

**ЧАСТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СТАВРОПОЛЬСКИЙ МНОГОПРОФИЛЬНЫЙ КОЛЛЕДЖ»**

**ПРОГРАММА
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных
креативных решений и творческих материалов на основных рекламных
носителях**

для обучающихся специальности

42.02.01 Реклама

Аннотация

Рабочая программа профессионального модуля ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях.

Рабочая программа учебной дисциплины разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, 42.02.01 Реклама (ITHub) утверждённым приказом Минобрнауки России от 21.07.2023 г. №552 и в соответствии с учебным планом СмК специальности 42.02.01 Реклама, утверждённым директором колледжа Кандауровой Н.В. на 2024 - 2025 учебный год.

Организация-разработчик: Частное образовательное учреждение профессионального образования "Ставропольский многопрофильный колледж".

Разработчики:

1. Трофименко Светлана Александровна

Рассмотрено и рекомендовано на заседании кафедры Строительства и дизайна

Протокол №4 от 15.01.2024

Заведующий кафедрой Воробьева Лариса Викторовна

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.04 СОЗДАНИЕ КЛЮЧЕВЫХ ВЕРБАЛЬНЫХ И ВИЗУАЛЬНЫХ СООБЩЕНИЙ, ОСНОВНЫХ КРЕАТИВНЫХ РЕШЕНИЙ И ТВОРЧЕСКИХ МАТЕРИАЛОВ НА ОСНОВНЫХ РЕКЛАМНЫХ НОСИТЕЛЯХ

1.1. Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности **42.02.01 Реклама, 42.02.01 Реклама (ITHub) в части освоения основного вида деятельности (ВД) ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях и соответствующие общие, профессиональные компетенции.**

1.1.1. Перечень профессиональных компетенций

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

1.1.2. Перечень общих компетенций

Код	Наименование общих компетенций
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде
ОК 06	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения
ОК 01.	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;
ОК 09.	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.
ОК 02.	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста
ОК 06.	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения;
ОК 05.	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;

Код	Наименование общих компетенций
ОК 03.	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;
ОК 04.	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;

1.1.3. Перечень общих компетенций

Код	Наименование общих компетенций
лр 13	Выбирающий оптимальные способы решения профессиональных задач на основе уважения к заказчику, понимания его потребностей
лр 17	Знающий порядок работы с локальными и глобальными телекоммуникационными системами, методы обработки информации с использованием современных технических средств коммуникации и связи
лр 18	Знающий и соблюдающий этические нормы поведения и основы делового имиджа Компании
лр 22	Вооруженный необходимыми профессиональными знаниями, выработавший умения и навыки трудовой деятельности, основ трудовой культуры

1.1.4. Перечень общих компетенций

Код	Наименование общих компетенций
ПК 4.2.	Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.
ПК 4.1.	Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании
ПК 4.3.	Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет

1.1.5. Перечень общих компетенций

Код	Наименование общих компетенций
лр 13	Выбирающий оптимальные способы решения профессиональных задач на основе уважения к заказчику, понимания его потребностей
лр 17	Знающий порядок работы с локальными и глобальными телекоммуникационными системами, методы обработки информации с использованием современных технических средств коммуникации и связи
лр 18	Знающий и соблюдающий этические нормы поведения и основы делового имиджа Компании
лр 22	Вооруженный необходимыми профессиональными знаниями, выработавший умения и навыки трудовой деятельности, основ трудовой культуры

1.2. Цели и задачи модуля - требования к результатам освоения модуля

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

Иметь практический опыт:

- подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопро젝тов объекта рекламирования с учетом Уникального Торгового

Предложения (УТП); поиска и подбора оригинального нейма и слогана; определения оригинальной идеи для рекламной кампании; подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом инсайта для РК; оформления текстовых и графических документов; оформление рекламных носителей, в том числе текстовых и графических; создания визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом, поставленных задач в области рекламы.;

- - осуществлении процесса дизайнерского проектирования с применением специализированных компьютерных программ; - проведении расчётов технико-экономического обоснования предлагаемого проекта;

Умение:

- - проводить предпроектный анализ;
- - разрабатывать концепцию проекта;
- - находить художественные специфические средства, новые образно-пластические решения для каждой творческой задачи, выбирать графические средства в соответствии с тематикой и задачами проекта;
- - владеть классическими изобразительными и техническими приемами, материалами и средствами проектной графики и макетирования, выполнять эскизы в соответствии с тематикой проекта;
- - создавать целостную композицию на плоскости, в объеме и пространстве, применяя известные способы построения и формообразования; использовать преобразующие методы стилизации и трансформации для создания новых форм;
- - создавать цветовое единство в композиции по законам колористики, производить расчеты основных технико-экономических показателей проектирования;
- - выбор и применение методов и способов решения профессиональных задач, - оценка их эффективности и качества;

Знание:

- - методики расчёта технико-экономических показателей дизайнерского проекта;
- - теоретические основы композиционного построения в графическом и в объемно-пространственном дизайне;;
- - законы создания колористики, закономерности построения художественной формы и особенности ее восприятия;;

- - законы формообразования, систематизирующие методы формообразования (модульность и комбинаторику);
- - преобразующие методы формообразования (стилизацию и трансформацию), принципы и методы;
- - современные тенденции в области дизайна, систематизацию компьютерных программ для осуществления процесса дизайнерского проектирования;
- участие в работе научно студенческих обществ, -выступления на научно-практических конференциях, -участие во внеурочной деятельности связанной с будущей профессией/специальностью;

1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение программы профессионального модуля

Всего - 110 час(-а, -ов), в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося - 110 час(-а, -ов), включая:

- обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося - 110 час(-а, -ов)

2. СОДЕРЖАНИЕ ОБУЧЕНИЯ ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ ПМ.04 СОЗДАНИЕ КЛЮЧЕВЫХ ВЕРБАЛЬНЫХ И ВИЗУАЛЬНЫХ СООБЩЕНИЙ, ОСНОВНЫХ КРЕАТИВНЫХ РЕШЕНИЙ И ТВОРЧЕСКИХ МАТЕРИАЛОВ НА ОСНОВНЫХ РЕКЛАМНЫХ НОСИТЕЛЯХ

