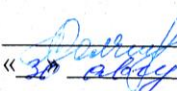


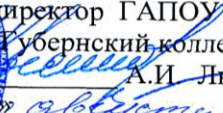
**Государственное автономное профессиональное образовательное учреждение
Московской области «Губернский колледж»**

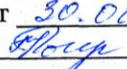
«Согласовано»
1-ый заместитель директора

 Т.Г. Молчанова
«30 августа 2019г.



«Утверждаю»

директор ГАПОУ МО
«Губернский колледж»
 А.И. Лысиков
«30 августа 2019г.

Рассмотрено на заседании
ПЦК дисциплин прикладных видов искусств
протокол № 1 от 30.08 2019г.
председатель  И.А. Рогушина

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

*программы подготовки специалистов среднего звена
специальности 42.02.01 Реклама*

г. Серпухов 2019 г.

Составитель:

Астафьева А.С., преподаватель ГАПОУ МО «Губернский колледж»
Тарасова К.С., преподаватель ГАПОУ МО «Губернский колледж»
Лепехова Н.А., преподаватель ГАПОУ МО «Губернский колледж»
Назина О.Н., преподаватель ГАПОУ МО «Губернский колледж»
Рогушина И.А., преподаватель ГАПОУ МО «Губернский колледж»
Кириллова Н.В., преподаватель ГАПОУ МО «Губернский колледж»

Эксперты:

Внутренняя экспертиза

Техническая экспертиза: Рогушина Инга Анатольевна, председатель ПЦК прикладных видов искусств ГАПОУ МО «Губернский колледж»

Содержательная экспертиза: Астафьева А. С., Тарасова К.С., Кириллова Н.В., Лепехона Н.А., Назина О.Н., Рогушина И.А. преподаватели ГАПОУ МО «Губернский колледж»

Рабочая программа разработана в соответствии с разъяснениями по формированию примерных программ профессиональных модулей начального профессионального и среднего профессионального образования на основе Федеральных государственных образовательных стандартов начального профессионального и среднего профессионального образования, утвержденного приказом "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама" Министерства образования и науки РФ от 12 мая 2014 г. N 510.

СОДЕРЖАНИЕ

Название разделов	стр.
1. Паспорт программы профессионального модуля	4
2. Результаты освоения профессионального модуля	6
3. Структура и содержание профессионального модуля	8
4. Условия реализации профессионального модуля	42
5. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля	50
5. Приложение 1	52
6. Лист изменений и дополнений, внесенных в рабочую программу	

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции

1.1. Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля (далее программа ПМ) – является частью основной программы подготовки специалистов среднего звена ГАПОУ МО «Губернский колледж» по специальности СПО 42.02.01 Реклама базового уровня подготовки, разработанной в соответствии с ФГОС СПО третьего поколения.

Рабочая программа профессионального модуля может быть использована в части освоения основного вида профессиональной деятельности специалиста по рекламе - творческая и исполнительская деятельность (Разработка и создание дизайна рекламной продукции), а также общих и профессиональных компетенций.

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

Базовая часть

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

иметь практический опыт:

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

уметь:

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

знать:

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

Вариативная часть – не предусмотрено

1.3. Количество часов на освоение программы профессионального модуля

Вид учебной деятельности	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	1415
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	1027
Курсовая работа/проект	30
Учебная практика	108
Производственная практика	144
Самостоятельная работа студента (всего) в том числе: <i>работа над курсовым проектом, реферат, практическая работа</i>	388
Итоговая аттестация в форме	Экзамен по ПМ

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности специалиста по рекламе, творческая и исполнительская деятельность (Разработка и создание дизайна рекламной продукции), в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями, указанными в ФГОС по специальности 42.02.01 Реклама:

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

В процессе освоения ПМ студенты должны овладеть общими компетенциями (ОК):

Код	Наименование результата обучения
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

ПМ.01 РАЗРАБОТКА И СОЗДАНИЕ ДИЗАЙНА РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ

3.1. Тематический план профессионального модуля (вариант для СПО)

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля*	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов (если предусмотрена рассредоточенная практика)
			Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
МДК.01.01. ПК 1.1-1.5	Раздел 1. Рекламная деятельность.	69	46	14	1	23	1	36	
	Раздел 2. Черчение.	191	127	77		64			
	Раздел 3. Шрифтоведение.	72	48	38		24		36	
	Раздел 4. Психология рекламы.	66	44	9		22			
	Раздел 5.Художественное проектирование рекламного продукта.	209	139	104		70			36
МДК.01.02. ПК 1.1-1.5	Раздел 6. Рекламный текст.	88	59	8		29			
	Раздел 7. Основы цветоведения и колористики.	96	64	53		32			72
	Раздел 8. Композиция.	150	100	61		50		36	36
	Раздел 9. Разработка творческой концепции рекламного продукта.	222	148	86		74			
	Практика (по профилю специальности), часов	252							144
	Всего:	1415	775	450	1	388	1	108	144

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ) РАЗРАБОТКА И СОЗДАНИЕ ДИЗАЙНА РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
МДК. 01.01 Художественное проектирование рекламного продукта.			
Раздел 1. Рекламная деятельность		46	
Тема 1.1. Определение понятия реклама	Содержание	2	1
	1. Определение понятия реклама. Реклама как вид коммуникации.	1	
	2. Реклама как средство продвижения. Реклама и общество.	1	
	Лабораторные работы		
	1 Не предусмотрены.		
	Практические занятия	4	
	1. Классификация рекламы. Критерии классификации: по охвату территории, по средствам распространения, по функциям и целям и др. Основные виды рекламы: коммерческая, социальная и политическая. Распределить рекламу в соответствии с ее видами.	2	
	2. Роль рекламы в основных сферах жизни современного общества. Выделить общие требования к рекламе и составить список требований.	2	
Тема 1.2. Современные тенденции развития рекламы	Содержание	2	2
	1. Основные направления развития рекламы в XXI веке. Современные стратегии и тренды мирового рекламного рынка.	1	
	2. Современная российская реклама: проблемы и перспективы.	1	
	Лабораторные работы		
	1 Не предусмотрены.		
	Практические занятия	2	
	1. Современные стратегии развития мирового и российского рекламных рынков.	2	

		Проведите мониторинг профессиональных изданий и порталов с целью выявления основных тенденций развития российского рекламного рынка за последние 2-3 года. По результатам мониторинга составьте отчет.		
Тема 1.3. Средства распространения рекламы	Содержание		8	2
	1	Средства распространения рекламы. Реклама на радио: формы, преимущества и недостатки, особенности создания и возможности применения.	1	
	2	Реклама в прессе: формы, преимущества и недостатки, особенности создания и возможности применения. Печатная и сувенирная реклама: формы, преимущества и недостатки, особенности создания и возможности применения. Реклама в кинотеатрах.	2	
	3	Телевидение как средство распространения рекламы. Формы, преимущества и недостатки, особенности создания и возможности применения телерекламы. Интернет-реклама.. Прямая почтовая реклама.	2	
	4	Наружная и транзитная реклама: формы, преимущества и недостатки, особенности создания и возможности применения.	1	
	5	Выставки и ярмарки как вид рекламы. Нетрадиционные средства рекламы - ambientmedia и партизанская реклама. Виды и особенности их применения.	2	
	Лабораторные работы			
	1	Не предусмотрены		
	Практические занятия		10	
	1	Проанализируйте рекламные возможности конкретного медианосителя (журнала, газеты). По результатам подготовьте презентацию рекламных возможностей носителя.	2	
	2	Проанализируйте рекламные возможности конкретного медианосителя (теле-радиопрограммы, интернет-ресурса). По результатам подготовьте презентацию рекламных возможностей носителя.	2	
	3	Проанализируйте рекламные возможности конкретного медианосителя (наружного/транзитного рекламоносителя и др.). По результатам подготовьте презентацию рекламных возможностей носителя.	2	
	4	Сравнение средств распространения рекламы. Составление Таблицы достоинств и недостатков.	4	
Тема 1.4. Рекламный процесс	Содержание		10	2
	1	Схема рекламного процесса. Основные стадии рекламного процесса. Модели восприятия рекламных обращений.	2	
	2	Прямые участники рекламного процесса. Рекламодатели: виды, основные характеристики, функции. Схема организации рекламной службы компании.	2	

	3	Рекламное агентство: виды, основные характеристики, функции. Агентство полного цикла. Схема организации рекламного агентства полного цикла. BTL и ATL-агентства. Основные принципы взаимодействия рекламных и коммуникационных агентств с рекламодателями.	1	
	4	Потребитель как генератор обратной связи в рекламном процессе. Типы покупательского поведения.	2	
	5	Основы психологии поведения потребителей. Основные этапы процесса принятия решения о покупке.	2	
	6	Косвенные участники рекламного процесса: дизайн-бюро, медиабайеры, мелиаселлеры, рекламно-производственные фирмы (продакшн-хаусы), исследовательские и консалтинговые компании.	1	
	Лабораторные работы			
	1	Не предусмотрены		
	Практические занятия		4	
	1	Участники процесса разработки и производства рекламного продукта. Возьмите газету, журнал или иной источник. Внимательно рассмотрите его и выявите рекламные объявления определив участников рекламного процесса.	2	
	2	Модификации правила AIDA. Найти с помощью интернет-ресурсов модификации данного правила, проанализировать и составить краткий отчет.	2	
Тема 1.5. Рекламное обращение.	Содержание		6	2
	1	Понятие рекламного обращения. Основные этапы процесса разработки и производства рекламного обращения.	2	
	2	Содержание рекламного обращения. Мотивы поведения и психологические установки потребителя, и их использование в рекламной аргументации. Теория уникального торгового предложения (УТП). Аргументация в рекламе.	2	
	3	Правила изобразительного оформления рекламного обращения.	1	
	4	Понятие функциональности рекламного обращения. Приемы увеличения функциональности рекламы.	1	
	Лабораторные работы			
	1	Не предусмотрены		
	Практические занятия		2	
	1	Анализ рекламного обращения	2	
Тема 1.6. Роль рекламы в брендинге	Содержание		4	2
	1	Разграничение понятий «бренд», «торговая марка», «товарный знак». Бренд и брендинг. Функции бренда. Структура бренда. Модель «колесо бренда»:	1	

		содержательные элементы, физическо-функциональные и коммуникационные атрибуты бренда.		
	2	Концепция бренд-менеджмента. Место рекламы в системе бренд-коммуникаций. Понятие фирменного стиля. Применение элементов фирменного стиля в рекламе.	1	
	3	Спонсорство в рекламе. Стимулирование сбыта.	1	
	4	Прямой маркетинг. Паблик рилейшнз.	1	
	Лабораторные работы			
	1	Не предусмотрены		
	Практические занятия		2	
	1	Бренд и торговая марка	2	
Тема 1.7. Исследования в рекламе. Эффективность рекламы	Содержание		4	2
	1	Рекламные исследования как разновидность маркетинговых исследований. Первичная и вторичная информация в рекламе: источники, методы получения и возможности применения.	1	
	2	Количественные и качественные исследования: цели и методы. Основные этапы процесса рекламного исследования.	1	
	3	Виды рекламных исследований. Исследования, предшествующие разработке рекламной компании: исследования товара, целевой аудитории, рынка и действий конкурентов.	1	
	4	Медиаисследования. Исследования эффективности рекламы. Коммуникативная и экономическая эффективность рекламы: критерии и методы оценки.	1	
	Лабораторные работы			
	1	Не предусмотрены		
	Практические занятия		2	
	1	Разработка анкеты для проведения опроса. Цель исследования: определение уровня и качества осведомленности целевой аудитории о конкретной компании/торговой марке и о конкурентных компаниях и марках.	2	
Тема 1.8. Планирование рекламной кампании	Содержание		4	2
	1	Понятие «рекламная кампания». Стратегия маркетинговых коммуникаций и план маркетинга компании как основания для планирования рекламных компаний.	1	
	2	Основные этапы планирования и реализации рекламной компании. Определение целей и целевой аудитории.	1	
	3	Методы определения бюджета рекламной компании. Разработка креативной стратегии. Поиск основной идеи рекламной компании и ее воплощение в	1	

		рекламных материалах.		
	4	Определение медиастратегии. Основные показатели медиапланирования. Реализация рекламной компании: тестирование, производство и размещение рекламных материалов; проведение рекламных мероприятий.	1	
	Лабораторные работы			
	1	Не предусмотрены		
	Практические занятия		4	
	1	Реализация рекламной компании: тестирование, производство и размещение рекламных материалов; проведение рекламных мероприятий.	4	
Тема 1.9. Реклама в отраслях и сферах деятельности.	Содержание		4	2
	1	Рекламная деятельность промышленного предприятия. Особенности рынка business-to-business.	1	
	2	Факторы, определяющие продвижение промышленной продукции. Средства продвижения промышленного предприятия.	1	
	3	Рекламная деятельность торгового предприятия: основные задачи, выбор средств рекламы.	1	
	4	Реклама услуг. Особенности услуг, как объекта продвижения. Цели рекламы услуг. Приемы и средства рекламы для продвижения услуг.	1	
	Лабораторные работы			
	1	Не предусмотрены		
	Практические занятия			
	1	Не предусмотрены		
Тема 1.10. Международная реклама.	Содержание		6	2
	1.	Понятие и функции международной рекламы. Особенности организации и управления международной рекламной компанией.	1	
	2.	Рекламные организации в сфере международной рекламы. Глобальные сетевые рекламные агентства.	1	
	3.	Международная реклама как кросс-культурная коммуникация. Культурная среда, язык, обычаи страны как факторы, определяющие рекламную практику.	1	
	4.	Принципы создания рекламных сообщений, направленных на инокультурную аудиторию. Особенности использования цвета в международной рекламе.	1	
	5.	Основные аспекты взаимодействия российской и зарубежной рекламы.	1	
	6.	Реклама глобальных брендов.	1	
	Лабораторные работы			
		Не предусмотрены.		

