

**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
2. Феронова Анна Владимировна

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 общих компетенций

Код	Наименование общих компетенций
ОК 04.	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;
ОК 01.	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;
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 общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения
ОК 09.	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.
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 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 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 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;

### 1.1.2. Перечень личностных результатов

Код	Наименование личностных результатов
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

Код	Наименование личностных результатов
лр 22	Вооруженный необходимыми профессиональными знаниями, выработавший умения и навыки трудовой деятельности, основ трудовой культуры
ЛР 30	Умеющий осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта.
ЛР 2	Проявляющий активную гражданскую позицию, демонстрирующий приверженность принципам честности, порядочности, открытости, экономически активный и участвующий в студенческом и территориальном самоуправлении, в том числе на условиях добровольчества, продуктивно взаимодействующий и участвующий в деятельности общественных организаций.
ЛР 4	Проявляющий и демонстрирующий уважение к людям труда, осознающий ценность собственного труда. Стремящийся к формированию в сетевой среде лично и профессионально конструктивного «цифрового следа».
ЛР 7	Осознающий приоритетную ценность личности человека; уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности
ЛР 13	Мотивированный на постоянный профессиональный рост.
ЛР 14	Стремящийся к самообразованию, самосовершенствованию и творческой реализации
ЛР 15	Использующий информационные технологии в профессиональной деятельности.
ЛР 25	Умеющий использовать теоретические положения рисунка в профессиональной практике
ЛР 26	Умеющий выполнять работу в пределах поставленной цветовой задачи.
ЛР 27	Знающий и использующий в своей работе характерные черты художественных стилей различных исторических эпох.
ЛР 31	Умеющий выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта.
ЛР 32	Владеющий опытом выявления требований целевых групп потребителей и принимающий решения, направленные на продвижение рекламного продукта.
ЛР 33	Владеющий опытом выявления требований целевых групп потребителей и принимающий решения, направленные на продвижение рекламного продукта.

### 1.1.3. Перечень профессиональных компетенций

Код	Наименование профессиональных компетенций
ВД	Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта
ПК 4.1.	Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.
ПК 4.2.	Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.
ПК4.3.	Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет
ПК 4.3.	Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.

### 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:

#### Умение:

- - создавать цветное единство в композиции по законам колористики, производить расчеты основных технико-экономических показателей проектирования;
- - 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;

- - владеть классическими изобразительными и техническими приемами, материалами и средствами проектной графики и макетирования, выполнять эскизы в соответствии с тематикой проекта;

- - находить художественные специфические средства, новые образно-пластические решения для каждой творческой задачи, выбирать графические средства в соответствии с тематикой и задачами проекта;

- - разрабатывать концепцию проекта;

- - проводить предпроектный анализ;

- - выбор и применение методов и способов решения профессиональных задач, - оценка их эффективности и качества;

- проводить презентацию рекламного продукта;

- составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта;

- работать с рекламой в средствах массовой информации;

- проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком;

- проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком;;

- подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав;

- работать с рекламой в средствах массовой информации;;

### **Знание:**

- - методики расчёта технико-экономических показателей дизайнерского проекта;

- - современные тенденции в области дизайна, систематизацию компьютерных программ для осуществления процесса дизайнерского проектирования;

- - преобразующие методы формообразования (стилизацию и трансформацию), принципы и методы;

- - законы формообразования, систематизирующие методы формообразования (модульность и комбинаторику;

- - законы создания колористики, закономерности построения художественной формы и особенности ее восприятия;;

- - теоретические основы композиционного построения в графическом и в объемно-пространственном дизайне;;

- участие в работе научно студенческих обществ, -выступления на научно-практических конференциях, -участие во внеурочной деятельности связанной с

будущей профессией/специальностью;

- экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации;

- основные принципы работы организаций в условиях рыночной экономики;

- пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов;

- основные федеральные законы и иные нормативные правовые акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации;

- аспекты планирования рекламы;

- этапы принятия и реализации управленческих решений;

- классификацию целей менеджмента;

### **Иметь практический опыт:**

- 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;

- подготовки документации для регистрации авторских прав;

- планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта;

- контролирования соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя;

- взаимодействия с субъектами рекламной деятельности;

### **1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение программы профессионального модуля**

Всего - 218 час(-а, -ов), в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося - 218 час(-а, -ов), включая:

- обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося - 110 час(-а, -ов)
- практик - 108 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., ПК4.3.
	1 <b>Лекционные занятия №1</b> 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 <b>Практическая подготовка №1</b> Разработка шрифтового логотипа и графического фирменного знака; формирование системы корпоративной идентичности; разработка комплекса носителей корпоративного стиля	2	2	
	3 <b>Лабораторные занятия №1</b> 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., ПК4.3.
	1 <b>Лекционные занятия №2</b> 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 <b>Практическая подготовка №2</b> Создание инсайта, разработка рекламного текста; создание ключевого визуального образа (Key visual); разработка комплекса рекламной продукции для продвижения нового товара на рынок.	2	2	
	3 <b>Лабораторные занятия №2</b> Создание инсайта, разработка рекламного текста; создание ключевого визуального образа (Key visual); разработка комплекса рекламной продукции для продвижения нового товара на рынок	2	2	
	4 <b>Практическая подготовка №3</b> Разработка комплекса POSM.	2	2	
	5 <b>Лабораторные занятия №3</b> Разработка комплекса POSM.	2	2	
	6 <b>Практическая подготовка №4</b> Разработка комплекса рекламной продукции для продвижения в онлайн среде	2	2	
	7 <b>Лабораторные занятия №4</b> 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., ПК4.3.
	1 <b>Лекционные занятия №3</b> Виды наружной рекламы, конструктивные особенности, технологии создания; виды транзитной рекламы.	2	1	
	2 <b>Практическая подготовка №5</b> Разработка комплекса и серии креативной наружной рекламы.	2	2	
	3 <b>Лабораторные занятия №5</b> Разработка комплекса и серии креативной наружной рекламы.	2	2	
	4 <b>Практическая подготовка №6</b> Разработка комплекса транзитной рекламы.	2	2	
	5 <b>Лабораторные занятия №6</b> Разработка комплекса транзитной рекламы.	2	2	
Форма(-ы) контроля - 3 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 Раздел 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 <b>Лекционные занятия №1</b> Основные настройки и инструменты, навыки работы с объектами, работа с цветом, способы окрашивания объектов.	2	1	
	2 <b>Лекционные занятия №2</b> 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 <b>Практическая подготовка №1</b> Рисунок из геометрических объектов; создание логотипа.	2	2	
	4 <b>Практическая подготовка №2</b> Работы с кривыми; создание паттерна; кисти; создание текстурных векторных кистей.	2	2	
	5 <b>Практическая подготовка №3</b> Векторный компьютерный рисунок с использованием кривых	2	2	
	6 <b>Практическая подготовка №4</b> Создание рекламного плаката; работа с текстом; разработка дизайна интернет-рассылок.	2	2	
	7 <b>Лабораторные занятия №1</b> Векторный компьютерный рисунок с использованием кривых; создание рекламного плаката; работа с текстом; разработка дизайна интернет-рассылок.	2	2	
	8 <b>Лекционные занятия №3</b> 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	
	9 <b>Практическая подготовка №5</b> Создание композиции с использованием готовых выделенных объектов.	2	2	
	10 <b>Практическая подготовка №6</b> Создание многослойной монтажной композиции в растровой графике.	2	2	
	11 <b>Практическая подготовка №7</b> Компьютерная обработка растрового изображения: стилизация фотографии «под вектор»; обработка фотографий в программе растровой графики.	2	2	
	12 <b>Практическая подготовка №8</b> Размещение объектов с учётом перспективы; создание рекламной листовки в программе Photoshop.	2	2	
	13 <b>Лабораторные занятия №2</b> Создание композиции с использованием готовых выделенных объектов; Создание многослойной монтажной композиции в растровой графике.	2	2	
	14 <b>Лабораторные занятия №3</b> . Компьютерная обработка растрового изображения: стилизация фотографии «под вектор»; обработка фотографий в программе растровой графики.	2	2	
15 <b>Лабораторные занятия №4</b> Рисунок из геометрических объектов; создание логотипа; работы с кривыми; создание паттерна; кисти; создание текстурных векторных кистей.	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			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	<b>Лекционные занятия №4</b> Особенности технологии прикладного использования студийного оборудования; фотографирование визуальных рекламных композиций	2	1	
2	<b>Лекционные занятия №5</b> Фотосессия предметов потребления; фотосессия визуальных композиций; фотосессия имиджевого предмета; креативная компоновка различных предметов в композицию для рекламного проекта	2	1	
3	<b>Практическая подготовка №9</b> Схемы установки студийного освещения для решения основных задач рекламной фотосессии.	2	2	
4	<b>Практическая подготовка №10</b> Использование насадок и фильтров на приборы студийного освещения, для создания специфического светового рисунка на рекламируемом объекте.	2	2	
5	<b>Лабораторные занятия №5</b> Схемы установки студийного освещения для решения основных задач рекламной фотосессии.	2	2	