Наименование разделов ПМ, МДК и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объём в часах	Уровень освоения	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
МДК.04.01 Разработка творческих рекламных решений		30		
Тема 1 Система корпоративной идентичности в рекламной деятельности	Содержание учебного материала			лр 13, лр 17, лр 18, лр 22, ОК 01., ОК 02., ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 09., ПК 4.1., ПК 4.2., ПК 4.3.
	1 Лекционные занятия №1 Понятие системы корпоративной идентичности, фирменного стиля, бренд айдентики; бренд-айдентика и корпоративная айдентика; брендбук, гайдлайн, логобук; носители корпоративной идентичности: деловая документация, корпоративная одежда и транспорт, сувенирная продукция.	2	1	
	2 Практическая подготовка №1 Разработка шрифтового логотипа и графического фирменного знака; формирование системы корпоративной идентичности; разработка комплекса носителей корпоративного стиля	2	2	
	3 Лабораторные занятия №1 Разработка шрифтового логотипа и графического фирменного знака; формирование системы корпоративной идентичности; разработка комплекса носителей корпоративного стиля	2	2	
Тема 2 Рекламное проектирование	Содержание учебного материала			лр 13, лр 17, лр 18, лр 22, ОК 01., ОК 02., ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 09., ПК 4.1., ПК 4.2., ПК 4.3.
	1 Лекционные занятия №2 Проведение ситуационного анализа и формирование ключевых рекламных решений; понятие инсайта и key visual; рекламный текст и копирайтинг; прием литературного тропа в создании креативной рекламы; виды тропов; работа с заказчиком; заполнение и утверждение брифа; проектирование печатной рекламы; виды печатной рекламы; технологии печатной рекламы.	2	1	
	2 Практическая подготовка №2 Создание инсайта, разработка рекламного текста; создание ключевого визуального образа (Key visual); разработка комплекса рекламной продукции для продвижения нового товара на рынок.	2	2	
	3 Лабораторные занятия №2 Создание инсайта, разработка рекламного текста; создание ключевого визуального образа (Key visual); разработка комплекса рекламной продукции для продвижения нового товара на рынок.	2	2	
	4 Практическая подготовка №3 Разработка комплекса POSM.	2	2	
	5 Лабораторные занятия №3 Разработка комплекса POSM.	2	2	
	6 Практическая подготовка №4 Разработка комплекса рекламной продукции для продвижения в онлайн среде	2	2	
	7 Лабораторные занятия №4 Разработка комплекса рекламной продукции для продвижения в онлайн среде	2	2	

Наименование разделов ПМ, МДК и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объём в часах	Уровень освоения	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
Тема 3 Проектирование рекламного комплекса	Содержание учебного материала			лр 13, лр 17, лр 18, лр 22, ОК 01., ОК 02., ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 09., ПК 4.1., ПК 4.2., ПК 4.3.
1	Лекционные занятия №3 Виды наружной рекламы, конструктивные особенности, технологии создания; виды транзитной рекламы.	2	1	
2	Практическая подготовка №5 Разработка комплекса и серии креативной наружной рекламы	2	2	
3	Лабораторные занятия №5 Разработка комплекса и серии креативной наружной рекламы	2	2	
4	Практическая подготовка №6 Разработка комплекса транзитной рекламы.	2	2	
5	Лабораторные занятия №6 Разработка комплекса транзитной рекламы.	2	2	
Форма(-ы) контроля - 1 семестр, Зачет				
Всего по МДК.04.01 Разработка творческих рекламных решений		30		
МДК.04.02 Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки		80		

Наименование разделов ПМ, МДК и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объём в часах	Уровень освоения	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
Тема 1 Основы компьютерной графики	Содержание учебного материала			лр 13, лр 17, лр 18, лр 22, ОК 01., ОК 02., ОК 03., ОК 04., ОК 05., ОК 06., ОК 09., ПК 4.1., ПК 4.2., ПК 4.3.
	1 Лекционные занятия №1 Основные настройки и инструменты, навыки работы с объектами, работа с цветом, способы окрашивания объектов.	2	1	
	2 Лекционные занятия №2 Операции над объектами (трансформация, порядок, выравнивание, геометрические операции над объектами); создание и редактирования контуров; техника рисунка в кривых и работа с текстом; создание текстурных векторных кистей.	2	1	
	3 Практическая подготовка №1 Рисунок из геометрических объектов; создание логотипа	2	2	
	4 Практическая подготовка №2 Работы с кривыми; создание паттерна; кисти; создание текстурных векторных кистей	2	2	
	5 Практическая подготовка №3 Векторный компьютерный рисунок с использованием кривых	2	2	
	6 Практическая подготовка №4 Создание рекламного плаката; работа с текстом; разработка дизайна интернет-рассылок.	2	2	
	7 Лабораторные занятия №1 Рисунок из геометрических объектов; создание логотипа; работы с кривыми; создание паттерна; кисти; создание текстурных векторных кистей.	2	2	
	8 Лабораторные занятия №2 Векторный компьютерный рисунок с использованием кривых; создание рекламного плаката; работа с текстом; разработка дизайна интернет-рассылок.	2	2	
	9 Лекционные занятия №3 Интерфейс программы Photoshop; основные инструменты; способы выделения; понятия слоя; работа со слоями, многослойные изображения; работа с текстом и эффекты в растровой среде; техника ретуширования; цветовая тоновая коррекция изображения.	2	1	
	10 Практическая подготовка №5 Создание композиции с использованием готовых выделенных объектов.	2	2	
	11 Практическая подготовка №6 Создание многослойной монтажной композиции в растровой графике.	2	2	
	12 Практическая подготовка №7 Компьютерная обработка растрового изображения: стилизация фотографии «под вектор»; обработка фотографий в программе растровой графики.	2	2	
	13 Практическая подготовка №8 Размещение объектов с учётом перспективы; создание рекламной листовки в программе Photoshop.	2	2	
	14 Лабораторные занятия №3 Создание композиции с использованием готовых выделенных объектов; Создание многослойной монтажной композиции в растровой графике.	2	2	
15 Лабораторные занятия №4 Компьютерная обработка растрового изображения: стилизация фотографии «под вектор»; обработка фотографий в программе растровой графики	2	2		