	Практические занятия		4	
	1.	Выбрать любую страну, выявить приоритетные обычаи страны, как факторы определяющие рекламную направленность страны.	2	
	2.	Реклама глобальных брендов. Найти в сети интернет наиболее глобальные бренды, выявить их цель, сферу деятельности и целевую аудиторию.	2	
Тема 1.11. Социально-правовые аспекты рекламной деятельности.	Содержание		4	2
	1.	Социальные и этические аспекты рекламы. Отношение общества к рекламе.	1	
	2.	Законодательное регулирование рекламной деятельности: российское и международное рекламное законодательство. Основные положения Федерального закона «О рекламе».	1	
	3.	Проблема саморегулирования и социальной ответственности участников рекламной деятельности.	1	
	4.	Российские организации, отвечающие за саморегулирование и общественное регулирование рекламной деятельности. Региональное и муниципальное регулирование рекламной деятельности.	1	
	Лабораторные работы			
		Не предусмотрены.		
	Практические занятия			
	1.	Не предусмотрены.		
Самостоятельная работа при изучении раздела 1.			23	
Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы				
Подготовка сообщений на тему:				
1. Роль социальной рекламы в решении актуальных проблем современности.				
2. Перспективы развития традиционных средств распространения рекламы (рекламы в прессе, теле-радио и наружной рекламы)				
3. Использование уникального торгового предложения в рекламе.				
4. Рекламная компания как основа рекламной деятельности предприятия.				
5. Проблема выбора средств и носителей рекламы.				
6. Роль рекламы в продвижении услуг (туризма, медицины, образования, страхования и др.)				
7. Проблемы развития отечественного рынка рекламы.				
8. Проблема саморегулирования и социальной ответственности в рекламной практике.				
9. Этические нормы в рекламе.				
10. Практика рекламной деятельности за рубежом: принципы и методы работы.				
11. Международные рекламные организации: назначение и содержание деятельности.				
12. Международные фестивали и конкурсы рекламы и их роль в развитии рекламного творчества				

13. Глобализация и локализация в рекламе глобальных торговых марок. 14. Принципы создания рекламных сообщений, направленных на инокультурную аудиторию. 15. Приемы разработки эффективной теле (радио, наружной, печатной, транзитной, интернет) рекламы. 16. Фирменный стиль: принципы разработки и возможности применения в рекламе 17. Инструменты и приемы публичных рилейшнз в практике продвижения современных российских компаний 18. Роль рекламы в формировании и развитии бренда. 19. Упаковка как элемент бренда. 20. Использование уникального торгового предложения в рекламе. 21. Анализ текстов Федерального закона «О рекламе» 2006 года, «Международного кодекса рекламной практики» и других законодательных актов, регулирующих рекламную деятельность в России и за рубежом.			
Учебная практика Виды работ Заполнение таблиц, составление схем, сбор информации для исследований и анализ собранной информации. Разработка анкет опроса для проведения исследований.		36	
Производственная практика (для СПО – (по профилю специальности)) <i>Не предусмотрено</i>			
МДК. 01.01 Художественное проектирование рекламного продукта.			
Раздел 2. Черчение.		127	
Тема 2.1. Чертежные инструменты и принадлежности.	Содержание	4	
	1. Введение. Краткий исторический обзор.	1	1
	2. Оформление чертежей. Чертежные инструменты и принадлежности.	1	
	Лабораторные работы		
	Не предусмотрены.		
	Практические занятия		
	Не предусмотрено.		
Тема 2.2. Оформление чертежей	Содержание	4	
	1. Форматы и масштабы.	1	1
	2. Линии чертежа.	1	
	3. Чертежный шрифт.	1	
	4. Основные правила нанесения размеров на чертежах. Линейные размеры. Угловые размеры. Условные обозначения и изображения.	1	
	Лабораторные работы		

		Не предусмотрены.		
	Практические занятия			
	1.	Практическая работа №1: «Линии чертежа».	2	2
	2	Практическая работа №2: Чертежный шрифт».	4	2
	3	Практическая работа №3: «Чертеж плоской детали с простановкой размеров».	2	
Тема 2.3. Геометрические построения.	Содержание		5	
	1.	Геометрические построения. Деление отрезка и окружности на равные части.	1	1
	2	Деление отрезка и окружности на равные части.	1	
	3	Сопряжения. Построение сопряжений	1	
	4	Сопряжения. Построение сопряжений	1	
	5	Сопряжения. Построение сопряжений	1	
	Лабораторные работы			
		Не предусмотрены.		
	Практические занятия			
	1.	Практическая работа №4: «Деление окружности на равные части. Составление орнамента в круге».	4	2
	2	Практическая работа №5: «Сопряжения. Построение сопряжений».	4	
Тема 2.4. Кривые линии.	Содержание		4	
	1	Коробовые кривые: овал, овоид, завиток.	1	1
	2	Циклические кривые: спирали, эвольвенты окружности.	1	
	3	Лекальные кривые: эллипс, парабола, гипербола.	1	
	4	Лекальные кривые: эллипс, парабола, гипербола.	1	
	Лабораторные работы			
		Не предусмотрены.		
	Практические занятия			
	1.	Практическая работа №6: «Коробовые кривые: овал, овоид, завиток»	2	2
	2.	Практическая работа №7: «Циклические кривые: спирали, эвольвенты окружности. Лекальные кривые: эллипс, парабола, гипербола».	2	2
	Контрольные работы			
Тема 2.5. Способы получения графических изображений.		Не предусмотрены.		
	Содержание.		2	
	1.	Центральное и параллельное проецирование.	1	1
	2	Виды параллельного проецирования.	1	
	Лабораторные работы.			
		Не предусмотрено.		

	Практические занятия.			
		Не предусмотрено.		
	Контрольные работы.			
		Не предусмотрено.		
Тема 2.6. Ортогональные проекции. Проекция точки, прямой и плоскости.	Содержание.		6	1
	1.	Проекция точки.	1	
	2.	Проекция точки.	1	
	3.	Проекция прямой.	1	
	4.	Проекция прямой.	1	
	5.	Проекция плоскости.	1	
	6.	Проекция плоскости.	1	
	Лабораторные работы.			
		Не предусмотрено.		
	Практические занятия.			
	1.	Практическая работа №8: «Проекция точки, прямой».	3	
	2.	Практическая работа №9: «Проекция плоскости».	4	
	Контрольные работы.			
		Не предусмотрено.		
Тема 2.7. Взаимное расположение прямых, плоскостей.	Содержание.		6	1
	1.	Различные случаи расположения прямой в пространстве	1	
	2.	Различные случаи расположения прямой в пространстве	1	
	3.	Пересекающиеся прямые.	1	
	4.	Скрещивающиеся прямые.	1	
	5.	Плоскость общего положения. Плоскости уровня.	1	
	6.	Плоскость общего положения. Плоскости уровня.	1	
	Лабораторные работы.			
		Не предусмотрено.		
	Практические занятия.			
	1.	Практическая работа №10: «Пересекающиеся и скрещивающиеся прямые».	2	2
	2.	Практическая работа №11: «Плоскость общего положения. Плоскости уровня».	2	
	Контрольные работы.			
		Не предусмотрено.		
Тема 2.8. Способы преобразования чертежа.	Содержание.		4	1
	1.	Способ перемены плоскостей проекций.	1	
	2.	Способ плоскопараллельного перемещения.	1	

	3	Способ совмещения.	1	
	4	Способ вращения.	1	
	Лабораторные работы.			
		Не предусмотрено.		
	Практические занятия.			
	1.	Практическая работа №12: «Способы преобразования чертежа. Способ перемены плоскостей проекций. Способы преобразования чертежа. Способ плоскопараллельного перемещения».	2	2
	2.	Практическая работа №13: «Способы преобразования чертежа. Способ совмещения и вращения».	2	2
	Контрольные работы.			
		Не предусмотрено.		
Тема 2.9. АксонOMETрические проекции.	Содержание.		6	
	1.	Общие сведения. Прямоугольные аксонOMETрические проекции.	1	1
	2	Косоугольные аксонOMETрические проекции.	1	
	3	Построение окружности в прямоугольной аксонOMETрической проекции.	1	
	4	Построение окружности в прямоугольной аксонOMETрической проекции.	1	
	5	Построение многогранных предметов в аксонOMETрии.	1	
	6	Построение многогранных предметов в аксонOMETрии.	1	
	Лабораторные работы.			
		Не предусмотрено.		
	Практические занятия.			
	1.	Практическая работа №14: «Изображение окружности в прямоугольной аксонOMETрической проекции».	2	
	2.	Практическая работа №15: «Построение плоских геометрических фигур в аксонOMETрии».	4	
	3.	Практическая работа №16: «Построение многогранных предметов в аксонOMETрии».	4	
	Контрольные работы.			
		Не предусмотрено.		
Тема 2.10. Геометрические тела в ортогональных и аксонOMETрических проекциях	Содержание.		4	
	1.	Многогранники: призма, пирамида.	1	1
	2	Многогранники: призма, пирамида.	1	
	3	Тела и поверхности вращения: цилиндр, конус, шар, тор.	1	

	4	Тела и поверхности вращения: цилиндр, конус, шар, тор.	1	
	Лабораторные работы.			
		Не предусмотрено.		
	Практические занятия.			
	1.	Практическая работа №17: «Геометрические тела в ортогональных и аксонометрических проекциях. Призма. Пирамида. Цилиндр. Конус».	6	2
	Контрольные работы.			
		Не предусмотрено.		
Тема 2.11. Выполнение разверток геометрических тел.	Содержание.		1	2
	1	Развертки куба, призмы, пирамиды, цилиндра, конуса.		
	Лабораторные работы.			
		Не предусмотрено		
	Практические занятия.		4	2
	1	Практическая работа №18: «Выполнение разверток геометрических тел».		
	Контрольные работы			
Тема 2.12. Пересечение многогранников и тел вращения проецирующей плоскостью.		Не предусмотрено.		
	Содержание.		2	
	1.	Пересечение многогранников проецирующей плоскостью. Построение линии среза.	1	1
	2	Пересечение тел вращения проецирующей плоскостью. Построение линии среза.	1	
	Лабораторные работы.			
		Не предусмотрено.		
	Практические занятия.			
	1.	Практическая работа №19: «Пересечение многогранников проецирующей плоскостью. Построение линии среза».	4	
	2.	Практическая работа №20: «Пересечение тел вращения проецирующей плоскостью. Построение линии среза».	4	2
	Контрольные работы.			
	1.	Не предусмотрено.		
Тема 2.13. Построение линии взаимного пересечения поверхностей двух тел.	Содержание.		4	
	1.	Построение линии взаимного пересечения поверхностей двух многогранников.	1	1
	2	Построение линии взаимного пересечения поверхностей двух многогранников.	1	
	3	Построение линии взаимного пересечения поверхностей многогранника и тела вращения.	1	

	4	Построение линии взаимного пересечения поверхностей двух тел вращения.	1	
	Лабораторные работы.			
		Не предусмотрено.		
	Практические занятия.			
	1.	Практическая работа №21: «Построение линии взаимного пересечения поверхностей двух многогранников».	5	2
	2.	Практическая работа №22: «Построение линии взаимного пересечения поверхностей многогранника и тела вращения».	5	2
	3.	Практическая работа №23: «Построение линии взаимного пересечения двух тел вращения».	4	2
	Контрольные работы.			
		Не предусмотрено.		
Самостоятельная работа при изучении раздела ПМ 2. Самостоятельная работа при изучении Раздела 2. Черчение 1. Работа с методической литературой по начертательной геометрии, черчению, проекционному черчению; 2. Создание альбома «Черчение». 3. Выполнение шрифтовой композиции. 4. Подготовка презентации на тему «Коробовые и лекальные прямые». 5. Подготовка презентации на тему «Проецирование.»			64	
Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы 1. Графическая работа: «Орнамент в полосе». 2. Графическая работа: «Выполнение эскиза орнамента в круге, используя различные способы деления окружности». 3. Построение сопряжений. 4. Построение коробовых кривых. 5. Построение циклических кривых. 6. Построение лекальных кривых. 7. Графическая работа: «Преобразование чертежа». 8. Выполнение развертки и макета призмы. 9. Выполнение развертки и макета пирамиды. 10. Выполнение развертки и макета конуса. 11. Выполнение развертки и макета цилиндра. 12. Графическая работа «Построение линии взаимного пересечения поверхностей двух геометрических тел».				
Учебная практика Не предусмотрено				
Производственная практика Не предусмотрено				

МДК. 01.01 Художественное проектирование рекламного продукта.			
Раздел 3. Шрифтоведение.		48	
Тема 3.1. Структурные элементы шрифта и надписи.	Содержание	3	1
	1. Краткая история развития письменности. История развития русского шрифта.	1	
	2. Структурные элементы шрифта и надписи. Методы построения шрифтов.	1	
	3. Классификация шрифтов.	1	
	Лабораторные работы		
	Не предусмотрены.		
	Практические занятия		
Тема 3.2. Построение букв по модульной сетке	1. Не предусмотрены.		
	Содержание	3	1
	1. Структура и дукт гротеска. Пропорциональность отношения ширины буквы к её высоте. Угол наклона пера – способы написания букв. Дукт брускового шрифта.	1	
	2. Требования, предъявляемые к работе над шрифтом.	1	
	3. Классическая Антикwa Жоффруа Тори. Построение букв на основе квадрата. Новая Антикwa.	1	
	Лабораторные работы		
	Не предусмотрены.		
	Практические занятия	15	2
	1. Выбор плакатных перьев. Правила работы пером. Упражнение - “Орнамент”.	3	
	2. Выполнение алфавита гротеском.	3	
	3. Выполнение различных вариантов гротеска.	3	
	4. Выполнение алфавита брускового шрифта.	3	
	5. Упражнение «Солнышко» Написание пером букв группы Антикwa.	3	
	Содержание	2	1
Тема 3.3. Построение и разработка шрифта.	1. Построение и разработка шрифта.	1	2
	2. Изучение коллекции шрифтов	1	
	Лабораторные работы		
	Не предусмотрены.		
	Практические занятия	10	3
	1. Создание букв алфавита определенной гарнитуры по нескольким заданным	4	
	2. Создание собственной оригинальной гарнитуры шрифта.	6	

Тема 3.4. Шрифтовые композиции.	Содержание		2	1
	1.	Виды композиций шрифтовой надписи. Этапы работы над шрифтовой композицией.	1	
	2.	Виды плакатов.	1	
	Лабораторные работы			
		Не предусмотрены.		
	Практические занятия		12	
	1.	«Образность шрифта и шрифтовой композиции». Эскизирование шрифтовой композиции.	6	2
	2.	Выполнение в материале шрифтовой композиции.	6	3
	Контрольные работы		1	
	1.	Шрифт и шрифтовой плакат	1	
Самостоятельная работа при изучении раздела 3.			24	
Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы Выполнение текста гротеском (миллиметровка А4) Упражнение по написанию круглых элементов букв. Выполнение надписи способом накладных букв. Группа не контрастных шрифтов. Рукописные шрифты. Особенности исполнения. Композиция текста рукописным шрифтом. Эскизы шрифтовой композиции. Творчество художников советских и современных художников. Декоративная буква. Эскизы. Монограмма. Композиция из трех букв.				
Учебная практика «Шрифтоведение» Виды работ Построение букв по модульной сетке. Написание текста гротеском. Способы выполнения шрифтовой надписи. Работа с группой не контрастных шрифтов. Упражнение по написанию круглых элементов букв. Построение букв на основе квадрата. Новая Антиква. Пропорции и начертание букв. Написание пером букв группы Антиква. Упражнение «Квадрата. Рустика, Унциал». Композиция текста рукописным шрифтом. Праздничная открытка. Написание стихов каллиграфическим почерком. Создание букв алфавита определенной гарнитуры. Разработка шрифтовой композиции. Создание композиции афиши. Социальный плакат.			36	
Производственная практика (для СПО – (по профилю специальности) Не предусмотрена				
МДК. 01.01 Художественное проектирование рекламного продукта.				
Раздел 4. Психология рекламы.			44	
Тема 4.1. Психология общения.	Содержание		11	1
	1.	Понятие общения. Роль общения в психическом развитии человека.	1	
	2.	Функции и уровни общения.	1	

