	2	Ознакомительный
	Композиционный центр	2	Ознакомительный
	Виды композиции	2	Ознакомительный
	Художественный образ в рекламе.	2	Ознакомительный
	Графический дизайн и реклама.	4	Ознакомительный
	Подача работы в рекламе. Подготовка к просмотру	1	Ознакомительный
	Практические занятия	17	
	Контраст в композиции	2	Репродуктивный
	Графическое упражнения "контрасты"	2	Репродуктивный
	Графические элементы композиции: пятно, линия, точка	2	Репродуктивный
	Графическое упражнение «Виды композиции»	2	Репродуктивный
	Графическая стилизация животной формы.	4	Репродуктивный

	Создание графического знака	4	Репродуктивный
	Подготовка работ к просмотру	1	Репродуктивный
	Лабораторные работы	Не предусмотрено	
	Контрольные работы	Не предусмотрено	
	Самостоятельная работа учащегося:	11	
	Задание №1 «Контрасты»	2	Продуктивный
	Задание №2 «Линия. Точка. Пятно»	2	Продуктивный
	Задание №3 «Статика и динамика в композиции»	2	Продуктивный
	Задание №4 «Стилизация животной формы»	2	Продуктивный
	Задание №5 «Создание графического знака»	3	Продуктивный
Раздел 2.		74	
Тема Изобразительные средства в рекламе	Теоретические занятия	16	
	Шрифт как элемент художественного оформления	2	Ознакомительный
	Роль и значение шрифта в графическом дизайне и рекламе.	2	Ознакомительный
	Шрифтовой знак как средство коммуникации	2	Ознакомительный
	Шрифтовые гарнитуры как средство создания гармоничной композиции	2	Ознакомительный

Шрифтовой плакат.	2	Ознакомительный
Рекламный плакат. Значение плаката в рекламе	2	Ознакомительный
Фирменный шрифт. Разработка фирменного шрифта	2	Ознакомительный
Креативный подход к созданию шрифта	2	Ознакомительный
Практические занятия:	32	
Графическая шрифтовая композиция	4	Репродуктивный
Разработка шрифтового плаката	4	Репродуктивный
Составление рекламного текста	2	Репродуктивный
Разработка слогана	2	Репродуктивный
Разработка рекламного плаката	4	Репродуктивный
Понятие фирменного стиля в рекламе	4	Репродуктивный
Элементы фирменного стиля	4	Репродуктивный
Разработка логотипа	4	Репродуктивный
Разработка элементов фирменного стиля	4	Репродуктивный

	Лабораторные работы	Не предусмотрено	
	Контрольные работы	Не предусмотрено	
	Самостоятельная работа учащегося:	16	
	Задание №6 «Графические шрифтовые композиции»	2	Продуктивный
	Задание №7 «Шрифтовой плакат»	2	Продуктивный
	Задание №8 «Творческий подход к созданию шрифта»	2	Продуктивный
	Задание №9 «Рекламный текст»	2	Продуктивный
	Задание № 10 «Рекламный слоган	2	Продуктивный
	Задание № 11 Рекламный плакат»	2	Продуктивный
	Задание №12 «Логотип. Фирменный стиль»	4	Продуктивный
Раздел 3		96	
	Теоретические занятия:	32	
Тема 3.1. Реклама товарной продукции.	Реклама товарной продукции.	4	Ознакомительны й
	Технология производства выставочного продукта.	4	Ознакомительны й
	Значение упаковки товара в рекламе	4	Ознакомительны й
	История развития технологии оформительского искусства	4	Ознакомительны й

	выставок, роль и место связей с общественностью в выставочной деятельности организации.		
	Реклама торгового предприятия	4	Ознакомительный
	Роль визуальной рекламы	4	Ознакомительный
	Информационно-аналитическая деятельность организации во время проведения выставки.	4	Ознакомительный
	Современные тенденции в российской рекламе	4	Ознакомительный
	Практические занятия	16	
	Разработка и дизайн упаковки.	4	Репродуктивный
	Разработка визуальной рекламы для производственного предприятия или торговой фирмы.	4	Репродуктивный
	Разработка приглашения на выставку/рекламной листовки для магазина	4	Репродуктивный
	Разработка выставочного стенда/витрины	4	Репродуктивный
	Курсовая работа	18	Продуктивный
	Лабораторные работы	Не предусмотрено	
	Контрольные работы	Не предусмотрено	
	Самостоятельная работа учащегося:	30	
	Задание №13 «Разработка упаковки»	6	Продуктивный