Наименование разделов ПМ, МДК и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объём в часах	Уровень освоения	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
Тема 2 Выбор основных изобразительных средств рекламной фотографии.	Содержание учебного материала 1 Лекционные занятия №4 Особенности технологии прикладного использования студийного оборудования; фотографирование визуальных рекламных композиций 2 Лекционные занятия №5 Фотосессия предметов потребления; фотосессия визуальных композиций; фотосессия имиджевого предмета; креативная компоновка различных предметов в композицию для рекламного проекта. 3 Практическая подготовка №9 Схемы установки студийного освещения для решения основных задач рекламной фотосессии. 4 Практическая подготовка №10 Использование насадок и фильтров на приборы студийного освещения, для создания специфического светового рисунка на рекламируемом объекте. 5 Лабораторные занятия №5 Схемы установки студийного освещения для решения основных задач рекламной фотосессии. 6 Лабораторные занятия №6 Использование насадок и фильтров на приборы студийного освещения, для создания специфического светового рисунка на рекламируемом объекте. 7 Практическая подготовка №11 Компоновка и финишное решение для рекламной композиции натюрморта предметов потребления; подбор визуального ряда и текстового материала по заданной теме в фотосессии визуальной композиции; фотографирование визуального проекта имиджевой фотосессии. 8 Лабораторные занятия №7 Компоновка и финишное решение для рекламной композиции натюрморта предметов потребления. 9 Лабораторные занятия №8 Компоновка и финишное решение для рекламной композиции натюрморта предметов потребления. 10 Лабораторные занятия №9 Фотографирование визуального проекта имиджевой фотосессии.	2 2 2 2 2 2 2 2 2 2	1 1 2 2 2 2 2 2 2 2	лр 13, лр 17, лр 18, лр 22, ОК 01., ОК 02., ОК 03., ОК 04., ОК 05., ОК 06., ОК 09., ПК 4.1., ПК 4.2., ПК 4.3.

Наименование разделов ПМ, МДК и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объём в часах	Уровень освоения	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
Тема 3 Использование технологии создания рекламных фотокомпозиций	Содержание учебного материала			лр 13, лр 17, лр 18, лр 22, ОК 01., ОК 02., ОК 03., ОК 04., ОК 05., ОК 06., ОК 09., ПК 4.1., ПК 4.2., ПК 4.3.
	1 Лекционные занятия №6 Осуществление поиск рекламных идей; художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы в жанрах	2	1	
	2 Практическая подготовка №12 Разработка авторского рекламного проекта.	2	2	
	3 Практическая подготовка №13 Создание визуальных образов с рекламными функциями	2	2	
	4 Лабораторные занятия №10 Разработка авторского рекламного проекта; создание визуальных образов с рекламными функциями.	2	2	
	5 Лекционные занятия №7 Выбор и использование инструментов, оборудования, материалов и изобразительных средств; практическое использование изобразительных средств оптики, фактуры, световых схем для создания имиджа рекламного продукта	2	1	
	6 Практическая подготовка №14 Создание модели, макета, сценария визуального решения объекта; исполнение рекламного решения имиджа в визуальном образе.	2	2	
	7 Лабораторные занятия №11 Создание модели, макета, сценария визуального решения объекта; исполнение рекламного решения имиджа в визуальном образе.	2	2	
Тема 4 Техника и технология рекламного видео	Содержание учебного материала			лр 13, лр 17, лр 18, лр 22, ОК 01., ОК 02., ОК 03., ОК 04., ОК 05., ОК 06., ОК 09., ПК 4.1., ПК 4.2., ПК 4.3.
	1 Лекционные занятия №8 Логлайн; синопсис; сценарий; раскадровка; трехактная структура повествования; тритмент; структура; наполнение; референсы; основные принципы композиции кадра; 10 принципов монтажа; снять рекламный ролик опираясь на свой тритмент.	2	1	
	2 Практическая подготовка №15 Написание своих логанов к реальным фильмам, написание логанов к своему воображаемому рекламному ролику; написание своего сценария по логлайну к своему рекламному ролику; создание раскадровки по своему сценарию рекламному ролику.	2	2	
	3 Лабораторные занятия №12 Написание своих логанов к реальным фильмам, написание логанов к своему воображаемому рекламному ролику.	2	2	
	4 Практическая подготовка №16 Написать триметр опираясь на свой логин и сценарий.	2	2	
	5 Практическая подготовка №17 Научится пользоваться ресурсами для поисков референсов; собрать референсы для своего ролика поместить в тритмент	2	2	
	6 Лабораторные занятия №13 Написать триметр опираясь на свой логин и сценарий.	2	2	
	7 Практическая подготовка №18 Снять рекламный ролик опираясь на свой тритмент; смонтировать рекламный ролик согласно раскадровки.	2	2	
	8 Лабораторные занятия №14 Снять рекламный ролик опираясь на свой тритмент; смонтировать рекламный ролик согласно раскадровки.	2	2	
Форма(-ы) контроля - 2 семестр, Экзамен				
Всего по МДК.04.02 Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки		80		

Наименование разделов ПМ, МДК и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объём в часах	Уровень освоения	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
Всего по ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях		110		

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

- 1 - ознакомительный (ознакомление с ранее изученными объектами, свойствами);*
- 2 - репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством);*
- 3 - продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач).*

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению профессионального модуля ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях

Реализация МДК.04.01 Разработка творческих рекламных решений предполагает наличие помещений:

Кабинет криминалистики

Центр (класс) деловых игр

Криминалистические полигоны

Полигоны для обработки навыков оперативно-служебной деятельности в соответствии с профилем подготовки