	3.	Коммуникативная, интерактивная, перцептивная стороны общения.	1	
	4.	Вербальные средства общения, их характеристика.	1	
	5.	Невербальное общение. Кинестетические средства. Проксемические средства.	1	
	6.	Виды социального взаимодействия.	1	
	7.	Механизмы взаимопонимания в процессе общения.	1	
	8.	Техника влияния и противодействия, активного слушания и налаживания контакта.	1	
	9.	Понятие конфликта. Причины конфликтов в общении.	1	
	10.	Стратегии поведения в конфликте.	1	
	11.	Способы развития коммуникативных способностей.	1	
	Лабораторные работы			
		Не предусмотрены.		
	Практические занятия		3	2
	1.	Знакомство с методиками исследования коммуникативных способностей	1	
	2.	Характеристика механизмов взаимодействия. Использование различных механизмов в общении.	1	
	3.	Основы невербального общения.	1	
Тема 4.2. Личность как субъект рекламных коммуникаций.	Содержание		2	1
	1.	Общее представление о личности.	1	
	2.	Мотивы и позиции рекламного дела.	1	
	Лабораторные работы			
		Не предусмотрены.		
	Практические занятия		1	2
Тема 4.3. Психические процессы в рекламной деятельности	1.	Определение ведущей потребности для каждого возраста		
	Содержание		16	1
	1.	Внимание в рекламной деятельности	2	
	2.	Ощущение в рекламной деятельности	2	
	3.	Восприятие в рекламной деятельности	2	
	4.	Память в рекламной деятельности	2	
	5.	Мышление в рекламной деятельности	2	
	6.	Воображение в рекламной деятельности	2	
	7.	Эмоциональный аспект рекламного воздействия	2	
	8.	Восприятие рекламы людьми разных типов темперамента	2	
	Лабораторные работы			
		Не предусмотрены.		

	Практические занятия		3	2
	1.	Диагностика типов темперамента	2	
	2.	Определение способов привлечения внимания к рекламному сообщению.	1	
Тема 4.4. Психология рекламы.	Содержание		6	1
	1.	Психология рекламы.	2	
	2.	Когнитивные аспекты рекламного воздействия.	1	
	3.	Поведенческий компонент рекламного воздействия.	1	
	4.	Психология творчества в рекламе.	1	
	5.	Психология мотивации в рекламе.	1	
	Лабораторные работы			
		Не предусмотрены.		
	Практические занятия		2	2
	1.	Типы рекламных коммуникаций		
Самостоятельная работа при изучении раздела 4.			22	
Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы Составить конспект и выделить этапы развития рекламной деятельности в России. Составить схемы-опоры моделей рекламного воздействия. Конспект вопроса «Этический аспект рекламной деятельности». Составить таблицу «Психологические типы потенциального потребителя. Письменный анализ печатной рекламы. Письменный анализ рекламного ролика. Эскиз наружной рекламы. Подобрать рекламные ролики на разные виды ощущений. Конспект «Воздействие цвета и света на психику человека». Составить опорную таблицу «Свойства восприятия» Презентация «Цвет и национальные традиции». Подобрать рекламные ролики с использованием юмора. Презентация «Восприятие музыки людьми разных типов». Презентация «Особенности восприятия запахов». Составить опорную схему «Виды памяти». Опорная схема «Процессы памяти». Опорная схема «Виды мышления» и «Операции мышления». Подобрать рекламные ролики и примеры из печатной рекламы. Подготовить сообщение «Язык мимики и жестов». Написание реферата «Способы оптимизации общения в коллективе». Подобрать диагностические методики по теме «Способы развития коммуникативных способностей». Подготовить сообщение «Познавательные процессы».				
Учебная практика Виды работ <i>Не предусмотрена</i>				
Производственная практика (для СПО – (по профилю специальности) Виды работ <i>Не предусмотрено</i>				
МДК. 01.01 Художественное проектирование				

рекламного продукта.			
Раздел 5. Проектирование рекламного продукта.		139	
Тема 5.1 Функции иллюстраций. Типы рекламы.	Содержание	3	1
	1. Функции иллюстраций. Типы рекламы.	1	
	2. Иллюстрирование рекламы, её элементы.	1	
	3. Виды рекламы по способу воздействия, способу выражения.	1	
	Лабораторные работы		
	Не предусмотрены.		
	Практические занятия	2	2
Тема 5.2 Место иллюстраций в объявлении.	1. Составление коллажей по различным видам и типам иллюстраций.	2	
	Содержание	3	1
	1. Место иллюстраций в объявлении.	1	
	2. Эффективные варианты размещения иллюстрации в объявлении	1	1
	3. Диагональ чтения и оптический центр иллюстрации.	1	
	Лабораторные работы		
	Не предусмотрены.		
Тема 5.3 Принципы выбора размера иллюстрации в рекламном объявлении.	Практические занятия		2
	1. Составление композиции рекламного объявления с иллюстрацией.	2	2
	Содержание	3	1
	1. Принципы выбора размера иллюстрации в рекламном объявлении.	1	
	2. Формы рекламных объявлений.	1	1
	3. Взаимосвязь формы объявления и его содержания.	1	
	Лабораторные работы		
Тема 5.4 Виды иллюстраций: фотография, рисунок, коллаж.	Не предусмотрены.		
	Практические занятия	2	
	1. Выполнение рекламы, в которой форма четко ассоциируется с предметом рекламы.	2	2
	Содержание	3	1
	1. Виды иллюстраций: фотография, рисунок, коллаж.	1	
	2. Статистические и нестатистические рисунки в рекламе.	1	
	3. Штампы, применяемые в рекламе.	1	
	Лабораторные работы		
	Не предусмотрены.		
	Практические занятия	8	

	1.	Создание рекламы на определенную тему с выполнением фотографий.	2	2
	2.	Реклама, иллюстрированная рисунком.	3	
	3.	Составление коллажа из иллюстраций на определенную тему.	3	3
Тема 5.5 Функции цвета в рекламе.	Содержание		2	1
	1.	Функции цвета в рекламе.	1	1
	2.	Факторы выбора цвета для использования в рекламе.	1	
	Лабораторные работы			
		Не предусмотрены.		
	Практические занятия		2	2
	1.	Выбор цветовой гаммы для определенной рекламы на заданную тему.	2	
Тема 5.6 Содержание иллюстрации.	Содержание		3	1
	1.	Содержание иллюстрации.	1	
	2.	Связь объекта иллюстрации и целевой группы потребителей	1	
	3.	Отображение в иллюстрации предмета рекламы.	1	
	Лабораторные работы			
		Не предусмотрены.		
	Практические занятия		2	2
Тема 5.7 Персонажи рекламы.	1.	Создание стильной рекламы, в которой детали соответствуют замыслу.	1	
	Содержание		3	1
	1.	Персонажи рекламы.	1	
	2.	Аксессуары, атрибуты героев рекламы.	1	
	3.	Мимика и жесты героев рекламы.	1	
	Лабораторные работы			
		Не предусмотрены.		
Тема 5.8 Виды шрифтов для текстов и заголовков.	Практические занятия		3	2
	1.	Создание своего отрицательного и положительного персонажа для рекламы.	3	
	Содержание		2	1
	1.	Виды шрифтов для текстов и заголовков.	1	
	2.	Критерии выбора шрифта в векторной и растровой графике.	1	
	Лабораторные работы			
		Не предусмотрены.		
	Практические занятия		7	2
	1.	Создание творческого текстового объявления средствами растровых программ	3	
	2.	Создание различных эффектов в коротком тексте.	2	
	3.	Создание обложки своего портфолио.	2	

Тема 5.9 Закономерности выбора средств гармонизации композиции рекламного объявления.	Содержание		8	1
	1.	Закономерности выбора средств гармонизации композиции рекламного объявления. Принципы композиции в рекламном объявлении.	2	
	2.	Рациональная и эмоциональная реклама. Критерии иллюстрирования рекламы.	4	
	3.	Особенности иллюстрирования отдельных товаров и услуг. Сравнительные параметры выбора.	2	
	Лабораторные работы			
		Не предусмотрены.		
	Практические занятия		24	2
	1.	Создание рекламного плаката	3	
	2.	Создание эмоциональной рекламы	6	
	3.	Выполнение эскизов рекламы определенной группы товаров.	3	
	4.	Выполнение трансформирующей рекламы в электронном виде.	5	
	5.	Выполнение организующей рекламы в электронном виде.	5	
	6.	Разработка творческой концепции рекламного плаката	2	
Тема 5.10. Пакет фирменного стиля и его составляющие.	Содержание		5	1
	1.	Пакет фирменного стиля и его составляющие. Брендбук – как отражение фирменного стиля.	2	
	2.	Фирменные цвета. Наименование цветов в брендбуке. Правила и принципы оформления носителей фирменного стиля.	2	
	3.	Промо материалы, создающие положительный имидж, повышающие узнаваемость бренда.	1	
	Лабораторные работы			
		Не предусмотрены.		
	Практические занятия		52	2
	1.	Выполнение различных вариантов решения логотипа.	13	
	2.	Создание эмблемы. Её назначение и функции.	5	
	3.	Слоган, как составляющая фирменного стиля. Основные элементы деловой документации.	8	
	4.	Создание различных промоматериалов соответствующих фирменному стилю.	9	
	5.	Разработка корпоративного героя, его основные задачи.	2	
	6.	Разработка различных видов наружной рекламы соответствующих фирменному стилю.	14	
	Контрольные задания			
	1.	Дифференцированный зачет «Брендбук, как многостраничное издание»	1	

Самостоятельная работа при изучении раздела 5.			70	
Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы Подобрать коллажи по различным видам и типам иллюстраций. Подготовить основу разных форм. Выполнить рекламу на противоположное цветовое сочетание. Подготовить материал по различным персонажам рекламы. Составить шрифтовой коллаж примеров текстового шрифта. Выполнить два варианта текста в круге. Собрать информацию для определенного рекламного объявления. Подготовить вспомогательный материал для итоговых работ. Создать различные варианты логотипа. Подготовить обоснование о цвете, на основе символики. Выполнить знаки цветовых схем. Продумать список основных элементов стиля. Изготовить один из сувениров. Подготовка к итоговой самостоятельной работе.				
Учебная практика Виды работ Не предусмотрено				
Производственная практика «Фирменный стиль» Виды работ 1-7.Создание логотипа для заказчика. 8-14. Предложения по применению выбранного логотипа в фирменном стиле. 15-20. Эскизирование элементов фирменного стиля. 21.Отработка практических навыков по созданию заголовков в рекламе. 22. Подбор заголовков к тексту, используя 30 практических советов по их составлению. 23. Составление рекламного слогана. 24. Основной текст рекламного сообщения. Написание эффективного рекламного текста. 25-28. Разработка вариантов композиционного решения обложки буклета для заказчика. 29. Зачин, ОРТ, эхо-фраза. Отработка практических навыков по созданию каждого из элементов. 30. Система отбора слов в рекламный текст. Применение ее на практике. 31-36. Создание брендбука к одобренному логотипу.			36	
МДК. 01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта.				
Раздел 6. Рекламный текст.			59	
Тема 6.1. Язык. Коммуникация.	Содержание		2	2
	1.	Информационные процессы. Коммуникация.	1	
	2.	Языковая коммуникация. Виды коммуникации.	1	
	Лабораторные работы			
		Не предусмотрены.		
	Практические занятия			
	1.	Не предусмотрены.		
Тема 6.2. Реклама.	Содержание		5	3
	1.	Реклама: понятие, сущность. Цель, задачи, функции рекламы.	1	
	2.	Классификация видов, средств и форм рекламной деятельности.	1	
	3.	Реклама как особая форма коммуникации.	1	

	4.	Функции рекламы как социальной коммуникации, схема рекламной коммуникации.	1	
	Лабораторные работы			
		Не предусмотрены.		
	Практические занятия			3
Тема 6.3. Приёмы речевого воздействия в рекламе.	1.	Реклама как особая форма коммуникации.	1	
	Содержание		12	2
	1.	Языковое манипулирование.	1	
	2.	Имплицитная информация и якорение.	1	
	3.	Аргументация в рекламе.	1	
	4.	Общая классификация рекламы.	7	
	Лабораторные работы			
		Не предусмотрены.		
	Практические занятия			
	1.	Классификация рекламы	1	2
	Контрольные работы			
	1.	Приёмы речевого воздействия в рекламе	1	
Тема 6.4. Рекламный текст.	Содержание		8	2
	1.	Определение и основные функции рекламного текста.	1	
	2.	Цели и задачи рекламного текста.	1	
	3.	Основные составляющие рекламного текста.	5	
	Лабораторные работы			
		Не предусмотрены.		
	Практические занятия			
	1.	Работа с текстом.	1	
Тема 6.5. Составление рекламных текстов.	Содержание		25	1
	1.	Особенности рекламного текста.	1	
	2.	Правила рекламного текста.	1	
	3.	Секреты написания рекламного текста.	1	
	4.	Игровые приёмы при составлении рекламных текстов.	1	
	5.	Интралингвистические особенности рекламного текста.	6	
	6.	Стилистические особенности рекламного текста.	2	
	7.	Средства художественной выразительности в рекламных текстах. Тропы.	4	
	8.	Грамматические особенности рекламных текстов.	3	
	Лабораторные работы			