6	<b>Лабораторные занятия №6</b> Использование насадок и фильтров на приборы студийного освещения, для создания специфического светового рисунка на рекламируемом объекте.	2	2	
7	<b>Лабораторные занятия №7</b> Компоновка и финишное решение для рекламной композиции натюрморта предметов потребления.	2	2	
8	<b>Лабораторные занятия №8</b> Подбор визуального ряда и текстового материала по заданной теме в фотосессии визуальной композиции.	2	2	
9	<b>Лабораторные занятия №9</b> Фотографирование визуального проекта имиджевой фотосессии.	2	2	
10	<b>Практическая подготовка №11</b> 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.	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 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 <b>Лекционные занятия №6</b> Осуществление поиск рекламных идей; художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы в жанрах	2	1	
	2 <b>Практическая подготовка №12</b> Разработка авторского рекламного проекта.	2	2	
	3 <b>Практическая подготовка №13</b> Создание визуальных образов с рекламными функциями	2	2	
	4 <b>Лабораторные занятия №10</b> Разработка авторского рекламного проекта; создание визуальных образов с рекламными функциями.	2	2	
	5 <b>Лекционные занятия №7</b> 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 <b>Практическая подготовка №14</b> Создание модели, макета, сценария визуального решения объекта; исполнение рекламного решения имиджа в визуальном образе	2	2	
	7 <b>Лабораторные занятия №11</b> 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 <b>Лекционные занятия №8</b> 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 <b>Практическая подготовка №15</b> 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 <b>Лабораторные занятия №12</b> Написание своих логанов к реальным фильмам, написание логанов к своему воображаемому рекламному ролику	2	2	
	4 <b>Практическая подготовка №16</b> Написать триметр опираясь на свой логин и сценарий	2	2	
	5 <b>Практическая подготовка №17</b> Научится пользоваться ресурсами для поисков референсов; собрать референсы для своего ролика поместить в тритмент	2	2	
	6 <b>Лабораторные занятия №13</b> Написать триметр опираясь на свой логин и сценарий	2	2	
	7 <b>Практическая подготовка №18</b> Снять рекламный ролик опираясь на свой тритмент; смонтировать рекламный ролик согласно раскадровки	2	2	
	8 <b>Лабораторные занятия №14</b> Снять рекламный ролик опираясь на свой тритмент; смонтировать рекламный ролик согласно раскадровки	2	2	
Форма(-ы) контроля - 4 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	
ПП.04.02 Производственная практика (Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях)		72			
Тема 1 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях)	Содержание учебного материала			ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 2, ЛР 25, ЛР 26, ЛР 27, ЛР 30, ЛР 31, ЛР 32, ЛР 33, ЛР 4, ЛР 7, ОК 01., ОК 02., ОК 03., ОК 04., ОК 05., ОК 06., ОК 09., ПК 4.1., ПК 4.2., ПК 4.3.	
	1	<b>Практика</b> Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей	6		2
	2	<b>Практика</b> Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.	6		2
	3	<b>Практика</b> Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.	6		2
	4	<b>Практика</b> Организация процессом изготовления рекламной продукции	6		2
	5	<b>Практика</b> Управление процессом изготовления рекламной продукции	6		2
	6	<b>Практика</b> Подборка медиапланов российских и зарубежных компаний	6		2
	7	<b>Практика</b> Виды рекламы и средств ее размещения.	6		2
	8	<b>Практика</b> Ценообразование в области размещения рекламной продукции.	6		2
	9	<b>Практика</b> Структура организации и ее особенностей.	6		2
	10	<b>Практика</b> Бюджет российских и зарубежных рекламодателей	6		2
	11	<b>Практика</b> Регистрация авторского права на рекламный продукт	6		2
	12	<b>Практика</b> Виды и средства рекламы	6		2
Форма(-ы) контроля - 4 семестр, Дифференцированный зачет; 4 семестр, Дифференцированный зачет					
Всего по ПП.04.02 Производственная практика (Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях)		72			
УП.04.01 Учебная практика (Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях)		36			
Тема 1 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях)	Содержание учебного материала			ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 2, ЛР 25, ЛР 26, ЛР 27, ЛР 30, ЛР 31, ЛР 32, ЛР 33, ЛР 4, ЛР 7, ОК 01., ОК 02., ОК 03., ОК 04., ОК 05., ОК 06., ОК 09., ПК 4.1., ПК 4.2., ПК 4.3.	
	1	<b>Практика</b> Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей	6		2
	2	<b>Практика</b> Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.	6		2
	3	<b>Практика</b> Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.	6		2
	4	<b>Практика</b> Бюджет российских и зарубежных рекламодателей	6		2
	5	<b>Практика</b> Регистрация авторского права на рекламный продукт	6		2
	6	<b>Практика</b> Виды и средства рекламы	6		2
Форма(-ы) контроля - 4 семестр, Дифференцированный зачет; 4 семестр, Дифференцированный зачет					
Всего по УП.04.01 Учебная практика (Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях)		36			
<b>Всего по ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях</b>		<b>218</b>			