- Стол (1 шт.)
- стул (1 шт.)
- доска (1 шт.)
- штатив-трипод Rekam MOBIPOD E-120, черный (1 шт.)
- Grifon BS-05 система установки фона 2,6х3,1 м (1 шт.)
- Fotokvant NVF-2810 комплект нетканых фонов «Студия» (4 цвета) (1 шт.)
- Falcon Eyes KeyLight 145 SB5050 KIT Софтбокс с лампой и стойкой (1 шт.)
- Комплект студийного оборудования Falcon Eyes KeyLight 518LED SB5070 KIT (1 шт.)
- Плакаты по творческим рекламным решениям (21 шт.)
- парта школьная со скамьей (14 шт.)
- шкаф (3 шт.)
- Графический планшет (1 шт.)
- фотоаппарат Canon PowerShot SX410 IS (1 шт.)
- фотоаппарат Nikon Coolpix L320 (1 шт.)
- Мультимедийное оборудование (видеопроектор, экран, колонки) (1 шт.)
- Рабочее место преподавателя, персональный компьютер с подключением к сети «Интернет» (1 шт.)
- набор для фотосъемки, Andoer, портативный (2 ст. 2 м световые стойки - 2 шт., 83 см полупрозрачные белые мягкие зонты - 2 шт., 83см черный и серебристый зонтики - 2 шт., с кронштейнами типа В и сумкой для переноски - 1 шт.) (1 шт.)

Реализация МДК.04.02 Разработка и размещение рекламного контента для

продвижения торговой марки предполагает наличие помещений:

Лаборатория сетей и систем передачи информации

Лаборатория электроники и схемотехники

Лаборатория программных и программно-аппаратных средств защиты информации

Лаборатория технических средств защиты информации

Полигон вычислительной техники

Полигон учебных баз практик

Методический кабинет

Кабинет для самостоятельной работы

Лаборатория компьютерной графики

- Стол компьютерный (9 шт.)
- стул (9 шт.)
- доска (1 шт.)
- Стенд средства цифровых коммуникационных технологий (3 шт.)
- плакаты по стратегии продвижения бренда в сети Интернет (3 шт.)
- плакаты по маркетингу в социальных сетях (2 шт.)
- плакаты по разработке и размещению рекламного контента (3 шт.)
- Рабочее место преподавателя, персональный компьютер с подключением к сети «Интернет» (1 шт.)
- Системный блок (9 шт.)
- Монитор (9 шт.)
- Клавиатура (9 шт.)
- Мультимедийное оборудование (видеопроектор, экран, колонки) (1 шт.)
- Мышь компьютерная (9 шт.)

3.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение профессионального модуля

Перечень рекомендуемых учебных изданий и дополнительной литературы для **МДК.04.01 Разработка творческих рекламных решений**:

Основная литература:

1. 1. Графический дизайн: стилевая эволюция: И.Г. Пендикова, Л.М. Дмитриева - М.: Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2018. - 160 с
2. 2. Основы художественного конструирования: Учебник / Коротеева Л.И., Яскин А.П. - М.:НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 304 с.: 60x88 1/16. - (Обложка) ISBN

978-5-16-009881-4

3. 3. Фотомонтаж. Пособие для фотохудожников: Учебное пособие / Крылов А.П. - М.:КУРС, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 80 с.: 70x100 1/16 (Обложка. КБС) ISBN 978-5-905554-05-6Щербакова, К В. Компьютерная графика учебное пособие/К.В. Щербакова, Москва МГОУ 2010, 77 с. ил. 20 см, ISBN 978-5-7045-0976-9. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=458966>

Дополнительная литература:

1. 1. Архитектурно-ландшафтный дизайн: теория и практика : учеб. пособие / Г.А. Потаев, А.В. Мазаник, Е.Е. Нитиевская [и др.] ; под общ. ред. Г.А. Потаева. — 2-е изд. — М. : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2018. — 319 с., [32] с. цв. ил.

Информационные справочно-правовые системы и ресурсы:

1. Интернет-ресурсы:
2. 1. СПС <http://www.consultant.ru>
3. 2. ЭБС <https://znanium.com>
4. 3. ЭБС <https://book.ru>

Перечень рекомендуемых учебных изданий и дополнительной литературы для **МДК.04.02 Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки:**

Основная литература:

1. 1. Графический дизайн: стилевая эволюция: И.Г. Пендикова, Л.М. Дмитриева - М.: Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2018. - 160 с
2. 2. Основы художественного конструирования: Учебник / Коротеева Л.И., Яскин А.П. - М.:НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 304 с.: 60x88 1/16. - (Обложка) ISBN 978-5-16-009881-4
3. 3. Фотомонтаж. Пособие для фотохудожников: Учебное пособие / Крылов А.П. - М.:КУРС, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 80 с.: 70x100 1/16 (Обложка. КБС) ISBN 978-5-905554-05-6Щербакова, К В. Компьютерная графика учебное пособие/К.В. Щербакова, Москва МГОУ 2010, 77 с. ил. 20 см, ISBN 978-5-7045-0976-9. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=458966>

Дополнительная литература:

1. 1. Архитектурно-ландшафтный дизайн: теория и практика : учеб. пособие / Г.А. Потаев, А.В. Мазаник, Е.Е. Нитиевская [и др.] ; под общ. ред. Г.А. Потаева.

— 2-е изд. — М. : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2018. — 319 с., [32] с. цв. ил.