		Не предусмотрены.		
	Практические занятия		5	1
	1.	Фонетические особенности рекламного текста.	1	
	2.	Исправление лексических ошибок.	1	
	3.	Синтаксические особенности рекламного текста.	1	
	4.	Исправление стилистических ошибок.	1	
	5.	Редактирование текста.	1	
	Контрольные работы			
1.	Составление рекламных текстов.	1		
Тема 6.6. Основные приемы воздействия на психологию клиента.	Содержание		7	1
	1.	Теоретические основы психологического воздействия рекламы.	5	
	Лабораторные работы			
		Не предусмотрены.		
	Практические занятия			
	1.	Не предусмотрены.		
	Контрольные работы			
	1.	Итоговая письменная работа.	2	
Самостоятельная работа при изучении раздела 6. Выписать и проанализировать различные высказывания о рекламе. Составление таблицы «Классификация видов, средств и форм рекламной деятельности». Создание продающего рекламного текста для заказчика. Составление таблицы: «Общая классификация рекламы». Подготовить сообщение по теме «Плюсы и минусы кино-теле-видеорекламы». Привести примеры радиорекламы. Указать достоинства и недочеты рекламных радиосообщений. Подготовить сообщение по теме «Плюсы и минусы печатной рекламы». Составление таблицы: «Цели, задачи и основные функции рекламного текста». Подобрать заголовки к тексту, используя приемы по их составлению. Составление слогана для компании, производящей стильную и демократичную молодежную одежду. Создание рекламных текстов. Написать сообщение по теме «Специфика использования различных частей речи при создании рекламного текста». Найти в рекламных текстах примеры игровых приёмов. Составление словарика «Орфоэпические и фонетические нормы». Составление таблицы «Лексические нормы текста». Работа с текстом: исправление лексических ошибок. Подготовить сообщение по теме «Использование стилистических оборотов для создания эффективной рекламы». Работа с текстом: исправление стилистических ошибок. Подготовить сообщение по теме «Средства художественной выразительности в рекламных текстах». Найти в рекламных текстах примеры использования речевых фигур, тропов. Найдите примеры рекламы, в которых используются вопросительные слова. Определить функцию этих слов. Работа с текстом: исправление грамматических ошибок. Типичные недостатки рекламных текстов. Их анализ и исправление.			29	
Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы Не предусмотрено				

Учебная практика <i>Не предусмотрено</i>			
Производственная практика (для СПО – (по профилю специальности)) <i>Не предусмотрено</i>			
МДК. 01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта.			
Раздел 7. Основы цветоведения и колористики.		64	
Тема 7.1. Цветовые контрасты.	Содержание		7
	1.	Введение «Цветоведение, наука о цвете». Ахроматический контраст. Определение ахроматического контраста. Шкала градация. Зоны растяжки ахроматической шкалы. Контраст основных цветов. Контраст дополнительных цветов. Контраст теплостудности. Светотеневой контраст	
	Лабораторные работы		
		Не предусмотрены.	
	Практические занятия		28
	1.	Ахроматика. Выкраска сегментов тоновой шкалы.	1
	2.	Составление формальную композицию из геометрических фигур. «Динамика», «Статика».	1
	3.	Создание эскиза, проектирование тональных отношений композиционных элементов.	1
	4.	Основные спектральные цвета. Составление формальной композиции.	1
	5.	Основные спектральные цвета + белый цвет. Составление формальной композиции.	2
	6.	Основные спектральные цвета + (нейтральный) серый. Составление формальной композиции.	2
	7.	Практическая работа. Основные спектральные цвета + черным. Составление формальной композиции.	2
	8.	Три производных спектральных цвета.	1
	9.	Выкраска контрастных сегментов.	1
	10.	Выкраска контрастных сегментов.	1
	11.	Основной цвет. Выкраски контрастных сегментов.	1

	12.	«Горячие цвета».	1	
	13.	«Холодные цвета».	1	
	14.	«Прохладные цвета».	2	
	15.	«Теплые цвета».	2	
	16.	Составление композиции из четырех цветов верхнего отдела спектра и двух цветов нижнего отдела спектра.	2	
	17.	Составление композиции - «полюс света», «полюс темноты».	2	
	18.	Контраст дополнительных цветов.	2	
	19.	Контраст по тону и цвету. Выкраски контрастных сегментов.	2	
Тема 7.2. Колористика.	Содержание		2	1
	1.	Колорит. Цветовая комбинаторика. Гармоничные цвета. Структура цветового пространства.		
	Лабораторные работы			
		Не предусмотрены.		
	Практические занятия		10	2
	20.	Составление цветовой комбинаторики гармоничных цветовых сочетаний.	2	
	21.	Ритм, метр, полоса. Комплементарные цвета.	4	
	22.	Взаимодействие цветов.	4	
Тема 7.3. Цветовая композиция практикум.	Содержание		2	
	1.	Основные цветовые гаммы.		1
	Лабораторные работы			
		Не предусмотрены.		
	Практические занятия		15	2
	23.	Создание природной цветовой гаммы.	3	
	24.	Изменение восприятия объекта в зависимости от цветовой гаммы.	3	
	25.	Актуальные цветовые гаммы. Коллаж.	3	
	26.	Цвето-фактурные ассоциации.	3	
	27.	Цветовая композиция, созданная под вербальным воздействием, музыки.	3	
Самостоятельная работа при изучении раздела 7.			32	
Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы Подготовить доклады по теме «Цветовой тон, насыщенность, чистота цвета», «Цвет поверхности». Подготовить эскизы по теме «Свет и цвет». Подготовить доклады по темам: «Проблема измерения цвета», «Физические и психологические особенности восприятия цвета человеком», «Цветовое предпочтение». Подготовить эскизы по теме «Восприятие цветов».				

<p>Подготовить доклады по темам «Несобственные качества цвета», «Эстетика изолированного цвета», «Чистота цвета как функция красоты».</p> <p>Подготовить эскизы по теме «Несобственные качества цветов».</p> <p>Подготовить доклады по темам: «Форма и величина цветowych пятен», «Гармония взаимодополнительных цветов», «Классификация цветowych гармоний».</p> <p>Подготовить эскизы по теме «Цветовая композиция».</p> <p>Подготовить доклады по темам: «Аддитивное смешение и раздельный мазок», «Классификация типов цветowego строя», «Локальный и предметный цвет».</p> <p>Подготовить эскизы по теме «Живопись и колорит».</p>			
Учебная практика Виды работ <i>Не предусмотрено</i>			
Производственная практика (для СПО – (по профилю специальности)) Виды работ Выполнить гуашью цветовой круг из 12 сегментов, качественно окрасив его и сохранив единую тональность различных цветов. Выполнить таблицу по цветоведению: составить примеры из основных характеристик цвета. Выполнить композицию из геометрических элементов или форм, приближённым к ним, по всем видам цветowych гармоний: 1. однотоновая гармония; 2. гармония родственных цветов; 3. гармония родственно-контрастных цветов; 4. гармония контрастно – дополнительных цветов. Выполнить образцы четырёх гармоний родственно – контрастных цветов, показав все светлотные и тональные растяжки с использованием пяти кругов разной насыщенности. Грамотно скомпоновать изображение на листе формата А4, гуашью. Правильно изобразить тональные и цветowe переходы из одного цвета в другой. Выполнить графическую композицию цветowych ассоциации: вкусовые, температурные. Выполнить графическую композицию эмоционального состояния человека. Выполнить задание на организацию доминанты – композиционного центра.		72	
МДК. 01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта.			
Раздел 8. Основы композиции и макетирования.		100	
Тема 8.1. Художественные средства построения композиции – графика, пластика.	Содержание	2	1
	1. Введение. Художественные средства композиции.	1	
	2. Материалы и принадлежности	1	
	Лабораторные работы		

		Не предусмотрены.		
	Практические занятия			
	1.	Не предусмотрены.		
Тема 8.2. Графические средства – точка, линия.	Содержание		5	1
	1.	Графические средства – точка, линия.	1	
	2.	Графический язык линий.	1	
	3.	Линия и точка, как средства выразительности.	1	
	4.	Выявление линиями разного ритмического строя графической композиции.	1	
	5.	Сохранение и разрушение плоскости графическими средствами	1	
	Лабораторные работы			
		Не предусмотрены.		
	Практические занятия		10	2
	1.	Графический язык линий. Упражнения на ассоциации.	2	
	2	Упражнения на выявление линиями разного ритмического строя графической композиции.	2	
	3.	Линия и точка, как средства выразительности. Упражнения.	2	
	4.	Сохранение и разрушение плоскости графическими средствами.	4	
Тема 8.3. Графические средства – пятно.	Содержание		5	1
	1.	Графические средства – пятно.	1	
	2.	Яркий художественный характер тонально - графической формы	1	
	3.	Графическая форма	1	
	4.	Графически-тоновая разработка плоскости с передачей текстур разных материалов	1	
	5.	Передача текстур разных материалов	1	
	Лабораторные работы			
		Не предусмотрены.		
	Практические занятия		13	2
	1.	Графические средства – пятно.	3	
	2.	Яркий художественный характер тонально- графической формы (печать, тамповка)	2	
	3.	Графическая форма(протирка, набрызг)	2	
	4.	Графически-тоновая разработка плоскости с передачей текстур разных материалов	3	
	5.	Передача текстур разных материалов(процарапывание, заливка, мех, стекло)	3	
Тема 8.4. Объемно-	Содержание		2	1

пространственное изображение.	1.	Целостная композиция, основанная на контрастном сочетании точечно-линейных и контрастном сочетании точечно-линейных и тоновых графических форм с использованием простых геометрических фигур	1	
	2.	Четкое сочетание силуэтных графических форм	1	
	Лабораторные работы			
		Не предусмотрены.		
	Практические занятия		4	2
	1.	Объемно-пространственное изображение- гармоничное сочетание в графической композиции разных тоновых элементов	2	
	2.	Выполнение коллажа на нюанс и контраст с четким сочетанием силуэтных графических форм.	2	
Тема 8.5. Целостная композиция.	Содержание		2	1
	1.	Принципы построения целостной композиции, основанной на контрастном сочетании точечно-линейных форм с использованием простых геометрических фигур.	1	
	2.	Принципы построения целостной композиции, основанной на контрастном сочетании тоновых графических форм с использованием простых геометрических фигур.	1	
	Лабораторные работы			
		Не предусмотрены.		
	Практические занятия		4	2
	1.	Построение целостной композиции, основанная на контрастном сочетании точечно-линейных и тоновых графических форм с использованием простых геометрических фигур	4	
	Контрольные работы			
Тема 8.6. Объемная форма и её виды.	1.	Просмотр творческих работ	1	
	Содержание		6	
	1.	Виды объемной формы	1	
	2.	Макет одной объемной формы (открытой)	1	
	3.	Макет одной объемной формы (закрытой)	1	
	4.	Композиция выразительная по пластике с использованием открытых форм	1	
	5.	Композиция выразительная по пластике с использованием закрытых форм	1	
	6.	Макет выразительной по пластике объёмной композиции с использованием закрытых и открытых форм построение композиции плоскостных форм	1	
	Лабораторные работы			

		Не предусмотрены.		
	Практические занятия		4	
	1.	Выполнение макета объемной закрытой и открытой формы Упражнения.	2	
	2.	Выполнение фрагмента макета объёмной композиции с использованием закрытых и открытых плоскостных форм.	2	
Тема 8.7. Различные принципы построения пространственной композиции	Содержание		6	2
	1.	Контрастное и нюансное сочетание закрытых форм	1	
	2.	Контрастное и нюансное сочетание открытых форм	1	
	3.	Структурность, рациональность. Композиция по принципу структурной соподчиненности с выделением доминанты	1	
	4.	«Гибкость» в композиции из графических или пластических форм	1	
	5.	Симметрия. Органичность и целостность структур.	1	
	6.	Асимметрия. Органичность и целостность структур	1	
	Лабораторные работы			
		Не предусмотрены.		
	Практические занятия		14	2
	1.	Упражнения на контрастное и нюансное сочетание открытых и закрытых форм	4	
	2.	Построение композиции по принципу структурной соподчиненности с выделением доминанты	4	
	3.	«Гибкость» в композиции из графических или пластических форм. Упражнения.	3	
	4.	Построение симметричной и асимметричной композиции, с учетом органичности и целостности структуры.	3	
Тема 8.8. Объемная композиция.	Содержание		2	1
	1.	Объемная композиция из простых форм с элементами графики.	1	
	2.	Подчеркивание и обогащение характера композиции в макете.	1	
	Лабораторные работы			
		Не предусмотрены.		
	Практические занятия		4	3
	1.	Объемная композиция из простых форм с элементами графики. Эскиз	2	
	2.	Работа над макетом на подчеркивание и обогащение характера композиции.	2	
Тема 8.9 Виды метрических и ритмических построений.	Содержание		6	2
	1.	Виды метрических и ритмических построений	1	
	2.	Построение и выполнение композиции с организацией метроритмического порядка	1	

	3.	Пространственная форма. Виды композиций	1	
	4.	Размер – масштаб. Приемы масштабной корректировки формы	1	
	5.	Глубинно-пространственные композиции	1	
	6.	Органичность и образность объемно – пространственных форм.	1	
	Лабораторные работы			
		Не предусмотрены.		
	Практические занятия		8	2
	1.	Построение и выполнение композиции с организацией метроритмического порядка , пространственная форма отрисовка видов композиций	4	
	2.	Размер – масштаб. Приемы масштабной корректировки формы, создание глубинно-пространственной композиции с учетом органичности и образности объемно – пространственных форм	4	
	Контрольные работы		2	
1.	Просмотр творческих работ	2		
Самостоятельная работа при изучении раздела 8. Выявление линиями разного ритмического строя графической композиции. Сохранение и разрушение плоскости графическими средствами Графически-тоновую разработку плоскости с передачей текстур разных материалов Объемно-пространственное изображение - гармоничное сочетание в графической композиции разных тоновых элементов Нюанс и контраст ахроматических цветов Разработка композиции выразительной по пластике с использованием открытых форм Разработка композиции выразительной по пластике с использованием закрытых форм Разработка композиции с использованием контрастных и нюансных сочетаний закрытых форм Разработку композиции с использованием контрастных и нюансных сочетаний открытых форм Композиция по принципу структурной соподчиненности с выделением доминанты. «Гибкость» в композиции из графических или пластических форм. Симметрия- асимметрия. Органичность и целостность структур Объемная композиция из простых форм с элементами графики. Виды метрических и ритмических построений. Глубинно-пространственная композиция..			50	
Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы Выполнение эскизов на выявление линиями разного ритмического строя графической композиции. Выполнение эскизов на сохранение и разрушение плоскости графическими средствами. Выполнение эскизов на графически-тоновую разработку плоскости с передачей текстур разных материалов. Выполнение эскизов на объемно-пространственное изображение- гармоничное сочетание в графической композиции разных тоновых элементов.				