*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.

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 **ПП.04.02 Производственная практика (Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях)**:

Основная литература:

1. 1. Борисова, А. Н. Эффективный лайф-менеджмент / А. Н. Борисова. - Санкт-Петербург: Антология, 2021. - 128 с. - ISBN 978-5-94962-244-5. - Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/104165.html>
2. 2. Менеджмент и маркетинг: практикум / составители О. П. Маслова, О. Ю. Калмыкова. - 2-е изд. - Самара: Самарский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2021. - 113 с. - Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. - URL: <https://www.iprbookshop.ru/111764.html>
3. 3. Реклама социальных проектов: методическое пособие / А. Л. Абаев, Г. Г. Вельская, А. Г. Жилияев [и др.]; под редакцией Г. Г. Вельской. - 3-е изд. - Москва: Дашков и К, 2021. - 94 с. - ISBN 978-5-394-04242-3. - Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/107817.html>
4. 4. Куценко, Е. И. Проектный менеджмент: учебное пособие для СПО / Е. И. Куценко. - Саратов: Профобразование, 2020. - 265 с. - ISBN 978-5-4488-0553-0. - Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. - URL: <https://www.iprbookshop.ru/92148.html>
5. 5. Богомолова, Е. В. Менеджмент: учебное пособие для СПО / Е. В. Богомолова, И. А. Черникова. - 2-е изд. - Липецк, Саратов: Липецкий государственный технический университет, Профобразование, 2020. - 97 с. - ISBN 978-5-88247-963-2, 978-5-4488-0762-6. - Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. - URL: <https://www.iprbookshop.ru/92831.html>
6. 6. Тайм-менеджмент. Полный курс: учебное пособие / Г. А.

7. Архангельский, М. А. Лукашенко, Т. В. Телегина, С. В. Бехтерев; под редакцией Г. А. Архангельского, П. Суворовой. - Москва: Альпина Паблишер, 2020.-311 с. - ISBN 978-5-9614-1881-1. - Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. - URL: <https://www.iprbookshop.ru/93046.html>
8. 7. Виханский О. С. Менеджмент: Учебник для ср. спец. учеб. заведений / Виханский О. С., Наумов А. И. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2017
9. 8. Казначевская Г.Б. Менеджмент: учебник / Г.Б. Казначевская. - Москва: КноРус, 2018. - 240 с. - Для СПО.
10. 9. Грибов В.Д. Менеджмент: учебное пособие / В.Д. Грибов. - Москва: КноРус, 2017. - 280 с. - Для СПО.
11. 10. Мазилкина Е.И. Менеджмент: учеб. пособие / Е.И. Мазилкина. - М.: ИНФРА-М, 2017. - 197 с. - (Среднее профессиональное образование).
12. 11. Кнышова, Е.Н. Менеджмент: Учебное пособие/Кнышова Е. Н. - М.: ИД ФОРУМ, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 304 с.

#### Дополнительная литература:

1. 1.Тайм-менеджмент. Полный курс: учебное пособие / Г. А.
2. Архангельский, М. А. Лукашенко, Т. В. Телегина, С. В. Бехтерев; под редакцией Г. А. Архангельского, П. Суворовой. - Москва: Альпина Паблишер, 2020.-311 с. - ISBN 978-5-9614-1881-1. - Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. - URL: <https://www.iprbookshop.ru/93046.html>
3. 2. Виханский О. С. Менеджмент: Учебник для ср. спец. учеб. заведений / Виханский О. С., Наумов А. И. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2017
4. 3. Казначевская Г.Б. Менеджмент: учебник / Г.Б. Казначевская. - Москва: КноРус, 2018. - 240 с. - Для СПО.
5. 4. Грибов В.Д. Менеджмент: учебное пособие / В.Д. Грибов. - Москва: КноРус, 2017. - 280 с. - Для СПО.
6. 5. Мазилкина Е.И. Менеджмент: учеб. пособие / Е.И. Мазилкина. - М.: ИНФРА-М, 2017. - 197 с. - (Среднее профессиональное образование).
7. 6. Кнышова, Е.Н. Менеджмент: Учебное пособие/Кнышова Е. Н. - М.: ИД ФОРУМ, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 304 с.