Информационные справочно-правовые системы и ресурсы:

1. Интернет-ресурсы:
2. 1. СПС <http://www.consultant.ru>
3. 2. ЭБС <https://znanium.com>
4. 3. ЭБС <https://book.ru>

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

4.1. Таблица соответствия компетенций показателям оценки результата

Результаты (освоенные профессиональные и общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
	ПК	
ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.	- художественно редактировать растровые изображения, создавать рекламный плакат, в основе которого лежит фотомонтаж; - креативность, выразительность рекламной идеи, знание технологий изготовления рекламных носителей и широкоформатной печати, грамотное и качественное выполнение дизайн-проекта; - оригинальность рекламной идеи; - использование программ компьютерной графики.	Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы.
ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет	- обоснованность выбора проектных технологий и инструментов; - уровень выполнения рекламных проектов на основе критериев: - актуальность; степень достижения поставленной цели; - креативность; - изобразительная ценность; - обоснованность выводов и предложений; - характер (авторский или компилятивный); - использование смежных технологий и материалов; - эффективность.	
ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании	- использование дизайнерских эскизов при создании основных печатных документов, определяющих фирменный стиль	

Результаты (освоенные профессиональные и общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
	ОК	Экспертное наблюдение за выполнением работ; Оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации;
ОК 03 Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	- демонстрация интереса к инновациям в области профессиональной деятельности; - выстраивание траектории профессионального развития и самообразования; - осознанное планирование повышения квалификации	
ОК 04 Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	- демонстрация результатов деятельности в условиях коллективной и командной работы в соответствии с заданной задачей; - объективность оценки собственного вклада в достижение командного результата; - успешность применения коммуникационных способностей на практике; - соблюдение принципов профессиональной этики; - владение способами бесконфликтного общения и саморегуляции в коллективе	
ОК 06 Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения	- грамотно излагать свои мысли; - оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке; - проявлять толерантность в рабочем коллективе.	
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;	- выбор и применение способов решения профессиональных задач; - оценка эффективности и качества выполнения задач; - знание более одного способа решения профессиональной задачи; - аргументация выбора конкретного способа.	
ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.	- эффективность поиска необходимой информации в российских и зарубежных источниках: нормативно-правовой документации, стандартах; - объективность анализа и эффективность применения в профессиональной деятельности информации, содержащейся в документации профессиональной области.	
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;	- соответствие найденной информации заданной теме (задаче); - владение разными способами представления информации; - результативность и оперативность поиска информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития; - объективный анализ найденной информации; - использование широкого спектра современных источников информации, в том числе Интернета при решении профессиональных задач, профессионального и личностного развития	
ОК 05 Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	- использование вербальных и невербальных способов коммуникации на государственном языке с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста; - соблюдать нормы самостоятельности выбора стиля монологического высказывания в зависимости от его цели и целевой аудитории и с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста.	
ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения;	- грамотно излагать свои мысли; - оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке; - проявлять толерантность в рабочем коллективе.	
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;	- использование вербальных и невербальных способов коммуникации на государственном языке с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста; - соблюдать нормы самостоятельности выбора стиля монологического высказывания в зависимости от его цели и целевой аудитории и с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста.	
ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;	- демонстрация интереса к инновациям в области профессиональной деятельности; - выстраивание траектории профессионального развития и самообразования; - осознанное планирование повышения квалификации	
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;	- демонстрация результатов деятельности в условиях коллективной и командной работы в соответствии с заданной задачей; - объективность оценки собственного вклада в достижение командного результата; - успешность применения коммуникационных способностей на практике; - соблюдение принципов профессиональной этики; - владение способами бесконфликтного общения и саморегуляции в коллективе	

Результаты (освоенные профессиональные и общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
лр 13		Экспертное наблюдение за выполнением работ; Оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации;
лр 13 Выбирающий оптимальные способы решения профессиональных задач на основе уважения к заказчику, понимания его потребностей	- анализ практических заданий; - выполнение творческих заданий; - выполнение заданий самостоятельной работы	
лр 17 Знающий порядок работы с локальными и глобальными телекоммуникационными системами, методы обработки информации с использованием современных технических средств коммуникации и связи	- анализ практических заданий; - выполнение творческих заданий; - выполнение заданий самостоятельной работы	
лр 18 Знающий и соблюдающий этические нормы поведения и основы делового имиджа Компании	- анализ практических заданий; - выполнение творческих заданий; - выполнение заданий самостоятельной работы	
лр 22 Вооруженный необходимыми профессиональными знаниями, выработавший умения и навыки трудовой деятельности, основ трудовой культуры	- анализ практических заданий; - выполнение творческих заданий; - выполнение заданий самостоятельной работы	
ПК 4.1.		Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы. Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю.
ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.	- художественно редактировать растровые изображения, создавать рекламный плакат, в основе которого лежит фотомонтаж; - креативность, выразительность рекламной идеи, знание технологий изготовления рекламных носителей и широкоформатной печати, грамотное и качественное выполнение дизайн-проекта; - оригинальность рекламной идеи; - использование программ компьютерной графики.	
ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании	- использование дизайнерских эскизов при создании основных печатных документов, определяющих фирменный стиль	
ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет	- обоснованность выбора проектных технологий и инструментов; - уровень выполнения рекламных проектов на основе критериев: - актуальность; степень достижения поставленной цели; - креативность; - изобразительная ценность; - обоснованность выводов и предложений; - характер (авторский или компилятивный); - использование смежных технологий и материалов; - эффективность.	
лр		Экспертное наблюдение за выполнением работ; Оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации
лр 13 Выбирающий оптимальные способы решения профессиональных задач на основе уважения к заказчику, понимания его потребностей	- анализ практических заданий; - выполнение творческих заданий; - выполнение заданий самостоятельной работы	
лр 17 Знающий порядок работы с локальными и глобальными телекоммуникационными системами, методы обработки информации с использованием современных технических средств коммуникации и связи	- анализ практических заданий; - выполнение творческих заданий; - выполнение заданий самостоятельной работы	
лр 18 Знающий и соблюдающий этические нормы поведения и основы делового имиджа Компании	- анализ практических заданий; - выполнение творческих заданий; - выполнение заданий самостоятельной работы	
лр 22 Вооруженный необходимыми профессиональными знаниями, выработавший умения и навыки трудовой деятельности, основ трудовой культуры	- анализ практических заданий; - выполнение творческих заданий; - выполнение заданий самостоятельной работы	

4.2. Образовательные результаты освоения образовательной программы профессионального модуля, подлежащие проверке

Наименование образовательного результата	Показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки результата
Иметь практический опыт		