	Задание №14 «Разработка приглашения на выставку/рекламной листовки»	8	Продуктивный
	Задание №15 «Разработка витрины»	8	Продуктивный
	Задание №16 «Разработка выставочного стенда»	8	Продуктивный
	МДК 01.03 Основы рекламной деятельности		
Раздел 1 Методологические основы рекламной деятельности			
Тема 1.1. Цели, задачи и предмет рекламной деятельности. История рекламы и особенности современного рынка рекламы	Теоретические занятия: Цели, задачи и предмета учебной дисциплины Классификация рекламы Объекты рекламной деятельности История рекламного дела в России и за рубежом Мировой рынок рекламы Практические занятия Рекламный рынок Краснодарского края Классификация рекламы	4	Ознакомительный
	Самостоятельная работа учащегося: Цели, задачи рекламной деятельности современного предприятия (рассматривается конкретная фирма) История развития рекламы в Западной Европе и США. Особенности рекламы в СССР. Реклама нового времени	3	
Раздел 2. Регулирование рекламной деятельности			

Тема 2.1. Субъекты рекламной деятельности	Теоретические занятия: Субъекты рекламной деятельности Виды рекламных агентств Практические занятия: Организационные структуры управления	4	Ознакомительный Продуктивный
	Самостоятельная работа учащегося: Уровни регулирования рекламы в России	3	
Тема 2.2. Правовое регулирование рекламной деятельности. Требования к рекламе	Теоретические занятия: Государственное регулирование рекламной деятельности в России Федеральный закон РФ «О рекламе» Практические занятия: Изучение Федерального закона «О рекламе»	4	Продуктивный
	Самостоятельная работа учащегося: Ненадлежащая реклама. Особенности рекламы алкогольной продукции. Особенности рекламы пива. Особенности рекламы биологически активных добавок. Защита несовершеннолетних в рекламе. Особенности рекламы оружия. Социальная реклама	3	
Раздел 3 Средства рекламы			

Тема 3.1. Классификация средств рекламы. Печатные средства массовой информации	Теоретические занятия: Средства рекламы Печатные СМИ Преимущества и недостатки рекламы в газетах и журналах Практические занятия: Использование печатных средств массовой информации	4	Ознакомительный Продуктивный
	Самостоятельная работа учащегося: Анализ рынка печатной продукции г. Краснодара. Рынок прессы в Краснодарских печатных изданиях.	3	
Тема 3.2. Электронные средства массовой информации	Теоретические занятия: Реклама на телевидении Аудиореклама Интернет – реклама Практические занятия: Составление рекламных сообщений для различных категорий потребителей Краснодарского края	4	Продуктивный
	Самостоятельная работа учащегося: Анализ Краснодарского рекламного рынка на радио. Анализ рекламной продукции на краснодарском телевидении.	3	
Тема 3.3. Средства	Теоретические занятия:	4	Продуктивный

наружной рекламы	Наружная реклама Типы наружных рекламных сооружений Практические занятия: Анализ наружной рекламы Краснодара		
	Самостоятельная работа учащегося: Рекламные агентства г. Краснодар, специализирующие на изготовлении наружной рекламы.	3	
Тема 3.4. Средства почтовой реклама. Вспомогательные средства рекламы	Теоретические занятия: Особенности прямой почтовой рекламы Рекламные сувениры, реклама в кино Практические занятия: Вспомогательные средства рекламы	4	Продуктивный
	Самостоятельная работа учащегося: Краснодарский рынок почтовой рекламы в период избирательных кампаний Рекламные средства будущего. Тенденции развития рекламной отрасли и технологий	3	
Раздел 4. Планирование и оценка эффективности рекламной деятельности			
Тема 4.1. Планирование и Оценка эффективности рекламных кампаний	Теоретические занятия: Планирование рекламных акций и кампаний Выбор средств распространения рекламы Эффективность рекламы Тестирование рекламных акций	6	Продуктивный

	Практические занятия: Разработка образцов рекламных сообщений (радио, телевидение, пресса) Определение бюджета рекламной кампании конкретной фирмы.		
	Самостоятельная работа учащегося: Разработка плана рекламной кампании конкретного предприятия. Расчет экономической эффективности проведенной рекламной кампании, конкретной фирмы	3	
	Всего	403	

1. Ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
2. Репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством)
3. Продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач)

3.3. Образовательные технологии, используемые при проведении аудиторных занятий.