#### Информационные справочно-правовые системы и ресурсы:

1. Информационно-библиотечная система Знаниум - <http://znanium.com/>

2. ЭБС BOOK.ru - электронно-библиотечная система - <https://www.book.ru>

Перечень рекомендуемых учебных изданий и дополнительной литературы для **УП.04.01 Учебная практика (Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях)**:

Основная литература:

1. 1. Борисова, А. Н. Эффективный лайф-менеджмент / А. Н. Борисова. - Санкт-Петербург: Антология, 2021. - 128 с. - ISBN 978-5-94962-244-5. - Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/104165.html>

2. 2. Менеджмент и маркетинг: практикум / составители О. П. Маслова, О. Ю. Калмыкова. - 2-е изд. - Самара: Самарский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2021. - 113 с. - Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. - URL: <https://www.iprbookshop.ru/111764.html>

3. 3. Реклама социальных проектов: методическое пособие / А. Л. Абаев, Г. Г. Вельская, А. Г. Жилиев [и др.]; под редакцией Г. Г. Вельской. - 3-е изд. - Москва: Дашков и К, 2021. - 94 с. - ISBN 978-5-394-04242-3. - Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/107817.html>

4. 4. Куценко, Е. И. Проектный менеджмент: учебное пособие для СПО / Е. И. Куценко. - Саратов: Профобразование, 2020. - 265 с. - ISBN 978-5-4488-0553-0. - Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. - URL: <https://www.iprbookshop.ru/92148.html>

5. 5. Богомолова, Е. В. Менеджмент: учебное пособие для СПО / Е. В. Богомолова, И. А. Черникова. - 2-е изд. - Липецк, Саратов: Липецкий государственный технический университет, Профобразование, 2020. - 97 с. - ISBN 978-5-88247-963-2, 978-5-4488-0762-6. - Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. - URL: <https://www.iprbookshop.ru/92831.html>

Дополнительная литература:

1. 1. Тайм-менеджмент. Полный курс: учебное пособие / Г. А. Архангельский, М. А. Лукашенко, Т. В. Телегина, С. В. Бехтерев; под редакцией Г. А. Архангельского, П. Суворовой. - Москва: Альпина Паблишер, 2020.-311 с. - ISBN 978-5-9614-1881-1. - Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. - URL: <https://www.iprbookshop.ru/93046.html>

Информационные справочно-правовые системы и ресурсы:

1. Информационно-библиотечная система Знаниум - <http://znanium.com/>
2. ЭБС BOOK.ru - электронно-библиотечная система - <https://www.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
	ОК	Экспертное наблюдение за выполнением работ; Оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации
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 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 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 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 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 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 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 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 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.	

Результаты (освоенные профессиональные и общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК		Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы.
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 4.2. 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.	
ПК4.3. 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 4.3. 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.	

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

Наименование образовательного результата	Показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки результата
Умение		
- создавать цветовое единство в композиции по законам колористики, производить расчеты основных технико-экономических показателей проектирования	Задания к практической подготовке № 11-12	Оценка решения практических задач
- 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	Оценка решения практических задач
- 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	Оценка решения практических задач
- 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	Оценка решения практических задач
- разрабатывать концепцию проекта	Задания к практической подготовке № 3-4	Оценка решения практических задач
- проводить предпроектный анализ	Задания к практической подготовке № 1-2	Оценка решения практических задач
- выбор и применение методов и способов решения профессиональных задач, - оценка их эффективности и качества	- анализ практических заданий; - выполнение творческих заданий; - выполнение заданий самостоятельной работы	Оценка решения практических задач
проводить презентацию рекламного продукта	уметь проводить презентацию рекламного продукта	Оценка решения практических задач

Наименование образовательного результата	Показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки результата
составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта	уметь составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта	Оценка решения практических задач
работать с рекламой в средствах массовой информации	Уметь работать с рекламой в средствах массовой информации	Оценка решения практических задач
проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком	Уметь проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком	Оценка решения практических задач
проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком;	уметь проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком;	Оценка решения практических задач
подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав	уметь подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав	Оценка решения практических задач
работать с рекламой в средствах массовой информации;	уметь работать с рекламой в средствах массовой информации;	Оценка решения практических задач
Знание		
- методики расчёта технико-экономических показателей дизайнерского проекта	Вопросы к зачёту №29-30	Устный опрос
- современные тенденции в области дизайна, систематизацию компьютерных программ для осуществления процесса дизайнерского проектирования	Вопросы к зачёту №24-28	Устный опрос
- преобразующие методы формообразования (стилизацию и трансформацию), принципы и методы	Вопросы к зачёту №19-23	Устный опрос
- законы формообразования, систематизирующие методы формообразования (модульность и комбинаторику)	Вопросы к зачёту №16-18	Устный опрос
- законы создания колористики, закономерности построения художественной формы и особенности ее восприятия;	Вопросы к зачёту №9-15	Устный опрос
- теоретические основы композиционного построения в графическом и в объемно-пространственном дизайне;	Вопросы к зачёту №1-8	Устный 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	Устный опрос
экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации	знать экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации	Устный опрос
основные принципы работы организаций в условиях рыночной экономики	знать основные принципы работы организаций в условиях рыночной экономики	Устный опрос
пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов	знать пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов	Устный опрос
основные федеральные законы и иные нормативные правовые акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации	знать основные федеральные законы и иные нормативные правовые акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации	Устный опрос
аспекты планирования рекламы	Знать аспекты планирования рекламы	Устный опрос
этапы принятия и реализации управленческих решений	Знать этапы принятия и реализации управленческих решений	Устный опрос
классификацию целей менеджмента	Знать классификацию целей менеджмента	Устный опрос
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	Экспертные оценки
- 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	Экспертные оценки
подготовки документации для регистрации авторских прав	иметь практический опыт подготовки документации для регистрации авторских прав	Экспертные оценки
планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта	иметь практический опыт планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта	Экспертные оценки
контролирования соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя	иметь практический опыт контролирования соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя	Экспертные оценки
взаимодействия с субъектами рекламной деятельности	иметь практический опыт взаимодействия с субъектами рекламной деятельности	Экспертные оценки