Наименование образовательного результата	Показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки результата
подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом Уникального Торгового Предложения (УТП); поиска и подбора оригинального нейма и слогана; определения оригинальной идеи для рекламной кампании; подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом инсайта для РК; оформления текстовых и графических документов; оформление рекламных носителей, в том числе текстовых и графических; создания визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом, поставленных задач в области рекламы.	- осуществлении процесса дизайнерского проектирования с применением специализированных компьютерных программ; - проведении расчётов технико-экономического обоснования предлагаемого проекта	- анализе практических заданий; - выполнении творческих заданий; - выполнении заданий самостоятельной работы
- осуществлении процесса дизайнерского проектирования с применением специализированных компьютерных программ; - проведении расчётов технико-экономического обоснования предлагаемого проекта	- анализе практических заданий; - выполнении творческих заданий; - выполнении заданий самостоятельной работы	- анализе практических заданий; - выполнении творческих заданий; - выполнении заданий самостоятельной работы
Умение		
- проводить предпроектный анализ	Задания к практической подготовке № 1-2	- анализ практических заданий; - выполнение творческих заданий; - выполнение заданий самостоятельной работы
- разрабатывать концепцию проекта	Задания к практической подготовке № 3-4	- анализ практических заданий; - выполнение творческих заданий; - выполнение заданий самостоятельной работы
- находить художественные специфические средства, новые образно-пластические решения для каждой творческой задачи, выбирать графические средства в соответствии с тематикой и задачами проекта	Задания к практической подготовке № 5-6	- анализ практических заданий; - выполнение творческих заданий; - выполнение заданий самостоятельной работы
- владеть классическими изобразительными и техническими приемами, материалами и средствами проектной графики и макетирования, выполнять эскизы в соответствии с тематикой проекта	Задания к практической подготовке № 7-8	- анализ практических заданий; - выполнение творческих заданий; - выполнение заданий самостоятельной работы
- создавать целостную композицию на плоскости, в объеме и пространстве, применяя известные способы построения и формообразования; использовать преобразующие методы стилизации и трансформации для создания новых форм	Задания к практической подготовке № 9-10	- анализ практических заданий; - выполнение творческих заданий; - выполнение заданий самостоятельной работы
- создавать цветовое единство в композиции по законам колористики, производить расчеты основных технико-экономических показателей проектирования	Задания к практической подготовке № 11-12	- анализ практических заданий; - выполнение творческих заданий; - выполнение заданий самостоятельной работы
- выбор и применение методов и способов решения профессиональных задач, - оценка их эффективности и качества	- анализ практических заданий; - выполнение творческих заданий; - выполнение заданий самостоятельной работы	- анализ практических заданий; - выполнение творческих заданий; - выполнение заданий самостоятельной работы
Знание		
- методики расчёта технико-экономических показателей дизайнерского проекта	Вопросы к зачёту №29-30	1.Тесты 2.Контрольные работы 3.Индивидуальный опрос 4.Фронтальный опрос 5.Письменный опрос

Наименование образовательного результата	Показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки результата
- теоретические основы композиционного построения в графическом и в объемно-пространственном дизайне;	Вопросы к зачёту №1-8	1.Тесты 2.Контрольные работы 3.Индивидуальный опрос 4.Фронтальный опрос 5.Письменный опрос
- законы создания колористики, закономерности построения художественной формы и особенности ее восприятия;	Вопросы к зачёту №9-15	1.Тесты 2.Контрольные работы 3.Индивидуальный опрос 4.Фронтальный опрос 5.Письменный опрос
- законы формообразования, систематизирующие методы формообразования (модульность и комбинаторику)	Вопросы к зачёту №16-18	1.Тесты 2.Контрольные работы 3.Индивидуальный опрос 4.Фронтальный опрос 5.Письменный опрос
- преобразующие методы формообразования (стилизацию и трансформацию), принципы и методы	Вопросы к зачёту №19-23	1.Тесты 2.Контрольные работы 3.Индивидуальный опрос 4.Фронтальный опрос 5.Письменный опрос
- современные тенденции в области дизайна, систематизацию компьютерных программ для осуществления процесса дизайнерского проектирования	Вопросы к зачёту №24-28	1.Тесты 2.Контрольные работы 3.Индивидуальный опрос 4.Фронтальный опрос 5.Письменный опрос
участие в работе научно студенческих обществ, выступления на научно- практических конференциях, участие во внеурочной деятельности связанной с будущей профессией/специальностью	1.Тесты 2.Контрольные работы 3.Индивидуальный опрос 4.Фронтальный опрос 5.Письменный опрос	1.Тесты 2.Контрольные работы 3.Индивидуальный опрос 4.Фронтальный опрос 5.Письменный опрос

4.3. Матрица соответствия контрольно-оценочных средств образовательным результатам профессионального модуля

Результаты обучения	Коды компетенций	Фонды оценочных средств
Иметь практический опыт		