В соответствии с требованиями ФГОС СПО, реализация компетентностного подхода предусматривает широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития требуемых компетенций обучающихся. В процессе изучения английского языка используются следующие виды образовательных технологий:

Лекция – последовательное изложение материала в дисциплинарной логике, осуществляемое преимущественно вербальными средствами (монолог преподавателя).

Семинар – беседа преподавателя и студентов, обсуждение заранее подготовленных сообщений, проектов по каждому вопросу плана занятия с единым для всех перечнем рекомендуемой обязательной и дополнительной литературы.

Практическое занятие – занятие, посвященное освоению конкретных умений и навыков по предложенному алгоритму.

Деловая игра – моделирование различных ситуаций, связанных с выработкой и принятием совместных решений, обсуждением вопросов в режиме «мозгового штурма», реконструкцией функционального взаимодействия в коллективе и т.п.

Ролевая игра – имитация или реконструкция моделей ролевого поведения в предложенных сценарных условиях.

Информационный проект – учебно-познавательная деятельность с ярко выраженной эвристической направленностью (поиск, отбор и систематизация информации о каком-то объекте, ознакомление участников проекта с этой информацией, ее анализ и обобщение для презентации более широкой аудитории).

4. Условия реализации программы профессионального модуля.

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению.

Реализация программы дисциплины требует наличия учебного кабинета.

Перечень средств материально-технического обеспечения для обучения по ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции представлен в таблице 3

Таблица 3 – Перечень средств материально-технического обеспечения для обучения по ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
ЗК8	14 посадочных мест, преподавательское место, доска, наглядные пособия	
ЗК7	44 посадочных мест, преподавательское место, доска, наглядные пособия. Блендер, кофемашина, салат-бар, шкаф винный, стол, комплект стеклянной и металлической посуды, столовых приборов, столового белья, инструкция и журнал по технике безопасности	

3К6	62 посадочных места; преподавательско е место, доска, наглядные пособия	
3К10	38 посадочных мест, преподавательско е место, доска, наглядные пособия	
3К6	62 посадочных места; преподавательское место, доска, наглядные пособия	
3К6	62 посадочных места; преподавательское место, доска, наглядные пособия	
4К2	36 посадочных мест, рабочее место преподавателя	
4К16	20 посадочных мест, рабочее место преподавателя, доска	

4.2. Информационное обеспечение обучения (основная литература, дополнительная литература, периодические издания, интернет-ресурсы).

Основная литература:

1. Карпова С.В. Рекламное дело: учебник и практикум для СПО, - М.: Юрайт, 2016.-431 с.- (Профессиональное образование)

Дополнительная литература:

1. Тимофеев М.И. Психология рекламы: Учебное пособие / М.И. Тимофеев. - 2-е изд. - М.: ИЦ РИОР: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 224 с.
<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=472499>
2. Бизнес-коммуникации в сервисе: документационные, речевые, имиджевые и рекламные технологии : учеб. пособие / О.Я. Гойхман, Л.М. Гончарова, М.О. Кошлякова, Т.М. Надеина ; под ред. О.Я. Гойхмана, Л.М. Гончаровой. — М. : ИНФРА-М, 2017. — 229 с.
<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=782841>
3. Евстафьев В.А. Организация и практика работы рекламного агентства: Учебник для бакалавров/В.А.Евстафьев - М.: Дашков и К, 2016. - 512 с.
<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=520466>
4. Шестаков Ю.А. История рекламы: Учебное пособие / Шестаков Ю.А., - М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 259 с.
<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=534016>

Интернет-ресурсы:

1. <http://www.adme.ru> - Рекламный портал AdMe (ЭдМи)
2. <http://www.elk-marketing.ru/> - ELK-MARKETING. Блог о маркетинге. Новости, проблемы, понятия мира маркетинга и рекламы

3. <http://www.media-planning.ru> Медиапланирование.RU: каталог агентств, статьи.