Выполнение эскизов на нюанс и контраст ахроматических цветов. Выполнение эскизов на разработку композиции выразительной по пластике с использованием открытых форм. Выполнение эскизов на разработку композиции выразительной по пластике с использованием закрытых форм. Выполнение эскизов на разработку композиции с использованием контрастных и нюансных сочетаний закрытых форм. Выполнение эскизов на разработку композиции с использованием контрастных и нюансных сочетаний открытых форм. Композиция по принципу структурной соподчиненности с выделением доминанты. «Гибкость» в композиции из графических или пластических форм. Симметрия- асимметрия. Выполнение эскизов на органичность и целостность структуры. Разработка композиций на выполнение объемной композиции из простых форм с элементами графики. Разработка композиций на выполнение видов метрических и ритмических построений. Выполнение творческой работы на разработку глубинно - пространственной композиции.			
Учебная практика . Виды работ Цвет как средство выразительности в проектной графике. Большой цветовой круг Освальда. Цветовые контрасты. Особенности восприятия цвета человеком. Цветовые контрасты. Выполнение упражнений. Цветовые контрасты. Выполнение упражнений. Контрасты по светлоте. Упражнение на выполнение контрастов по светлоте . Тематический плакат. Контрасты по темноте. Упражнение на выполнение контрастов по темноте. Тематический плакат. Понятие нюанс в цвете. Упражнение на нахождение цветовых нюансов в плакатах. Разработка эскизов серии плакатов на заданную тему Разработка итогового плаката на заданную тему.		36	
Производственная практика (для СПО – (по профилю специальности) Виды работ Выставочный стенд в объеме. Объемные буквы разного пластического характера. Пластическая разработка графических знаков. Эмблема в объеме и цвете. Пластическая разработка графических надписей. Композиционные Слова в объеме и цвете. Знаковые вывески Витрина магазина, образное пластическое решение. Рекламное оформление фасадов магазинов		36	
МДК. 01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта.			
Раздел 9. Разработка творческой концепции рекламного продукта		148	
Тема 9.1. Символы, знаки, логотипы.	Содержание	27	1
	1. Из истории развития геральдики. Основные элементы гербов. Герб Российской Федерации.	4	
	2. Дудлинг. Черно-белая графика.	1	1
	3. Стилизация элементов для получения знака или символа. Упрощение и	2	

		обобщение элементов входящих в рисунок растения.		
	4.	Особенности создания эмблемы. Советские эмблемы. Прорисовка эмблемы в цвете.	2	2
	5.	Логотип и фирменный стиль. Коллекция логотипов, их виды. Критерии при разработке логотипа. Отличие между логотипом и фирменным знаком. Анализ хороших и неудачных логотипов. История создания реального логотипа (Сергей Макельский). Ошибки в логотипах. Тестирование логотипа. Буквы в логотипе. Проектирование логотипа по модульной сетке. Спираль Фибоначчи - применение в дизайне.	9	
	6.	Редизайн воссоединяет внутреннее позиционирование и внешнее содержание. Изучение примеров редизайна.	2	
	7.	Разные методы разработки логотипа. Выбор темы и фотографий для создания логотипов. Классический подход к созданию логотипа. Современный вид логотипов. Особенности и отличия. Минималистический подход к решению проблемы создания символа. Динамичный принцип создания логотипа. Просмотр работ из методического фонда	7	
	Лабораторные работы			
		Не предусмотрены.		
	Практические занятия		59	
	1.	Создание герба на заданную тему.	10	2
	2.	Создание тематического дудла с использованием 1-3 цветов.	1	2
	3.	Выполнение стилизации простого растения разными способами.	3	2
	4.	Выполнение стилизации животного разными способами	4	2
	5.	Выполнение стилизации предмета разными способами	4	1
	6.	Выполнение эмблемы любимого хобби.	3	1
	7.	Создание логотипа предприятия.	8	2
	8.	Выполнение эскиза логотипа по спирали Фибоначчи.	5	2
	9.	Самостоятельное предложение редизайна одного из известных логотипов.	2	1
	10.	Различные подходы к созданию логотипа	18	1
	Контрольные занятия			
	1	Представление различных подходов в создании Логотипа	1	
Тема 9.2.Стили в рекламе, в дизайне, задачи дизайнера.	Содержание.		4	2
	1.	Стили в рекламе, в дизайне, задачи дизайнера	1	
	2.	Мыслительная работа дизайнера. Эскиз рекламы.	1	
	3.	Принципы дизайна рекламы.	1	

	4.	Пространство классики, минимализм, поп-арт, винтаж, типографика, ампири и др.	1	
	Лабораторные работы		-	
		Не предусмотрены	-	
	Практические занятия			
Тема 9.3. Книжная графика.	Содержание		16	
	1.	Книжная графика. История возникновения книги. Классическое оформление книги. Искусство книги. Творчество художников-иллюстраторов. Основные составляющие элементы книжной графики.	5	1
	2.	Форзац, его значение, особенности композиции	1	
	3.	Титульный лист, работа над шрифтом. Шмуцтитул, особенности построения композиции. Виды и варианты исполнения основных элементов книги.	3	
	4.	Ввод в сюжетную линию книги. Заставка. Инициал-буквица, история возникновения. Буквица – выявление характера изображения через характер шрифта.	3	
	5.	Иллюстрация – основа книжной графики. Различные техники исполнения иллюстрации. Виды иллюстраций.	3	
	6.	Концовка. Подведение итога сюжетной линии.	1	
	Лабораторные работы			
	Не предусмотрены			
	Практические занятия		42	
	1.	Иллюстрирование литературного произведения. Выполнение эскизов основных элементов книги.	10	2
	2.	Иллюстрирование литературного произведения. Графическое решение.	29	1
	3.	Работа над элементами книги в программе CorelDraw	2	1
	Контрольные занятия			
	1.	Дифференцированный зачет. «Комплексное оформление книги»	1	
Самостоятельная работа при изучении раздела 9.			74	
Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы				
Подготовить реферат об истории Серпуховского герба. Описать символику цвета в своем гербе. Выполнить эскизы различных растений в цвете по принципу упрощения формы. Выполнить эскизы различных животных в цвете по принципу упрощения формы. Выполнить эскизы различных предметов в цвете по принципу упрощения формы. Выполнить эмблему на свободную тему. Подготовить доклад о неудачных логотипах. Подготовить пример одного из логотипа и его редизайна. Выполнить редизайн логотипа губернского колледжа. Оформить каталог логотипов и эмблем. Выполнить тизерную рекламу. Выполнить схему элементов стилей. Подобрать книги с иллюстрациями. Зарисовка орнаментов. Эскиз буквицы в масштабе 1:1. Выполнить образцы выкрасок для форзаца. Подготовить				

образцы текстов разными шрифтами.			
Учебная практика			
Виды работ <i>Не предусмотрено</i>			
Производственная практика (для СПО – (по профилю специальности)			
Виды работ <i>Не предусмотрено</i>			
Примерная тематика курсовых работ (проектов) 1. Применение различных конструкций наружной рекламы в рекламных акциях. 2. Современный социальный плакат как привлечение внимания к острым проблемам нашего общества. 3. Современные технологии в световой наружной рекламе. 4. Исполнение масштабных рекламных плакатов в оформлении внутренних помещений ГПК. 5. Средства гармонизации шрифтовой композиции афиши. 6. Советский рекламный плакат и рекламная графика современности. 7. Современное оборудование, используемое для создания объемных форм в рекламе. 8. Реализация рекламной концепции в полиграфической продукции с использованием определенного вида иллюстрации. 9. Унифицированные выставочные стенды для оформления мест продаж. 10. Нетрадиционные средства рекламы. Оформительские архитектурные формы, пневмореклама, реклама из воздушных шаров. 11. Применение пластических композиций в пространстве с использованием графических средств и световой рекламы.		30	
Обязательная аудиторная учебная нагрузка по курсовой работе (проекту) <i>не предусмотрено</i>			
Производственная практика <i>не предусмотрена</i>			
	Всего	1468	

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы ПМ требует наличия учебных кабинетов - *компьютерный класс, кабинет композиции и макетирования*; мастерских - *указываются их наименования (при наличии)*; лабораторий *указываются названия при наличии*.

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета:

- Рабочее место преподавателя (ПК, принтер, сканер)
- Мультимедийный проектор;
- Интерактивная доска
- Книжный фонд библиотеки и компьютерный класс
- Электронные Методические пособия

Оборудование мастерской и рабочих мест мастерской:

- Рабочее место преподавателя (ПК, принтер, сканер)
- Мультимедийный проектор;
- Интерактивная доска
- Столы со стеклянным покрытием
- Инструменты (макетный нож, линейка, ракель, промышленный фен)

Технические средства обучения:

- Мультимедийный проектор;
- Интерактивная доска

Реализация рабочей программы ПМ предполагает обязательную производственную практику.

Оборудование и технологическое оснащение рабочих мест:

- ПК, принтеры, сканер
- Столы со стеклянным покрытием
- Материалы для создания макетов (пластик, бумага, пленка orakal)
- Инструменты (макетный нож, линейка, ракель, промышленный фен)

Приводится перечень средств обучения, включая тренажеры, модели, макеты, оборудование, технические средства, в т.ч. аудиовизуальные, компьютерные и телекоммуникационные и т.п. Количество не указывается.

4.2. Информационное обеспечение обучения (перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы)

Основные источники

Для преподавателей

1. PR. Современные технологии. - Москва: Гостехиздат, 2015. - 264 с.
2. Алексей Катернюк Практическая реклама / Катернюк Алексей. - М.: Феникс, 2015. - 155 с.
3. Аниськина Н. В. Модели анализа рекламного текста / Н.В. Аниськина, Т.Б. Колышкина. - Москва: ИЛ, 2016. - 304 с.
4. Антипов К. В. Основы рекламы / К.В. Антипов. - М.: Дашков и Ко, 2014. - 326 с.
5. Богацкая С. Г. Правовое регулирование рекламной деятельности / С.Г. Богацкая. - М.: Университетская книга, 2014. - 590 с.
6. Бузни Е. Н. История связей с общественностью / Е.Н. Бузни. - М.: Инфра-М, Вузовский учебник, 2014. - 224 с.
7. Васильев Г. А. Технологии производства рекламной продукции / Г.А. Васильев, В.А. Поляков, А.А. Романов. - Москва: Наука, 2014. - 272 с.
8. Вылегжанин Д. А. Теория и практика паблик рилейшнз / Д.А. Вылегжанин. - М.: Флинта, МПСИ, 2014. - 376 с.
9. Головлева Е. Л. Массовые коммуникации и медиапланирование / Е.Л. Головлева. - Москва: СПб. [и др.] : Питер, 2014. - 352 с.
10. Гусаров Ю. В. Рекламная деятельность / Ю.В. Гусаров, Л.Ф. Гусарова. - М.: ИНФРА-М, 2014. - 320 с.
11. Дмитриева Л. М. Дипломная работа специалиста по рекламе / Л.М. Дмитриева, Т.А. Костылева, И.Г. Пендикова. - М.: Юнити-Дана, 2014. - 136 с.
21. Дурович А. П. Реклама в туризме / А.П. Дурович. - Москва: СПб. [и др.] : Питер, 2016. - 160 с.
12. Евстафьев В. А. Организация и практика работы рекламного агентства. Учебник / В.А. Евстафьев, А.В. Молин. - М.: Дашков и Ко, 2016. - 512 с.
13. Ежова Елена Николаевна Активизация Сенсорных Модусов Языковыми Слойми Рекламного Текста / Ежова Елена Николаевна. - Москва: СИНТЕГ, 2015. - 128 с.
14. Ежова Елена Николаевна К Проблеме Организации Звукового Слоя В Рекламном Тексте Как Фрагменте Медиа-Рекламной Картины Мира / Ежова Елена Николаевна. - Москва: СПб. [и др.] : Питер, 2014. - 839 с.
15. Елина Е. А. Семиотика рекламы. Учебное пособие / Е.А. Елина. - Москва: Огни, 2014. - 136 с.
16. Зуляр Юрий Анатольевич Массовые Коммуникации В Рекламе / Зуляр Юрий Анатольевич. - Москва: ИЛ, 2015. - 490 с.
17. Измайлова М. А. Психология рекламной деятельности. Практическое пособие / М.А. Измайлова. - М.: Дашков и Ко, 2015. - 236 с.
18. Измайлова М. А. Психология рекламной деятельности. Учебник / М.А. Измайлова. - М.: Дашков и Ко, 2016. - 444 с.
19. Ильин А. С. Реклама в коммуникационном процессе. Курс лекций / А.С. Ильин. - Москва: СИНТЕГ, 2015. - 144 с.
20. Карпова С. В. Международная реклама. Учебник и практикум / С.В. Карпова. -

М.: Юрайт, 2014. - 474 с.

21. Киселев А. Г. Теория и практика массовой информации. Общество. СМИ. Власть / А.Г. Киселев. - М.: Юнити-Дана, 2015. - 432 с.

22. Кондратьев Э. В. Связи с общественностью / Э.В. Кондратьев, Р.Н. Абрамов. - Москва: Высшая школа, 2014. - 512 с.

23. Коноваленко В. А. Реклама и связи с общественностью. Введение в специальность. Учебник / В.А. Коноваленко, М.Ю. Коноваленко, Н.Г. Швед. - Москва: Мир, 2014. - 384 с.

24. Кузнецов П.А. Современные технологии коммерческой рекламы. Практическое пособие / П.А. Кузнецов. - М.: Дашков и К°, 2014. - 318 с.

25. Кузьмина О. Г. Социологическое обеспечение рекламы и маркетинга. Учебное пособие / О.Г. Кузьмина. - М.: Дашков и Ко, Наука-Спектр, 2015. - 188 с.

26. Лашко С. И. Международный бизнес. PR и рекламное дело. Учебное пособие / С.И. Лашко, В.Ю. Сапрыкина. - М.: РИОР, Инфра-М, 2017. - 172 с.

27. Мазилкина Е.И. Основы рекламы. Учебное пособие. Мазилкина Е.И., Паничкина Г.Г., Ольхова Л.А. / Е.И. Мазилкина, Г.Г. Паничкина, Л.А. Ольхова. - Москва: Гостехиздат, 2014. - 236 с.

28. Марочкина С. С. Введение в специальность. Реклама / С.С. Марочкина, Л.М. Дмитриева, Е.В. Азарова. - М.: Юнити-Дана, 2014. - 240 с.

29. Марочкина С. С. Введение в специальность. Реклама. Учебное пособие / С.С. Марочкина, Л.М. Дмитриева, Е.В. Азарова. - М.: Юнити-Дана, 2014. - 240 с.

30. Минаева Л.В. Учебный словарь языка связей с общественностью / Л.В. Минаева. - М.: Дрофа, 2014. - 916 с.

31. Мудров А. Н. Основы рекламы. Учебник / А.Н. Мудров. - М.: Магистр, Инфра-М, 2014. - 416 с.

32. Музыкант В. Л. Психология и социология в рекламе / В.Л. Музыкант. - М.: РИОР, Инфра-М, 2014. - 224 с.

33. Овчинникова Р. Ю. Дизайн в рекламе / Р.Ю. Овчинникова. - М.: Юнити-Дана, 2016. - 240 с.