Результаты обучения	Коды компетенций	Фонды оценочных средств
подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопро젝тов объекта рекламирования с учетом Уникального Торгового Предложения (УТП); поиска и подбора оригинального нейма и слогана; определения оригинальной идеи для рекламной кампании; подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопро젝тов объекта рекламирования с учетом инсайта для РК; оформления текстовых и графических документов; оформление рекламных носителей, в том числе текстовых и графических; создания визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопро젝тов объекта рекламирования с учетом, поставленных задач в области рекламы.	лр 13, лр 17, лр 18, лр 22, ОК 01., ОК 02., ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 09., ПК 4.1., ПК 4.2., ПК 4.3., ОК 04, ПК 4.3., ОК 06, ПК 4.2., ОК 03, ОК 01., лр 18, лр 17, лр 13, лр 22, ОК 09., ОК 02., ОК 05, ПК 4.1. (МДК.04.01);	Вопросы на зачет №1. Что такое айдентика и за что она отвечает 2. Что такое корпоративная идентичность 3. Кто такие конкуренты 4. Чем айдентика отличается от фирменного стиля 5. Что включает в себя фирменный стиль 6. Что представляет собой логотип 7. Что такое маскоты и как их используют в брендинге 8. Приведите примеры современных маскотов 9. Какие два основных вида айдентики существуют 10. Кто такая целевая аудитория 11. На каких носителях можно демонстрировать айдентика 12. Что такое логобук 13. Что такое паттерн 14. Что можно отнести к сувенирной продукции 15. Что можно отнести к рекламной продукции 16. Что можно отнести к деловой продукции 17. Какие бывают формы визуальной коммуникации 18. Что такое редизайн 19. Что такое стилизация изображения 20. Где можно применить стилизованное изображение 21. Что такое капитал бренда 22. Что такое рекламный продукт 23. Что такое рекламная идея 24. Что такое ключевой визуал, или Key Visual (KV) 25. Кто такой копирайтер 26. Что то такое копирайтинг 27. Какова сущность рекламного текста 28. Перечислите виды рекламных текстов 29. Какие четыре структурных элемента выделяют в хорошем рекламном тексте 30. Что такое тропы в рекламном тексте (МДК.04.01);
- осуществлении процесса дизайнерского проектирования с применением специализированных компьютерных программ; - проведении расчётов технико-экономического обоснования предлагаемого проекта	лр 13, лр 17, лр 18, лр 22, ОК 01., ОК 02., ОК 03., ОК 04., ОК 05., ОК 06., ОК 09., ПК 4.1., ПК 4.2., ПК 4.3., ОК 09., ОК 01., ПК 4.2., ПК 4.1., лр 13, лр 17, лр 18, лр 22, ОК 06., ОК 05., ОК 03., ОК 04., ОК 02., ПК 4.3. (МДК.04.02);	Вопросы на экзамен №1-50 (МДК.04.02);
Умение		
- проводить предпроектный анализ	лр 13, лр 17, лр 18, лр 22, ОК 01., ОК 02., ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 09., ПК 4.1., ПК 4.2., ПК 4.3., ОК 04, ПК 4.3., ОК 06, ПК 4.2., ОК 03, ОК 01., лр 18, лр 17, лр 13, лр 22, ОК 09., ОК 02., ОК 05, ПК 4.1. (МДК.04.01);	Вопросы на зачет №1. Вопросы на зачет №1. Что такое айдентика и за что она отвечает 2. Что такое корпоративная идентичность 3. Кто такие конкуренты 4. Чем айдентика отличается от фирменного стиля 5. Что включает в себя фирменный стиль 6. Что представляет собой логотип 7. Что такое маскоты и как их используют в брендинге 8. Приведите примеры современных маскотов (МДК.04.01);
- разрабатывать концепцию проекта	лр 13, лр 17, лр 18, лр 22, ОК 01., ОК 02., ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 09., ПК 4.1., ПК 4.2., ПК 4.3., ОК 04, ПК 4.3., ОК 06, ПК 4.2., ОК 03, ОК 01., лр 18, лр 17, лр 13, лр 22, ОК 09., ОК 02., ОК 05, ПК 4.1. (МДК.04.01);	Вопросы на зачет №1. Вопросы на зачет №1. Какие два основных вида айдентики существуют 10. Кто такая целевая аудитория 11. На каких носителях можно демонстрировать айдентика 12. Что такое логобук 13. Что такое паттерн 14. Что можно отнести к сувенирной продукции 15. Что можно отнести к рекламной продукции (МДК.04.01);