4.3. Перечень информационных технологий.

В рамках изучения дисциплины используются следующие информационные технологии:

электронные образовательные ресурсы, в которые входят электронная образовательная среда Академии (расположенная по электронному адресу <http://185.18.111.102/moodle/course/index.php?categoryid=54>), электронно-библиотечная система «Znanium.com» (расположенная по электронному адресу <http://znanium.com/catalog>), электронно-библиотечная система «Ibooks.ru» (расположенная по электронному адресу <https://ibooks.ru/home.php?routine=bookshelf>);

презентационные материалы, разработанные в целях визуализации учебного материала и повышения наглядности обучения, в соответствии с календарно тематическим планом по дисциплине;

в рамках изучения дисциплины используется пакет программ Microsoft Office.

4.4. Условия реализации программы для обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

Содержание среднего профессионального образования и условия организации обучения обучающихся с особыми образовательными потребностями определяются адаптированной образовательной программой.

Обучение по образовательным программам среднего профессионального образования обучающихся с ограниченными возможностями здоровья на факультете среднего профессионального образования академии осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

Специальные условия воспитания и развития таких обучающихся, включают в себя:

- использование специальных образовательных программ и методов обучения и воспитания,
- использование специальных учебников, учебных пособий и дидактических материалов по дисциплинам специальности,
- оснащение здания системами противопожарной сигнализации и оповещения с дублирующими световыми устройствами, информационными табло с тактильной (пространственно-рельефной) информацией и др.
- специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования, например, использование мультимедийных средств, наличие оргтехники, слайд-проекторов, электронной доски с технологией лазерного сканирования;
- обеспечение возможности дистанционного обучения (электронные УМК для дистанционного обучения, учебники на электронных носителях и др.)
- предоставление услуг ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь,
- наличие компьютерной техники и специального программного обеспечения, адаптированных для инвалидов и лиц с ОВЗ;
- обеспечение доступа в здания образовательных организаций и другие условия, без которых невозможно или затруднено освоение образовательных программ обучающимися с ограниченными возможностями здоровья.
- комплектование библиотек специальными адаптивно-техническими средствами для инвалидов и лиц с ОВЗ (говорящими книгами на флеш-картах и специальными аппаратами для их воспроизведения).

В целях доступности получения среднего профессионального образования обучающимися с особыми образовательными потребностями академией ИМСИТ обеспечивается:

1) для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья по зрению:

- адаптация официального сайта академии в сети Интернет с учетом особых потребностей инвалидов по зрению с приведением их к стандарту

доступности веб-контента и веб-сервисов;

- размещение в доступных для обучающихся, являющихся слепыми или слабовидящими, местах и в адаптированной форме (с учетом их особых потребностей) справочной информации о расписании лекций, учебных занятий (должна быть выполнена крупным (высота прописных букв не менее 7,5 см) рельефно-контрастным шрифтом (на белом или жёлтом фоне) и продублирована шрифтом Брайля);

- обеспечение выпуска альтернативных форматов печатных материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);

- обеспечение доступа обучающегося, являющегося слепым и использующего собаку-поводыря, к зданию образовательной организации, располагающего местом для размещения собаки-поводыря в часы обучения самого обучающегося;

2) для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья по слуху:

- дублирование звуковой справочной информации о расписании учебных занятий визуальной (установка мониторов с возможностью трансляции субтитров (мониторы, их размеры и количество необходимо определять с учетом размеров помещения));

- обеспечение надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации;

3) для обучающихся, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата, материально-технические условия должны обеспечивать возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, туалетные и другие помещения образовательной организации, а также их пребывание в указанных помещениях (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов, лифтов и других приспособлений).