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

Результаты обучения	Коды компетенций	Фонды оценочных средств
Умение		
- создавать цветное 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., ПК4.3., ОК 04., ОК 01., ОК 03, ПК 4.1., ОК 09., ОК 05, ОК 06, ПК 4.2., лр 13, лр 17, лр 22, лр 18, ОК 02., ПК4.3. (МДК.04.01);	Вопросы на зачет №29. Вопросы на зачет №29. Вопросы на зачет №29. Какие четыре структурных элемента выделяют в хорошем рекламном тексте 30. Что такое тропы в рекламном тексте (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., ПК4.3., ОК 04., ОК 01., ОК 03, ПК 4.1., ОК 09., ОК 05, ОК 06, ПК 4.2., лр 13, лр 17, лр 22, лр 18, ОК 02., ПК4.3. (МДК.04.01);	Вопросы на зачет №24. Вопросы на зачет №24. 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);

Результаты обучения	Коды компетенций	Фонды оценочных средств
- владеть классическими и 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., ПК4.3., ОК 04., ОК 01., ОК 03, ПК 4.1., ОК 09., ОК 05, ОК 06, ПК 4.2., лр 13, лр 17, лр 22, лр 18, ОК 02., ПК4.3. (МДК.04.01);	Вопросы на зачет №19. 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);
- 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., ПК4.3., ОК 04., ОК 01., ОК 03, ПК 4.1., ОК 09., ОК 05, ОК 06, ПК 4.2., лр 13, лр 17, лр 22, лр 18, ОК 02., ПК4.3. (МДК.04.01);	Вопросы на зачет №16. Вопросы на зачет №16. Что можно отнести к деловой продукции 17. Какие бывают формы визуальной коммуникации 18. Что такое редизайн (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., ПК4.3., ОК 04., ОК 01., ОК 03, ПК 4.1., ОК 09., ОК 05, ОК 06, ПК 4.2., лр 13, лр 17, лр 22, лр 18, ОК 02., ПК4.3. (МДК.04.01);	Вопросы на зачет №10. Вопросы на зачет №10. Какие два основных вида айденстики существуют 10. Кто такая целевая аудитория 11. На каких носителях можно демонстрировать айдентику 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);
- 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., ПК4.3., ОК 04., ОК 01., ОК 03, ПК 4.1., ОК 09., ОК 05, ОК 06, ПК 4.2., лр 13, лр 17, лр 22, лр 18, ОК 02., ПК4.3. (МДК.04.01);	Вопросы на зачет №1. Вопросы на зачет №1. Что такое айденстика и за что она отвечает 2. Что такое корпоративная идентичность 3. Кто такие конкуренты 4. Чем айденстика 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);
- 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 01., ОК 02., ОК 05., ПК 4.3., ОК 03., ПК 4.1., ОК 06., лр 13, лр 18, лр 22, лр 17, ОК 09., ОК 04., ПК 4.2. (МДК.04.02);	Вопросы на экзамен №1-50 (МДК.04.02);
проводить презентацию рекламного продукта	ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 2, ЛР 25, ЛР 26, ЛР 27, ЛР 30, ЛР 31, ЛР 32, ЛР 33, ЛР 4, ЛР 7, ОК 01., ОК 02., ОК 03., ОК 04., ОК 05., ОК 06., ОК 09., ПК 4.1., ПК 4.2., ПК 4.3., ЛР 30, ОК 02., ОК 01., ОК 03., ОК 06., ОК 09., ОК 05., ОК 04., ПК 4.2., ПК 4.3., ПК 4.1., ЛР 2, ЛР 4, ЛР 7, ЛР 15, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 25, ЛР 26, ЛР 27, ЛР 31, ЛР 32, ЛР 33 (ПП.04.02); ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 2, ЛР 25, ЛР 26, ЛР 27, ЛР 30, ЛР 31, ЛР 32, ЛР 33, ЛР 4, ЛР 7, 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 05., ОК 03., ОК 06., ОК 04., ОК 02., ОК 01., ПК 4.2., ПК 4.3., ПК 4.1., ЛР 2, ЛР 4, ЛР 7, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 25, ЛР 26, ЛР 27, ЛР 30, ЛР 31, ЛР 32, ЛР 33 (УП.04.01);	Задания к практическим занятиям №21-25 (ПП.04.02); Задания к практическим занятиям №16-20 (УП.04.01);