34. Основы рекламы. Прикладные задачи и методы их решения. Учебное пособие. - Москва: СИНТЕГ, 2016. - 194 с.

35. Основы теории коммуникации. Учебное пособие. - М.: ИНФРА-М, 2016. - 352 с.

36. Павлова А.А. Техническое черчение. Учебник/А.А.Павлова.-М.: АКАДЕМИЯ, 2019 - 266 с.

37. Павлов И. В. Техника и технологии рекламного видео. Учебник / И.В. Павлов. - Москва: ИЛ, 2014. - 288 с.

38. Песоцкий Е. А. Реклама и мотивация потребителей / Е.А. Песоцкий. - Москва: ИЛ, 2014. - 240 с.

39. Подорожная Л. В. Теория и практика рекламы / Л.В. Подорожная. - М.: Омега-Л, 2014. - 348 с.

40. Поляков В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта. Учебник и практикум / В.А. Поляков, А.А. Романов. - М.: Юрайт, 2015. - 502 с.

41. Раицкая Л. К. Деловая коммуникация на английском языке. Учебное пособие / Л.К. Раицкая Л.В. Коровина, Н.Р. Арупова. - Москва: СИНТЕГ, 2015. - 528 с.

42. Синяева И.М. Основы рекламы. Учебник и практикум для СПО / И.М. Синяева, О.Н. Романенкова. - М.: Юрайт, 2016. - 131 с.
43. Смирнов Э. А. Управление качеством рекламы / Э.А. Смирнов. - Москва: Машиностроение, 2014. - 176 с.
44. Федотова Л. Н. Реклама. Теория и практика. Учебник / Л.Н. Федотова. - Москва: РГГУ, 2015. - 392 с.
45. Феликс Шарков Массовые коммуникации и медиапланирование / Шарков Феликс. - М.: Альфа-пресс, 2014. - 298с.
46. Филинова О. Е. Информационные технологии в рекламе / О.Е. Филинова. - Москва: Мир, 2014. - 240 с.
47. Фролов С. С. Связи с общественностью в работе фирмы. Стратегия, коммуникации, имидж, брендинг / С.С. Фролов. - Москва: Мир, 2014. - 368 с.
48. Хапенков В. Н. Организация рекламной деятельности / В.Н. Хапенков, О.В. Сагинова, Д.В. Федюнин. - М.: Академия, 2016. - 240 с.
49. Чаган Н.Г. PUBLIC RELATIONS в режиме реального маркетинга. Монография / Н.Г. Чаган. - Москва: СПб. [и др.] : Питер, 2016. - 344 с.
50. Чернатони Л. Брендинг. Как создать мощный бренд / Л. Чернатони, М. МакДональд. - М.: Юнити-Дана, 2014. - 560 с.
51. Чумиков А. Н. Государственный PR. Связи с общественностью для государственных организаций и проектов / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров. - Москва: Наука, 2014. - 336 с.
52. Чумиков А. Н. Дело. Реклама и связи с общественностью. Профессиональные компетенции. Учебное пособие / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров, С.А. Самойленко. - М.: Издательский дом "Дело" РАНХиГС, 2016. - 520 с.
53. Чумиков А. Н. Медиарилейшнз. Учебное пособие / А.Н. Чумиков. - Москва: Наука, 2014. - 184 с.
54. Шарков Ф. И. Константы гудвилла. Стил, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы / Ф.И. Шарков. - М.: Дашков и Ко, 2014. - 272 с.
55. Шарков, Ф. И. Паблик рилейшнз / Ф.И. Шарков. - М.: Дашков и Ко, 2015. - 330 с.
56. 1400 Прикладная Информатика (В Менеджменте) / О.В. Шлыкова. - Москва: СИНТЕГ, 2014. - 207 с.
57. Шлыкова Ольга Владимировна; Алексеев А. Ю. Креативные Возможности Мультимедиа В Вузовской Подготовке Кадров / Шлыкова Ольга Владимировна; А. Ю. Алексеев, С.Ю. Карпук. - Москва: РГГУ, 2014. - 503 с.
58. Щепилова Г. Г. Реклама. Учебник / Г.Г. Щепилова, К.В. Щепилов. - М.: Юрайт, 2015. - 520 с.
59. Щепилова Г.Г. Маркетинговое и правовое обеспечение рекламной деятельности. Учебник для СПО / Г.Г. Щепилова, К.В. Щепилов. - Москва: ИЛ, 2016. - 381 с.
60. Ягодкина М. Реклама в коммуникационном процессе. Учебное пособие. Стандарт третьего поколения / М. Ягодкина, А. Иванова, М. Сластущинская. - Москва: Гостехиздат, 2014. - 304 с.

Для студентов

1. Васильев Г. А. Основы рекламной деятельности. Учебное пособие, - М.: Юнити, 2014
2. Головлева Е. Л. Торговая марка. Теория и практика управления. Учебное пособие / Е.Л. Головлева. - М.: Аспект пресс, 2015. - 160 с.
3. История отечественной и зарубежной рекламы: учебник Трушина Л. Е. Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°» - 2016. - 246 с.
4. Мишень вкуса : аксиомы и структура арт-маркетинга; графический дизайн и креатив; рекламные арт-мемы; творческий метод создания рекламы «Золотое сечение»: монография Марусева И. В. Директ-Медиа - 2016 .- 305 с.
5. Основы рекламной деятельности - Васильев Г.А. - Учебное пособие
6. Основы рекламы: Учебник / Ю.С. Бернадская, С.С. Марочкина, Л.Ф. Смотрова. Под ред. Л.М. Дмитриевой. – М.: Наука, 2015. – 281 с. – ISBN 5-02-033965-2 (в пер.).
7. Павлова А.А. Техническое черчение. Учебник/А.А.Павлова.-М.: АКАДЕМИЯ, 2019 - 266 с.
8. Пашутин С. Б. Физиология ажиотажа. Маркетинговые приемы привлечения потребителей к торговой марке / С.Б. Пашутин. - Москва: Машиностроение, 2014. - 502 с.
9. Песоцкий Е. А. Реклама. Учебно-практическое пособие / Е.А. Песоцкий. - Москва: РГГУ, 2014. - 400 с.
10. Психология рекламной деятельности: учебник Измайлова М. А. Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°» - 2016 .- 444 с.
11. Реклама. Интернет-реклама: учебно-практическое пособие Романов А. А., Каптюхин Р. В. Московский государственный университет экономики, статистики и информатики - 2015 . - 315 с.
12. Чекмарев А. А. Черчение, М. : Издательство Юрайт, 2017

Дополнительные источники

Для преподавателей

1. Герасимов, Молоткова, Блюм. Виды и средства распространения рекламы.– М., 2014.
2. <http://litrus.net/book/read/151628>
3. Федеральный закон РФ от 13 марта 2006 г. №38-ФЗ «О рекламе». текст с изм. и доп на 2014 г.
4. Федеральный закон РФ «О защите прав потребителей». 9-е издание – М.: «Ось -89», 2018 - 48с.
5. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования: Учебное пособие для студентов вузов (гриф) / Овчинникова Раиса Юрьевна; Под ред. Л.М.Дмитриевой; Рец. Ю.П.Дубенский, В.И.Костенко. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2014. - 240с.

6. Основы дизайна: Конспект лекций / Ю. С. Старикова. - М.: А-Приор, 2014. - 112с.
7. Adobephotoshop cs3. ретушь, спецэффекты, коллажи / Н. Н. Литвинов. - М. : Триумф, 2018. - 224с. ил.
8. Arcon дизайн интерьеров и архитектурное моделирование для всех / М. Кидрук. - СПб : ПИТЕР, 2018. - 288с
9. Аксенова К. А. Реклама и рекламная деятельность. - М.: Приор, 2018
10. Васильев Г. А. Основы рекламной деятельности. Учебное пособие, - М.: Юнити, 2012
11. Гольман И. А. Рекламная деятельность: Планирование. Технологии. Организация. Учебник. ГрифМО, М.: Гелла-принт, 2014
12. Джоэл Дж. Дэвис. Исследования в рекламной деятельности: теория и практика, М.: Вильямс, 2018
13. Исаенко Е. В. Организация и планирование рекламной деятельности. ГрифУМО. - М.: Юнити, 2014
14. Панкратов. Рекламная деятельность. Учебник. - М.: Дашков и К, 2018
15. Песочный. Современная реклама. Теория и практика, - Ростов н/Дону: Феникс, 2014
16. Полукаров В. Л. Телевизионная и радиовещательная реклама. Учебное пособие. - М.: Дашков и К, 2015
17. Пономарева А. М. Рекламная деятельность: организация, планирование, оценка эффективности, - Ростов н/Дону: МарТ, 2018
18. Рогожин М. Ю. Теория и практика рекламной деятельности. Учебное пособие, М.:РДЛ, 2018
19. Ромат Е. В. Реклама. - СПб.: Питер, 2015
20. Сляднева О. В. Очерки истории российской рекламы: Учеб. пособие. В 2 ч. СПб., 2014.
21. Титкова Л. М. Рекламная деятельность. М.: Дизайн ПРО, 2018
22. Ученова В. В., Старых Н. В. История рекламы. 2-е изд. СПб., 2018.
23. Фарбей Э. Эффективная рекламная кампания, М.: Баланс-Клуб, 2018
24. Чекмарев, А. А. Черчение : учебник для СПО / А. А. Чекмарев. — М. : Издательство Юрайт, 2017
25. Шейнов В. П. Эффективная реклама. Секреты успеха, М.: Ось-89, 2014

Для студентов

1. <http://www.i-type.ru/fontcomp.html>
2. Декоративная композиция: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Изобразительное искусство» Логвиненко Г.М. Издательство: ВЛАДОС, 2014 г. 160 с.
3. Декоративно-прикладное искусство : Учебное пособие (гриф) / Молотова Виктория Николаевна. - М. : Форум, 2014. - 288с.
4. Назайкин А. Н. иллюстрирование рекламы. – М.: Эксмо, 2014. – 320с.

5. Основы графического дизайна на компьютере в Photoshop CS3: Учебное пособие. Аббасов И.Б. Издательство: ДМК Пресс, 2018 г. //ЭБС knigafund .- URL: (<http://www.knigafund.ru/books/106136>)
6. Основы компьютерной графики и дизайна: Учебное пособие Автор: Лепская Н.А. Издательство: Когито-Центр, 2014 г. //ЭБС knigafund .- URL: (<http://www.knigafund.ru/books/48556>) (дата обращения 06.12.12).- Режим доступа: ограниченный по логину и паролю
7. Основы рисунка и композиции: учебное пособие Авторы: Зиатдинова Д.Ф., Ахметова Д.А., Тимербаев Н.Ф., Ефимьянова К.О. Издательство: КГТУ, 2017 г. 121 страница <http://www.knigafund.ru/books/24163>
8. Разработка рекламного продукта : Учебное пособие (гриф) / Романов Андрей Александрович, Васильев Геннадий Анатольевич, Поляков Владимир Александрович. - М. : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2014. - 256с

4.3. 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 директором колледжа.

Образовательный процесс организуется строго по расписанию занятий, утвержденному заместителем директора по УР. График освоения ПМ предполагает последовательное освоение МДК.01.01 Художественное проектирование рекламного продукта и МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта, включающих в себя как теоретические, так и лабораторно-практические занятия.

Освоению ПМ предшествует обязательное изучение учебных дисциплин рекламная деятельность, проектирование рекламного продукта, черчение, композиция, основы цветоведения и колористики, рекламный текст, психология рекламы, разработка творческой концепции рекламного продукта.

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

При проведении лабораторных работ/практических занятий проводится деление группы студентов на подгруппы, численностью не более 7-15 чел. Лабораторные работы проводятся в специально оборудованной лаборатории – компьютерном классе.

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 (кейсы студентов).

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

При освоении ПМ каждым 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.

При выполнении курсовой работы проводятся как групповые аудиторные консультации, так и индивидуальные. Порядок организации и выполнения курсового проектирования определен в нормативном документе колледжа «Методические рекомендации по выполнению курсового проекта».

Обязательным условием допуска к производственной практике в рамках профессионального модуля «Разработка и создание дизайна рекламной продукции» является освоение учебной практики для получения первичных профессиональных навыков в рамках профессионального модуля «Разработка и создание дизайна рекламной продукции».

Текущий учет результатов освоения ПМ производится в журнале по ПМ. Наличие оценок по ЛПР и рубежному контролю является для каждого студента обязательным. В случае отсутствия оценок за ЛПР и ТРК студент не допускается до сдачи квалификационного экзамена по ПМ.

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических (инженерно-педагогических) кадров, обеспечивающих обучение по МДК:

Наличие высшего профессионального образования соответствующего профилю модуля «Разработка и создание дизайна рекламной продукции» специальности «Реклама»;

Опыт деятельности в соответствующей профессиональной сфере.

Требования к квалификации педагогических (инженерно-педагогических) кадров, обеспечивающих проведение ЛПР:

дипломированные специалисты – преподаватели междисциплинарных курсов;

Опыт деятельности в соответствующей профессиональной сфере.

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой: наличие 5-6 квалификационного разряда с обязательной стажировкой в профильных организациях. Опыт работы в профессиональной сфере является обязательным.