Результаты обучения	Коды компетенций	Фонды оценочных средств
- находить художественные специфические средства, новые образно-пластические решения для каждой творческой задачи, выбирать графические средства в соответствии с тематикой и задачами проекта	лр 13, лр 17, лр 18, лр 22, ОК 01., ОК 02., ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 09., ПК 4.1., ПК 4.2., ПК 4.3., ОК 04, ПК 4.3., ОК 06, ПК 4.2., ОК 03, ОК 01., лр 18, лр 17, лр 13, лр 22, ОК 09., ОК 02., ОК 05, ПК 4.1. (МДК.04.01);	Вопросы на зачет №16. Вопросы на зачет №17. Какие бывают формы визуальной коммуникации 18. Что такое редилайн (МДК.04.01);
- владеть классическими изобразительными и техническими приемами, материалами и средствами проектной графики и макетирования, выполнять эскизы в соответствии с тематикой проекта	лр 13, лр 17, лр 18, лр 22, ОК 01., ОК 02., ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 09., ПК 4.1., ПК 4.2., ПК 4.3., ОК 04, ПК 4.3., ОК 06, ПК 4.2., ОК 03, ОК 01., лр 18, лр 17, лр 13, лр 22, ОК 09., ОК 02., ОК 05, ПК 4.1. (МДК.04.01);	Вопросы на зачет №19. Вопросы на зачет №20. Где можно применить стилизованное изображение 21. Что такое капитал бренда 22. Что такое рекламный продукт 23. Что такое рекламная идея (МДК.04.01);
- создавать целостную композицию на плоскости, в объеме и пространстве, применяя известные способы построения и формообразования; использовать преобразующие методы стилизации и трансформации для создания новых форм	лр 13, лр 17, лр 18, лр 22, ОК 01., ОК 02., ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 09., ПК 4.1., ПК 4.2., ПК 4.3., ОК 04, ПК 4.3., ОК 06, ПК 4.2., ОК 03, ОК 01., лр 18, лр 17, лр 13, лр 22, ОК 09., ОК 02., ОК 05, ПК 4.1. (МДК.04.01);	Вопросы на зачет №24. Вопросы на зачет №25. Что такое ключевой визуал, или Key Visual (KV) 25. Кто такой копирайтер 26. Что такое копирайтинг 27. Какова сущность рекламного текста 28. Перечислите виды рекламных текстов (МДК.04.01);
- создавать цветовое единство в композиции по законам колористики, производить расчеты основных технико-экономических показателей проектирования	лр 13, лр 17, лр 18, лр 22, ОК 01., ОК 02., ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 09., ПК 4.1., ПК 4.2., ПК 4.3., ОК 04, ПК 4.3., ОК 06, ПК 4.2., ОК 03, ОК 01., лр 18, лр 17, лр 13, лр 22, ОК 09., ОК 02., ОК 05, ПК 4.1. (МДК.04.01);	Вопросы на зачет №29. Вопросы на зачет №30. Какие четыре структурных элемента выделяют в хорошем рекламном тексте 30. Что такое тропы в рекламном тексте (МДК.04.01);
- выбор и применение методов и способов решения профессиональных задач, - оценка их эффективности и качества	лр 13, лр 17, лр 18, лр 22, ОК 01., ОК 02., ОК 03., ОК 04., ОК 05., ОК 06., ОК 09., ПК 4.1., ПК 4.2., ПК 4.3., ОК 09., ОК 01., ПК 4.2., ПК 4.1., лр 13, лр 17, лр 18, лр 22, ОК 06., ОК 05., ОК 03., ОК 04., ОК 02., ПК 4.3. (МДК.04.02);	Вопросы на экзамен №1-50 (МДК.04.02);
Знание		
- методики расчёта технико-экономических показателей дизайнерского проекта	лр 13, лр 17, лр 18, лр 22, ОК 01., ОК 02., ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 09., ПК 4.1., ПК 4.2., ПК 4.3., ОК 04, ПК 4.3., ОК 06, ПК 4.2., ОК 03, ОК 01., лр 18, лр 17, лр 13, лр 22, ОК 09., ОК 02., ОК 05, ПК 4.1. (МДК.04.01);	Вопросы на зачет №29. Какие четыре структурных элемента выделяют в хорошем рекламном тексте 30. Что такое тропы в рекламном тексте (МДК.04.01);
- теоретические основы композиционного построения в графическом и в объемно-пространственном дизайне;	лр 13, лр 17, лр 18, лр 22, ОК 01., ОК 02., ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 09., ПК 4.1., ПК 4.2., ПК 4.3., ОК 04, ПК 4.3., ОК 06, ПК 4.2., ОК 03, ОК 01., лр 18, лр 17, лр 13, лр 22, ОК 09., ОК 02., ОК 05, ПК 4.1. (МДК.04.01);	Вопросы на зачет №1. Что такое айдентика и за что она отвечает 2. Что такое корпоративная идентичность 3. Кто такие конкуренты 4. Чем айдентика отличается от фирменного стиля 5. Что включает в себя фирменный стиль 6. Что представляет собой логотип 7. Что такое маскоты и как их используют в брендинге 8. Приведите примеры современных маскотов (МДК.04.01);
- законы создания колористики, закономерности построения художественной формы и особенности ее восприятия;	лр 13, лр 17, лр 18, лр 22, ОК 01., ОК 02., ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 09., ПК 4.1., ПК 4.2., ПК 4.3., ОК 04, ПК 4.3., ОК 06, ПК 4.2., ОК 03, ОК 01., лр 18, лр 17, лр 13, лр 22, ОК 09., ОК 02., ОК 05, ПК 4.1. (МДК.04.01);	Вопросы на зачет №10. Какие два основных вида айдентики существуют 10. Кто такая целевая аудитория 11. На каких носителях можно демонстрировать айдентикку 12. Что такое логобук 13. Что такое паттерн 14. Что можно отнести к сувенирной продукции 15. Что можно отнести к рекламной продукции (МДК.04.01);

Результаты обучения	Коды компетенций	Фонды оценочных средств
- законы формообразования, систематизирующие методы формообразования (модульность и комбинаторику)	лр 13, лр 17, лр 18, лр 22, ОК 01., ОК 02., ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 09., ПК 4.1., ПК 4.2., ПК 4.3., ОК 04, ПК 4.3., ОК 06, ПК 4.2., ОК 03, ОК 01., лр 18, лр 17, лр 13, лр 22, ОК 09., ОК 02., ОК 05, ПК 4.1. (МДК.04.01);	Вопросы на зачет №16. Что можно отнести к деловой продукции 17. Какие бывают формы визуальной коммуникации 18. Что такое редизайн (МДК.04.01);
- преобразующие методы формообразования (стилизацию и трансформацию), принципы и методы	лр 13, лр 17, лр 18, лр 22, ОК 01., ОК 02., ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 09., ПК 4.1., ПК 4.2., ПК 4.3., ОК 04, ПК 4.3., ОК 06, ПК 4.2., ОК 03, ОК 01., лр 18, лр 17, лр 13, лр 22, ОК 09., ОК 02., ОК 05, ПК 4.1. (МДК.04.01);	Вопросы на зачет №19. Что такое стилизация изображения 20. Где можно применить стилизованное изображение 21. Что такое капитал бренда 22. Что такое рекламный продукт 23. Что такое рекламная идея (МДК.04.01);
- современные тенденции в области дизайна, систематизацию компьютерных программ для осуществления процесса дизайнерского проектирования	лр 13, лр 17, лр 18, лр 22, ОК 01., ОК 02., ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 06, ОК 09., ПК 4.1., ПК 4.2., ПК 4.3., ОК 04, ПК 4.3., ОК 06, ПК 4.2., ОК 03, ОК 01., лр 18, лр 17, лр 13, лр 22, ОК 09., ОК 02., ОК 05, ПК 4.1. (МДК.04.01);	Вопросы на зачет №24. Что такое ключевой визуал, или Key Visual (KV) 25. Кто такой копирайтер 26. Что то такое копирайтинг 27. Какова сущность рекламного текста 28. Перечислите виды рекламных текстов (МДК.04.01);
участие в работе научно студенческих обществ, -выступления на научно-практических конференциях, -участие во внеурочной деятельности связанной с будущей профессией/специальностью	лр 13, лр 17, лр 18, лр 22, ОК 01., ОК 02., ОК 03., ОК 04., ОК 05., ОК 06., ОК 09., ПК 4.1., ПК 4.2., ПК 4.3., ОК 09., ОК 01., ПК 4.2., ПК 4.1., лр 13, лр 17, лр 18, лр 22, ОК 06., ОК 05., ОК 03., ОК 04., ОК 02., ПК 4.3. (МДК.04.02);	Вопросы на экзамен №1-50 (МДК.04.02);