4) При получении среднего профессионального образования обучающимся с ограниченными возможностями здоровья академией предоставляются бесплатно специальные учебники и учебные пособия, иная учебная литература, а также услуги сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

4.5. Общие требования к организации образовательного процесса.

Освоение ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции, производится в соответствии с учебным планом по специальности 42.02.01 Реклама и календарным графиком, утвержденным ректором Академии.

Образовательный процесс организуется строго по расписанию занятий, утвержденному ректором Академии. График освоения ПМ предполагает последовательное освоение МДК 01.01 Художественное проектирование рекламного продукта, МДК 01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта, МДК 01.03 Основы рекламной деятельности.

Освоению ПМ предшествует обязательное изучение учебных дисциплин: рисунок с основами перспективы, живопись с основами цветоведения.

Изучение теоретического материала может проводиться как в каждой группе, так и для нескольких групп (при наличии нескольких групп на специальности).

В процессе освоения ПМ предполагается проведение рубежного контроля знаний, умений у студентов. Сдача рубежного контроля (РК) является обязательной для всех обучающихся. Результатом освоения ПМ выступают ПК, оценка которых представляет собой создание и сбор свидетельств деятельности на основе заранее определенных критериев.

С целью оказания помощи студентам при освоении теоретического и практического материала, выполнения самостоятельной работы разрабатываются учебно-методические комплексы.

С целью методического обеспечения прохождения учебной и/или производственной практики, выполнения курсового проекта/курсовой работы разрабатываются методические рекомендации для студентов.

При освоении ПМ преподавателем устанавливаются часы дополнительных занятий, в рамках которых для всех желающих проводятся консультации. График проведения консультаций размещен на входной двери

каждого учебного кабинета и/или лаборатории.

Текущий учет результатов освоения профессионального модуля производится в журнале по учету успеваемости рубежного контроля является обязательным для каждого студента. В случае отсутствия оценок студент не допускается к сдаче квалификационного экзамена по ПМ.

4.6. Кадровое обеспечение образовательного процесса.

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение к ПМ. 01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции, осуществляется наличием следующих причинам:

- различий между системами ценностей субъектов, оказывающих влияние на образовательный процесс;
- последовательного и необратимого перехода от единообразия учебных программ,
- качества и актуальности перечня источников по направлениям;
- усиления регионализации образовательных систем;
- опыт работы педагогического работника в соответствии с областью деятельности по специальности.

Основное внимание педагогического коллектива на факультете среднего профессионального образования сосредоточено на повышении качества обучения и воспитания, четкой организации занятий по усовершенствованию учебных программ, умелом использовании новых норм оценки знаний, умений, навыков обучающихся, усилению практической направленности обучения, преодоления формализма в оценке результатов труда обучающегося. Преподавателями осуществляется качественный переход, совмещение навыков и реализация образовательных технологий учебной и воспитательной работы в соответствии с направлением полученного образования для актуализации образовательного процесса обучающихся.

5. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля (вид профессиональной деятельности).

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.	<ul style="list-style-type: none"> – обоснованность художественной формы рекламной идеи; – аргументированность выбора рекламной идеи; – точность и скорость поиска различных решений при создании рекламного продукта 	<p>Текущий контроль в форме:</p> <ul style="list-style-type: none"> – защиты практических занятий; – контрольных работ по темам МДК – Теоретический опрос – Тестовый контроль
ПК 1.2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.	<ul style="list-style-type: none"> – правильность и обоснованность художественного конструирования рекламных продуктов; – правильность композиционного решения рекламного продукта; – точность использования выразительных и художественно-изобразительных средств при создании рекламного продукта; – соответствие выразительных и художественно-изобразительных средств рекламы; – правильность построения композиции, шрифтовой и художественной графики в рекламе 	<ul style="list-style-type: none"> – Домашние задания – Самостоятельные работы – Дифференцированный зачет по МДК. – Защита курсового проекта
ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.	<ul style="list-style-type: none"> – соответствие методов проектирования рекламного продукта 	
ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.	<ul style="list-style-type: none"> правильность составления рекламных текстов; точность и правильность приемов и принципов составления рекламного текста; 	
ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.	<ul style="list-style-type: none"> соответствие визуального образа рекламным функциям; 	