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.	Демонстрировать умения при создании рекламного продукта искать различные решения	Устный экзамен
ПК 1.2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.	Осуществлять правильный выбор оптимальных изобразительных средств рекламы	Экспертная оценка на практическом экзамене
ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.	Обосновывать актуальность выбранных авторских рекламных проектов	Экспертная оценка на практическом экзамене
ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.	Находить оптимальные варианты формирования текста рекламных объявлений	Экспертная оценка на практическом экзамене
ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.	Находить оптимальные варианты формирования текста рекламных объявлений	Экспертная оценка на практическом экзамене

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.	Понимание сущности и социальной значимости своей будущей профессии, проявление к ней устойчивого интереса.	<i>Устный опрос, тест-опрос, решение ситуационных задач, квалификационный экзамен</i>
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Способность организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	<i>Устный опрос, тест-опрос, решение ситуационных задач, квалификационный экзамен</i>
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Способность принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	<i>Устный опрос, тест-опрос, решение ситуационных задач, квалификационный экзамен</i>
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Способность осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	<i>Устный опрос, тест-опрос, решение ситуационных задач, квалификационный экзамен</i>

ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	Умение работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	<i>Устный опрос, , решение ситуационных задач, квалификационный экзамен</i>
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	Способность брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	<i>Устный опрос, , решение ситуационных задач, квалификационный экзамен</i>
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	Умение самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	<i>Устный опрос, решение ситуационных задач, квалификационный экзамен</i>
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	Умение ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	<i>Устный опрос, решение ситуационных задач, квалификационный экзамен</i>
ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.	Владение основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.	<i>Устный опрос, решение ситуационных задач, квалификационный экзамен</i>
ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке	Обладание экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке	<i>Устный опрос, решение ситуационных задач, квалификационный экзамен</i>

Приложение 1
обязательное

КОНКРЕТИЗАЦИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПМ

МДК.01.01 Художественное проектирование рекламного продукта. Раздел ПМ1 Проектирование рекламного продукта. ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.		Кол-во часов
Иметь практический опыт: <ul style="list-style-type: none"> – выбора художественной формы реализации рекламной идеи. 	1.Выбор плакатных перьев. 2. Правила работы пером. 3.Методы построения шрифтов. 4.Построение букв по модульной сетке. 5. Структура и дукт гротеска. 6.Выполнение текста гротеском (миллиметровка А4). 7. Пропорциональность отношения ширины буквы к её высоте.8. Угол наклона пера – способы написания букв шрифта «гротеск». 9.Выполнение различных вариантов гротеска. 10.Написание текста гротеском.11. Способы выполнения шрифтовой надписи. 12.Выполнение надписи способом накладных букв. 13.Группа неконтрастных шрифтов. 14.Дукт брускового шрифта. 15.Упражнение по написанию круглых элементов букв. 16.Выполнение алфавита брускового шрифта. 17. Классическая Антиква Жоффруа Тори. 18.Построение букв на основе квадрата. 19.Новая Антиква. Пропорции и начертание букв. 20.Написание пером букв группы Антиква. 21.Рукописные шрифты. 22.Упражнение «Квадрата. Рустика, Унциал» 23.Композиция текста рукописным шрифтом. 24. Праздничная открытка. Написание стихов каллиграфическим почерком. 25. Создание букв алфавита определенной гарнитуры. 26. Эскиз шрифтовой композиции. 27. Разработка шрифтовой композиции. 28. Исполнение шрифтовой композиции в цвете. 29. Создание композиции афиши. Эскизы. 30. Прорисовка основных элементов афиши. 31.Афиша на определенную тему. 32. Шрифтовые работы на ткани. 33. Выполнение текста на ткани. 34. Социальный плакат, эскиз. 35. Социальный плакат, прорисовка. 36. Социальный плакат, выполнение в цвете.	36
Уметь: <ul style="list-style-type: none"> – осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги; 	1. Разработка оригинал-макетов для текущих рекламных проектов с использованием законов композиции. 2. Исследование тенденций в развитии рекламной композиции на примере рекламного предприятия, конкретного рекламного проекта. 3. Практическое применение композиционных приемов в построении современного рекламного модуля. 4. Апробация инновационных форм и методов на примере рекламной композиции швейцарской школы дизайна. 5. Апробация инновационных форм и методов на примере рекламной композиции голландской школы дизайна. 6.	54

	<p>Самостоятельные креативные разработки на тему текущего рекламного проекта. 7. Создание пакета рекламной продукции для заказчика. 8. Создание пакета рекламной продукции для заказчика и его предпечатная подготовка. 9. Разработка композиции макетов рекламных блоков. 10. Разработка композиции макетов рекламных блоков, их предпечатная подготовка. 11. Работа над созданием элементов фирменного стиля по заданию заказчика, их композиционное решение. 12. Работа над созданием элементов фирменного стиля по заданию заказчика, их композиционное решение. 13. Сравнительный анализ рекламы. 14. Изготовление макета рекламы в электронном виде. 15. Способы построения рекламного блока и законы композиции. 16. Понятие креативности. Примеры креативной социальной рекламы. 17. Воображение и новаторство в композиции креативной рекламы. 18. Оригинальность и формирование нового стиля в рекламе. 19. Запоминаемость, влияние – признаки креативности. Создание блочной рекламы. 20. Эффективность креативных решений в композиции рекламы. 21. Создание рекламного модуля. 22. Логика поиска креативных решений на примере социальной рекламы. 23. Креативное решение – способ создания уникального бренда. 24. Создание пакета рекламных продуктов. 25. Разработка баннеров по месту практики. 26. Разработка баннеров по месту практики. 27. Разработка композиции эскиза вывески частного предприятия для заказчика. 28. Разработка композиции эскиза вывески частного предприятия для заказчика. 29. Особенности разработки модулей определенной тематики. 30. Анализ рекламных блоков в СМИ, исправление недостатков в их композиционном решении. 31. Анализ рекламных блоков в СМИ, исправление недостатков в их композиционном решении. 32. Композиционные приемы для придания динамичности статичной картинке. 33. Закон единения формы в композиции рекламного модуля для заказчика. 34. Работа над созданием элементов фирменного стиля отделения «Дошкольное образование», их композиционное решение. 35. Работа над созданием элементов фирменного стиля отделения «Физическая культура», их композиционное решение. 36. Работа над созданием элементов фирменного стиля Художественно-графического отделения, их композиционное решение. 37. Работа над созданием элементов фирменного стиля отделения иностранных языков, их композиционное решение. 38. Работа над созданием элементов фирменного стиля отделения «Организация обслуживания в общественном питании», их композиционное решение. 39. Работа над созданием элементов фирменного стиля отделения «Повар,</p>	
--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

	<p>кондитер», их композиционное решение 40. Работа над созданием элементов фирменного стиля отделения «Защита в чрезвычайных ситуациях (МЧС)», их композиционное решение. 41. Работа над созданием элементов фирменного стиля отделения «Стилистика и искусство визажа», их композиционное решение. 42. Работа над созданием элементов фирменного стиля отделения «Парикмахерское искусство», их композиционное решение. 43. Работа над созданием элементов фирменного стиля отделения «Электрогазосварщик», их композиционное решение. 44. Работа над созданием элементов фирменного стиля отделения «Автомеханик», их композиционное решение. 45. Разработка нескольких вариантов композиционного решения визитки для заказчика. 46. Разработка вариантов композиционного решения обложки буклета для заказчика. 47. Разработка вариантов композиционного решения обложки диска для заказчика. 48. Разработка вариантов композиционного решения бланка и конверта для заказчика. 49. Разработка эскиза вывески для новой фирмы. 50. Работа над созданием настенного календаря для заказчика. 51. Работа над созданием настольного календаря для заказчика. 52. Работа над созданием отрывного календаря для заказчика. 53. Работа над созданием карманного календаря для заказчика. 54. Работа над созданием плакатного календаря для заказчика.</p>	
<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> — методы проектирования рекламного продукта; — методы психологического воздействия на потребителя. 	<p>Слоган. Требования к рекламному слогану. Заголовок. Тридцать проверенных советов по составлению рекламных заголовков. Отработка практических навыков по созданию заголовков к уже имеющимся текстам. Основной текст рекламного сообщения. Написание эффективного рекламного текста. Структура рекламного текста. Копирайт. Основной текст рекламного сообщения. Зачин, ОРТ, эхо-фраза. Как создать продающий текст. Усвоение текста рекламы. Система отбора слов в рекламный текст. Примеры копирайта. Стиль в дизайне, задачи дизайнера. Мыслительная работа дизайнера. Эскиз рекламы. Принципы дизайна рекламы Характеристика элементов рекламы. Дизайнерские хитрости в рекламе. Тизер – как работает интрига в дизайне? Определение тизера. Задачитизера, использование формулы успеха. Использование пирамиды Маслоу в разработке рекламы Принцип работы пирамиды Маслоу. Выбор цвета в рекламе. Колористика. Противоречивые значения цветов. Воздействие цвета на психику. Выбор шрифта в рекламе. Понятие о шрифте. Психология восприятия шрифта в рекламе. Основы композиции. Основные средства и принципы композиции. Золотое сечение,</p>	66

	<p>правило трех. Законы целостности композиции, закон единения формы. Анализ готовых рекламных блоков. Правило нечетного числа и «воздуха». Правило траектории взгляда. Секреты рекламной композиции Динамика в статичных картинках. Анализ готовых рекламных блоков. Что такое «Фирменный стиль». Примеры фирменного стиля. Элементы фирменного стиля. Носители фирменного стиля. Фирменный стиль в узком и широком смысле. Разработка фирменного стиля, торговой марки. Хорошие примеры фирменного стиля. Анализ неудачных вариантов, их недостатки Как строить работу по созданию фирменного стиля. Общая теория бренда. Технология его создания, концепция. Теории и основы бренда. Законы создания бренда. Логотип и фирменный стиль. Критерии при разработке логотипа Отличие между логотипом и фирменным знаком Анализ хороших и неудачных логотипов. История создания реального логотипа (Сергей Макельский). Ошибки в логотипах. Варианты создания логотипа. Заготовки для логотипов. Изображение для логотипов. Логотип в различных цветовых и тоновых сочетаниях. Пластиковый эффект логотипа. Рукописные элементы логотипа. Эмблемы для логотипа. Тестирование логотипа. Буквы в логотипе. Фирменный персонаж, как элемент фирменного стиля. Анализ фирменных персонажей. Их значение. План разработки фирменного персонажа ГПК. Анализ вариантов созданных студентами фирменных персонажей ГПК. Визитка, как носитель фирменного стиля. Виды визиток. Процесс их создания. Требования к визитке. . Анализ готовых визиток</p>	
<p align="center">Самостоятельная работа</p> <p>Тематика самостоятельной работы:</p> <p>Создать слоган по индивидуальным заданиям</p> <p>Создать несколько вариантов заголовков к готовым текстам</p> <p>Написать рекламный текст по заданной теме</p> <p>Создать рекламный блок с использованием основных принципов дизайна</p> <p>Выполнить эскиз рекламы, исходя из воздействия цвета на психику.</p> <p>Создать рекламный блок с использованием законов и правил композиции</p> <p>Разработать элементы фирменного стиля по индивидуальным заданиям</p> <p>Создать логотип для предприятия.</p> <p>Разработать фирменный персонаж ГПК</p>		
<p>ПК 1.2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.</p>		
<p>Иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> — художественного конструирования рекламных продуктов по заданию. 	<p>Виды работ на практике (<i>указать виды работ (задания), которые должен выполнить студент во время учебной/производственной практики. Виды работ должны быть направлены на освоение первой ПК в ПМ).</i></p>	

<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> — разрабатывать композиционное решение рекламного продукта; 	<p>Тематика лабораторных/практических работ (указать название лабораторных и/или практических работ, направленных на формирование умений ФГОС по ПМ и на первой ПК в ПМ).</p>	
<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> — выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы; 	<p>Перечень тем, включенных в МДК (указать названия тем, которые необходимы для формирования умений и выполнения практического опыта первой ПК в ПМ).</p>	
<p>Самостоятельная работа</p> <p>Тематика самостоятельной работы:</p>		
<p>ПК 1.3 Разрабатывать авторские рекламные проекты.</p>		
<p>Иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> — выбора художественной формы реализации рекламной идеи. 	<p>Виды работ на практике (указать виды работ (задания), которые должен выполнить студент во время учебной/производственной практики. Виды работ должны быть направлены на освоение первой ПК в ПМ).</p>	
<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> — использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы; — . 	<p>Тематика лабораторных/практических работ (указать название лабораторных и/или практических работ, направленных на формирование умений ФГОС по ПМ и на первой ПК в ПМ).</p>	
<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> — композицию, шрифтовую и художественную графику в рекламе; — методы проектирования рекламного продукта. 	<p>Перечень тем, включенных в МДК (указать названия тем, которые необходимы для формирования умений и выполнения практического опыта первой ПК в ПМ).</p>	
<p>Самостоятельная работа</p> <p>Тематика самостоятельной работы:</p>		
<p>ПК 1.4 Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.</p>		
<p>Иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> — составлять и оформлять тексты рекламных объявлений. 	<p>Виды работ на практике (указать виды работ (задания), которые должен выполнить студент во время учебной/производственной практики. Виды работ должны быть направлены на освоение первой ПК в ПМ).</p>	
<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> — составлять рекламные тексты; 	<p>Тематика лабораторных/практических работ (указать название лабораторных и/или практических работ, направленных на формирование умений ФГОС по ПМ и на первой ПК в ПМ).</p>	

<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> — приемы и принципы составления рекламного текста; — композицию, шрифтовую и художественную графику в рекламе. 	<p>Перечень тем, включенных в МДК (указать названия тем, которые необходимы для формирования умений и выполнения практического опыта первой ПК в ПМ).</p>	
<p>Самостоятельная работа</p> <p>Тематика самостоятельной работы:</p>		
<p>ПК 1.5 Создавать визуальные образы с рекламными функциями.</p>		
<p>Иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> — создания визуального образа с рекламными функциями. 	<p>Виды работ на практике (указать виды работ (задания), которые должен выполнить студент во время учебной/производственной практики. Виды работ должны быть направлены на освоение первой ПК в ПМ).</p>	
<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> — использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы; 	<p>Тематика лабораторных/практических работ (указать название лабораторных и/или практических работ, направленных на формирование умений ФГОС по ПМ и на первой ПК в ПМ).</p>	
<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> — методы проектирования рекламного продукта; — методы психологического воздействия на потребителя. 	<p>Перечень тем, включенных в МДК (указать названия тем, которые необходимы для формирования умений и выполнения практического опыта первой ПК в ПМ).</p>	
<p>Самостоятельная работа</p> <p>Тематика самостоятельной работы:</p>		