Результаты обучения	Коды компетенций	Фонды оценочных средств
составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта	ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 2, ЛР 25, ЛР 26, ЛР 27, ЛР 30, ЛР 31, ЛР 32, ЛР 33, ЛР 4, ЛР 7, ОК 01., ОК 02., ОК 03., ОК 04., ОК 05., ОК 06., ОК 09., ПК 4.1., ПК 4.2., ПК 4.3., ЛР 30, ОК 02., ОК 01., ОК 03., ОК 06., ОК 09., ОК 05., ОК 04., ПК 4.2., ПК 4.3., ПК 4.1., ЛР 2, ЛР 4, ЛР 7, ЛР 15, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 25, ЛР 26, ЛР 27, ЛР 31, ЛР 32, ЛР 33 (ПП.04.02); ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 2, ЛР 25, ЛР 26, ЛР 27, ЛР 30, ЛР 31, ЛР 32, ЛР 33, ЛР 4, ЛР 7, 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 05., ОК 03., ОК 06., ОК 04., ОК 02., ОК 01., ПК 4.2., ПК 4.3., ПК 4.1., ЛР 2, ЛР 4, ЛР 7, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 25, ЛР 26, ЛР 27, ЛР 30, ЛР 31, ЛР 32, ЛР 33 (УП.04.01);	Задания к практическим занятиям №1-5 (ПП.04.02); Задания к практическим занятиям №1-5 (УП.04.01);
работать с рекламой в средствах массовой информации	ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 2, ЛР 25, ЛР 26, ЛР 27, ЛР 30, ЛР 31, ЛР 32, ЛР 33, ЛР 4, ЛР 7, ОК 01., ОК 02., ОК 03., ОК 04., ОК 05., ОК 06., ОК 09., ПК 4.1., ПК 4.2., ПК 4.3., ЛР 30, ОК 02., ОК 01., ОК 03., ОК 06., ОК 09., ОК 05., ОК 04., ПК 4.2., ПК 4.3., ПК 4.1., ЛР 2, ЛР 4, ЛР 7, ЛР 15, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 25, ЛР 26, ЛР 27, ЛР 31, ЛР 32, ЛР 33 (ПП.04.02);	Задания к практическим занятиям №6-10 (ПП.04.02);
проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком	ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 2, ЛР 25, ЛР 26, ЛР 27, ЛР 30, ЛР 31, ЛР 32, ЛР 33, ЛР 4, ЛР 7, ОК 01., ОК 02., ОК 03., ОК 04., ОК 05., ОК 06., ОК 09., ПК 4.1., ПК 4.2., ПК 4.3., ЛР 30, ОК 02., ОК 01., ОК 03., ОК 06., ОК 09., ОК 05., ОК 04., ПК 4.2., ПК 4.3., ПК 4.1., ЛР 2, ЛР 4, ЛР 7, ЛР 15, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 25, ЛР 26, ЛР 27, ЛР 31, ЛР 32, ЛР 33 (ПП.04.02);	Задания к практическим занятиям №16-20 (ПП.04.02);
проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком;	ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 2, ЛР 25, ЛР 26, ЛР 27, ЛР 30, ЛР 31, ЛР 32, ЛР 33, ЛР 4, ЛР 7, 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 05., ОК 03., ОК 06., ОК 04., ОК 02., ОК 01., ПК 4.2., ПК 4.3., ПК 4.1., ЛР 2, ЛР 4, ЛР 7, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 25, ЛР 26, ЛР 27, ЛР 30, ЛР 31, ЛР 32, ЛР 33 (УП.04.01);	Задания к практическим занятиям №11-15 (УП.04.01);
подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав	ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 2, ЛР 25, ЛР 26, ЛР 27, ЛР 30, ЛР 31, ЛР 32, ЛР 33, ЛР 4, ЛР 7, 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 05., ОК 03., ОК 06., ОК 04., ОК 02., ОК 01., ПК 4.2., ПК 4.3., ПК 4.1., ЛР 2, ЛР 4, ЛР 7, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 25, ЛР 26, ЛР 27, ЛР 30, ЛР 31, ЛР 32, ЛР 33 (УП.04.01);	Задания к практическим занятиям №21-25 (УП.04.01);
работать с рекламой в средствах массовой информации;	ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 2, ЛР 25, ЛР 26, ЛР 27, ЛР 30, ЛР 31, ЛР 32, ЛР 33, ЛР 4, ЛР 7, 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 05., ОК 03., ОК 06., ОК 04., ОК 02., ОК 01., ПК 4.2., ПК 4.3., ПК 4.1., ЛР 2, ЛР 4, ЛР 7, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 25, ЛР 26, ЛР 27, ЛР 30, ЛР 31, ЛР 32, ЛР 33 (УП.04.01);	Задания к практическим занятиям №6-10 (УП.04.01);
<b>Знание</b>		
- 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., ПК4.3., ОК 04., ОК 01., ОК 03, ПК 4.1., ОК 09., ОК 05, ОК 06, ПК 4.2., лр 13, лр 17, лр 22, лр 18, ОК 02., ПК4.3. (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);