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	– демонстрация интереса к будущей профессии	Текущий контроль в форме: – защиты практических занятий; – контрольных работ по темам МДК – Теоретический опрос – Тестовый контроль – Домашние задания – Самостоятельные работы – Дифференцированный зачет по МДК. – Защита курсового проекта
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	– рациональность планирования и организации деятельности по разработке и созданию рекламного продукта, – своевременность сдачи заданий, отчетов, проектов – обоснованность постановки цели, выбора и применения методов и способов при создании рекламного продукта;	
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	– решение стандартных и нестандартных профессиональных задач в области разработки рекламных продуктов	
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	– эффективный поиск необходимой информации; – использование различных источников, включая электронные	
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	– работа на ПК	
ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	– внесение аргументированных предложений по поводу решения задачи; – проявление внимания к точке зрения членов команды;	

	<ul style="list-style-type: none"> – объективная оценка вклада других; – предотвращение или продуктивное урегулирование конфликтов 	
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	– самоанализ и коррекция результатов собственной работы	
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	– организация самостоятельных занятий при изучении профессионального модуля	
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	– анализ инноваций в области разработки ПП	
ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.	– использование знаний и навыков в области разработки ПП при исполнении воинской обязанности	
ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.	– решение стандартных и нестандартных профессиональных задач в области предпринимательства	

5. Оценка освоения достижений личностных результатов воспитательной работы

Оценка достижения обучающимися личностных результатов (далее – ЛР) проводится в рамках контрольных и оценочных процедур, предусмотренных данной Программой.

Способы контроля результатов и критерии результативности реализации воспитательной работы обучающихся академического колледжа.

Вид контроля	Результат контроля
Входной контроль	диагностика способностей и интересов обучающихся (тестирование, анкетирование, социометрия, опрос).
Текущий контроль	педагогическое наблюдение в процессе проведения мероприятий, педагогический анализ творческих работ, мероприятий обучающихся, формирование и анализ портфолио обучающегося; исполнение текущей отчетности
Итоговый контроль	анализ деятельности

Комплекс критериев оценки личностных результатов обучающихся:

- демонстрация интереса к будущей профессии;
- оценка собственного продвижения, личностного развития;
- положительная динамика в организации собственной учебной деятельности по результатам самооценки, самоанализа и коррекции ее результатов;
- ответственность за результат учебной деятельности и подготовки к профессиональной деятельности;

- проявление высокопрофессиональной трудовой активности;
- участие в исследовательской и проектной работе;
- участие в конкурсах профессионального мастерства, олимпиадах по профессии, викторинах, в предметных неделях;
- соблюдение этических норм общения при взаимодействии с обучающимися, преподавателями, руководителями практик;
- конструктивное взаимодействие в учебном коллективе;
- демонстрация навыков межличностного делового общения, социального имиджа;
- готовность к общению и взаимодействию с людьми самого разного статуса, этнической, религиозной принадлежности и в многообразных обстоятельствах;
- сформированность гражданской позиции; участие в волонтерском движении;
- проявление мировоззренческих установок на готовность молодых людей к работе на благо Отечества;
- проявление правовой активности и навыков правомерного поведения, уважения к Закону;
- отсутствие фактов проявления идеологии терроризма и экстремизма среди обучающихся;
- отсутствие социальных конфликтов среди обучающихся, основанных на межличностной, межрелигиозной почве;
- участие в реализации просветительских программ, поисковых, военно-исторических, краеведческих отрядах и молодежных объединениях;

- добровольческие инициативы по поддержки инвалидов и престарелых граждан;
- проявление экологической культуры, бережного отношения к родной земле, природным богатствам России и мира;
- демонстрация умений и навыков разумного природопользования, нетерпимого отношения к действиям, приносящим вред экологии;
- демонстрация навыков здорового образа жизни и высокий уровень культуры здоровья обучающихся;
- проявление культуры потребления информации, умений и навыков пользования компьютерной техникой, навыков отбора и критического анализа информации, умения ориентироваться в информационном пространстве;
- участие в конкурсах профессионального мастерства и в командных проектах;
- проявление экономической и финансовой культуры, экономической грамотности, а также собственной адекватной позиции по отношению к социально-экономической действительности.