	<p>параметры данных рекламных обращений выделяют их на общем рекламном фоне?</p> <p>Проанализировать образец рекламного обращения (образец предоставляется преподавателем). Определить возможную цель и целевую аудиторию данного рекламного обращения и позиционирование объекта рекламы. Проанализировать основные параметры рекламного обращения: структуру, содержание и оформление текста, цветовое, композиционное и изобразительное решения. Ответить на вопрос, соответствуют ли эти параметры позиционированию объекта рекламы, а также цели и целевой аудитории обращения? Указать на слабые стороны анализируемой рекламы. Предложить варианты увеличения функциональности данного рекламного обращения</p> <p><i>Практическая работа к теме 6,7</i></p> <p>Разработать анкету для проведения опроса. Цель исследования: определение уровня и качества осведомленности целевой аудитории о конкретной компании/торговой марке и о конкурентных компаниях и марках. Опираясь на разработанную анкету, провести опрос представителей целевой аудитории. Обработать результаты и составить отчет.</p>	
<p>Знать:</p> <p>Историю рекламы</p> <p>-задачи, цели и общие требования к рекламе;</p> <p>-основные направления рекламной деятельности;</p> <p>виды рекламной деятельности;</p> <p>структуру рекламы.</p>	<p>Рекламная деятельность</p> <p>Истоки рекламной коммуникации. Реклама в античном обществе</p> <p>Реклама в эпоху Средневековья. Реклама Нового времени в Европе и Североамериканских колониях. Развитие западноевропейской рекламы в XIX веке. Североамериканская реклама в XIX – начале XX веков. Начало российской рекламы: от Средневековья к Новому времени</p> <p>Российская изобразительная реклама в XIX – начале XX веков</p> <p>Реклама в российской прессе XIX – начале XX веков. Классификация рекламы. Современные тенденции развития рекламы. Роль рекламы в брендинге. Рекламный процесс. Средства распространения рекламы</p> <p>Рекламное обращение. Исследования в рекламе. Эффективность рекламы. Планирование рекламной кампании. Реклама в отраслях и сферах деятельности. Международная реклама.</p> <p>Социально-правовые аспекты рекламной деятельности.</p>	<p>58</p> <p>28</p> <p>30</p>
<p align="center">Самостоятельная работа</p> <p align="center">Рекламная деятельность</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Варианты и формы проторекламы в современной культуре. 2. Афиши и плакаты Дягилевских театральных сезонов в Париже – одна из вершин российской изобразительной рекламы. 3. Вывеска: от античности до наших дней. 4. Традиции русского лубка в российской изобразительной рекламе. 5. Устные формы рекламирования в наши дни: специфика и варианты. 6. Русский устный фольклор и его влияние на развитие рекламных процессов в России. 7. Упаковка как рекламный жанр. 8. Рекламный плакат в творчестве А. Мухи. 9. Рекламная афиша в творчестве А. Тулуз-Лотрека. 10. Сравнительный анализ рекламного творчества Ж. Шере и Т. Стейнлена: темы, методы, стили. 11. Начало газетной рекламы в западноевропейской культуре. 		<p>34</p> <p>16</p>

<p>12. Глашатаи и герольды – рекламные «институты» Средневековья.</p> <p>13. Начало политической рекламы в античности.</p> <p>14. Рекламная открытка в России XIX столетия.</p> <p>15. Развитие товарного знака в западноевропейской культуре.</p> <p>16. Выставки: прошлое и настоящее.</p> <p>17. Малые формы печатной рекламы: от театральной программки до этикетки.</p> <p>18. Проблема надувательской рекламы: эпохи и континенты.</p> <p>19. Начало фоторекламы и кинорекламы в России на рубеже XIX–XX веков.</p> <p>20. Рекламные новации в английской культуре XIX века.</p> <p>Тематика самостоятельной работы:</p> <p style="text-align: center;">Рекламная деятельность</p> <p>22. Роль социальной рекламы в решении актуальных проблем современности.</p> <p>23. Перспективы развития традиционных средств распространения рекламы (рекламы в прессе, теле-радио и наружной рекламы)</p> <p>24. Использование уникального торгового предложения в рекламе.</p> <p>25. Рекламная компания как основа рекламной деятельности предприятия.</p> <p>26. Проблема выбора средств и носителей рекламы.</p> <p>27. Роль рекламы в продвижении услуг (туризма, медицины, образования, страхования и др.)</p> <p>28. Проблемы развития отечественного рынка рекламы.</p> <p>29. Проблема саморегулирования и социальной ответственности в рекламной практике.</p> <p>30. Этические нормы в рекламе.</p> <p>31. Практика рекламной деятельности за рубежом: принципы и методы работы.</p> <p>32. Международные рекламные организации: назначение и содержание деятельности.</p> <p>33. Международные фестивали и конкурсы рекламы и их роль в развитии рекламного творчества</p> <p>34. Глобализация и локализация в рекламе глобальных торговых марок.</p> <p>35. Принципы создания рекламных сообщений, направленных на инокультурную аудиторию.</p> <p>36. Приемы разработки эффективной теле (радио, наружной, печатной, транзитной, интернет) рекламы.</p> <p>37. Фирменный стиль: принципы разработки и возможности применения в рекламе</p> <p>38. Инструменты и приемы публичных отношений в практике продвижения современных российских компаний</p> <p>39. Роль рекламы в формировании и развитии бренда.</p> <p>40. Упаковка как элемент бренда.</p> <p>41. Использование уникального торгового предложения в рекламе.</p> <p>Анализ текстов Федерального закона «О рекламе» 2006 года, «Международного кодекса рекламной практики» и других законодательных актов, регулирующих рекламную деятельность в России и зарубежом.</p>	18
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------

МДК. 01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта.		Кол-во часов
Раздел ПМ 7. Разработка творческой концепции рекламного продукта.		
ПК 1.1 Осуществлять поиск рекламных идей.		13
Иметь практический опыт: выбора художественной формы реализации	1.Изучение структуры рекламного агентства, студии, газеты, знакомство с должностными обязанностями специалиста по рекламе. 2.Изучение технических	

рекламной идеи.	<p>средств, программных продуктов, применяемых для создания оригинал-макетов. 3. Знакомство и работа на термопрессах для печати изображений на тарелках, кружках, футболках и другой сувенирной продукции (в том числе и с использованием термотрансферной бумаги). 4. Работа с нарезчиком визиток, рулонным ламинатором, машиной для прошивки блокнотов. 5. Работа с обрезчиком углов, прессом для люверсов (отверстий для крепления банеров). 6. Работа с плотером для печати больших изображений, многофункциональной печатной машиной. 7. Участие в разработке оригинал-макетов для текущих рекламных проектов рекламного агентства «ПИК». 8. Разработка рекламных модулей для СМИ. 9. Исследование тенденций в развитии рекламного дизайна на примере рекламного предприятия, конкретного рекламного проекта. 10. Практическое применение приемов построения современного рекламного модуля. Тематика свободная. 11. Изучение опыта работы с заказчиком. 12. Получение первичной информации от заказчика путем заполнения рекламного брифа с последующим его анализом. 13. Поиск потенциальных рекламодателей по заданию рекламного агентства. 14. Работа по созданию базы данных клиентов. Поиск потенциальных рекламодателей.</p>	
<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> — осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги; 	<p>Составление и поиск коллажей по различным видам и типам иллюстраций. Создание рекламного плаката места практики. Создание обложки своего портфолио. Трансформирующая реклама. Организующая реклама. Разработка творческой концепции рекламного плаката. Композиция объявления в нестандартном формате</p>	22
<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> — методы проектирования рекламного продукта; — методы психологического воздействия на потребителя. 	<p>Разработка творческой концепции рекламного продукта, содержания рекламных сообщений, включая их текстовую и иллюстративную составляющие. Иллюстрирование рекламы, её элементы. Функции иллюстраций. Типы рекламы. Средства гармонизации композиции. Создание разных форматов рекламы. Композиция объявления в нестандартном формате</p>	4
<p>Самостоятельная работа</p> <p>Составить композицию из подготовленных примеров в портфолио. Выполнить фотографии для своей темы рекламного объявления. Выполнить рисунки для своей темы рекламного объявления.</p>		11
<p>ПК 1.2 Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.</p>		
<p>Иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> — художественного конструирования 	<p>15. Создание пакета рекламной продукции для заказчика. 16. Проведение переговоров с клиентом. Участие в подготовке встреч. 17. Участие в проведении переговоров с клиентом на различных этапах работы.</p>	14

рекламных продуктов по заданию.	18. Создание пакета рекламной продукции для заказчика и его предпечатная подготовка. 19. Рекламная навигация средств массовой информации. 20. Анализ рынка печатных СМИ. 21. Разработка макетов рекламных блоков. 22. Работа над созданием элементов фирменного стиля по заданию заказчика. 23. Сравнительный анализ рекламы. 24. Изготовление макета рекламы в электронном виде. 25. Виды рекламных объявлений. 26. Способы построения рекламного блока при помощи модульной сетки. 27. Особенности ведения переговоров с клиентом по телефону. 28. Виды рекламных модулей. 29. Создание рекламного модуля.	
Уметь: — разрабатывать композиционное решение рекламного продукта;	Составление рекламного объявления с иллюстрацией.	3
Знать: — выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы;	Эффективные варианты размещения иллюстрации в объявлении.	1
Самостоятельная работа Подготовить материал для коллажа. Выполнить рекламу на противоположное цветовое сочетание. Подготовить материал по различным персонажам рекламы.		11
ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.		
Иметь практический опыт: — выбора художественной формы реализации рекламной идеи.	30. Сбор и подготовка информации для печати. 31. Обучение практике социологического опроса. 32. Разработка визиток. Стили. 33. Создание пакета рекламных продуктов. 34. Работа с мультимедийными технологиями. Компьютерная графика. 35. Разработка баннеров по месту практики. 36. Разработка эскиза вывески частного предприятия для заказчика. 37. Работа над созданием фирменного персонажа. 38. Создание рекламного модуля для заказчика. 39. Особенности разработки модулей определенной тематики. 40. Составление коммерческого предложения для рекламодателя. 41. Анализ созданных рекламных персонажей. 42. Разработка оригинал-макетов для текущих рекламных проектов. 43. Исследование тенденций в развитии рекламных технологий на примере рекламного предприятия, конкретного рекламного проекта.	13
Уметь: — использовать выразительные и художественно-изобразительные средства	Создание рекламы на определенную тему с выполнением фотографий. Реклама, иллюстрированная рисунком. Контрольная работа. Составление коллажа из иллюстраций на определенную тему. Создание стильной рекламы, в которой детали соответствуют замыслу	10

при моделировании рекламы; – .		
Знать: – композицию, шрифтовую и художественную графику в рекламе; – методы проектирования рекламного продукта.	Зависимость креативной стратегии от целей рекламной кампании. Модели рекламного воздействия. Произвольное и непроизвольное внимание, интерес, желание, побуждение. Выбор аргументации. Виды иллюстраций: фотография, рисунок, коллаж. Связь объекта иллюстрации и целевой группы потребителей. Отображение в иллюстрации предмета рекламы.	5
Самостоятельная работа		
Тематика самостоятельной работы:		
ПК 1.4 Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.		
Иметь практический опыт: – составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.	1. Общие принципы работы с фотографией. Обработка фотографий в специальных программах. Принципы использования фотографий в рекламном модуле. 2. Подготовка и обработка фотоматериалов согласно правилам композиции. 3. Основы рекламной композиции, их практическое применение в рекламном блоке. 4. Создание рекламного блока с использованием правил и законов композиции. 5. Ассоциативность в креативных решениях на примере социальной рекламы. 6. Как передать динамику в статичных картинках? Создание и анализ примеров динамики в статичных картинках. 7. Использование принципа гармонии в создании пакета рекламной продукции. 8. Последовательность и порядок элементов в рекламном блоке. 9. Акцент в построении рекламного модуля. 10. Контраст – способ сделать композицию рекламного блока более интересной. 11. Запоминаемость, влияние – признаки креативности. Создание блочной рекламы. 12. Простота – один из способов сделать рекламу более эффективной. 13. Отработка практических навыков по созданию заголовков в рекламе. 14. Подбор заголовков к тексту, используя 30 практических советов по их составлению. 15. Особенности заголовков новостного формата, а также заголовков, содержащих наименование рекламируемого товара или обозначающих конкретную проблему. 16. Классификация заголовков по типам. Работа над каждым типом. 17. Составление рекламного слогана. 18. Основной текст рекламного сообщения. Написание эффективного рекламного текста. 19. Разработка вариантов композиционного решения обложки буклета для заказчика. 20. Зачин, ОРТ, эхо-фраза. Отработка практических навыков по созданию каждого из элементов. 21. Создание продающего рекламного текста для заказчика. 22. Система отбора слов в рекламный текст. Применение ее на практике. 23. Разработка вариантов композиционного решения	33

	<p>обложки диска для заказчика. 24. Составление коммерческого предложения для рекламодателя. 25. Создание информационных писем для потенциального клиента. 26. Разработка вариантов композиционного решения бланка и конверта для заказчика. 27. Использование слов в рекламе только с положительными ассоциациями. Анализ текстов студентов. 28. Разработка эскиза вывески для новой фирмы. 29. Работа над созданием настенного, настольного, отрывного, плакатного календарей для заказчика. 30. Многозначные слова в рекламе. Анализ текстов. 31. Создание текстов по индивидуальным темам. 32. Чувство меры – один из основных критериев продающего текста. 33. Простота – один из основных критериев продающего текста. 34. Естественность – один из основных критериев продающего текста. 35. Типичные недостатки рекламных текстов. Их анализ и исправление. 36. Использование сильных и слабых аргументов при создании рекламного текста.</p>	
<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> — составлять рекламные тексты; 	Создание творческой текстовой композиции в прямоугольнике и круге.	4
<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> — приемы и принципы составления рекламного текста; — композицию, шрифтовую и художественную графику в рекламе. 	<p>Критерии выбора шрифта. Удобочитаемость шрифта. Смысловое акцентирование с помощью шрифта. Создание различных эффектов в коротком тексте. Композиция в круге.</p>	4
Самостоятельная работа		
Тематика самостоятельной работы:		
ПК 1.5 Создавать визуальные образы с рекламными функциями.		
<p>Иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> — создания визуального образа с рекламными функциями. 	<p>44. Самостоятельные креативные разработки на тему текущего рекламного проекта. 45. Создание пакета рекламной продукции для заказчика и его предпечатная подготовка. 46. Разработка композиции макетов рекламных блоков, их предпечатная подготовка. 47. Работа над созданием элементов фирменного стиля по заданию заказчика. 48. Работа над созданием элементов фирменного стиля по заданию заказчика. 49. Сравнительный анализ рекламы. 50. Изготовление макета рекламы в электронном виде. 51. Способы построения рекламного блока. 52. Понятие креативности. Примеры креативной социальной рекламы. 53. Воображение и новаторство в креативной рекламе. 54. Оригинальность и формирование нового стиля в рекламе.</p>	10
Уметь:	Выполнение рекламы, в которой форма четко	7

<ul style="list-style-type: none"> — использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы; 	<p>ассоциируется с предметом рекламы. Выбор цветовой гаммы для определенной рекламы на заданную тему. Создание своего положительного и отрицательного персонажа для рекламы.</p>	
<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> — методы проектирования рекламного продукта; — методы психологического воздействия на потребителя. 	<p>Принципы выбора размера иллюстрации в рекламном объявлении. Формы рекламных объявлений. Факторы выбора цвета для использования в рекламе. Персонажи рекламы. Аксессуары, атрибуты, мимика и жесты героев рекламы.</p>	6
<p>Самостоятельная работа</p> <p>Составить шрифтовой коллаж примеров текстового шрифта. Выполнить 2 варианта текста в круге. Подготовить основу разных форм.</p>		11

**ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ И ДОПОЛНЕНИЙ, ВНЕСЕННЫХ
В РАБОЧУЮ ПРОГРАММУ**

№ 0, 00 месяца 20 г.; № 00;	
БЫЛО	СТАЛО
<p>Основание:</p> <p>Подпись лица внесшего изменения</p>	