Результаты обучения	Коды компетенций	Фонды оценочных средств
- 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., ПК4.3., ОК 04., ОК 01., ОК 03, ПК 4.1., ОК 09., ОК 05, ОК 06, ПК 4.2., лр 13, лр 17, лр 22, лр 18, ОК 02., ПК4.3. (МДК.04.01);	Вопросы на зачет №24. 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);
- 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., ПК4.3., ОК 04., ОК 01., ОК 03, ПК 4.1., ОК 09., ОК 05, ОК 06, ПК 4.2., лр 13, лр 17, лр 22, лр 18, ОК 02., ПК4.3. (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);
- 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., ПК4.3., ОК 04., ОК 01., ОК 03, ПК 4.1., ОК 09., ОК 05, ОК 06, ПК 4.2., лр 13, лр 17, лр 22, лр 18, ОК 02., ПК4.3. (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);
- 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., ПК4.3., ОК 04., ОК 01., ОК 03, ПК 4.1., ОК 09., ОК 05, ОК 06, ПК 4.2., лр 13, лр 17, лр 22, лр 18, ОК 02., ПК4.3. (МДК.04.01);	Вопросы на зачет №10. Какие два основных вида айдентики существуют 10. Кто такая целевая аудитория 11. На каких носителях можно продемонстрировать 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);
- 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., ПК4.3., ОК 04., ОК 01., ОК 03, ПК 4.1., ОК 09., ОК 05, ОК 06, ПК 4.2., лр 13, лр 17, лр 22, лр 18, ОК 02., ПК4.3. (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);
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 01., ОК 02., ОК 05., ПК 4.3., ОК 03., ПК 4.1., ОК 06., лр 13, лр 18, лр 22, лр 17, ОК 09., ОК 04., ПК 4.2. (МДК.04.02);	Вопросы на экзамен №1-50 (МДК.04.02);

Результаты обучения	Коды компетенций	Фонды оценочных средств
экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации	ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 2, ЛР 25, ЛР 26, ЛР 27, ЛР 30, ЛР 31, ЛР 32, ЛР 33, ЛР 4, ЛР 7, ОК 01., ОК 02., ОК 03., ОК 04., ОК 05., ОК 06., ОК 09., ПК 4.1., ПК 4.2., ПК 4.3., ЛР 30, ОК 02., ОК 01., ОК 03., ОК 06., ОК 09., ОК 05., ОК 04., ПК 4.2., ПК 4.3., ПК 4.1., ЛР 2, ЛР 4, ЛР 7, ЛР 15, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 25, ЛР 26, ЛР 27, ЛР 31, ЛР 32, ЛР 33 (ПП.04.02); ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 2, ЛР 25, ЛР 26, ЛР 27, ЛР 30, ЛР 31, ЛР 32, ЛР 33, ЛР 4, ЛР 7, 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 05., ОК 03., ОК 06., ОК 04., ОК 02., ОК 01., ПК 4.2., ПК 4.3., ПК 4.1., ЛР 2, ЛР 4, ЛР 7, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 25, ЛР 26, ЛР 27, ЛР 30, ЛР 31, ЛР 32, ЛР 33 (УП.04.01);	Задания к практическим занятиям №1-5 (ПП.04.02); Задания к практическим занятиям №1-5 (УП.04.01);
основные принципы работы организаций в условиях рыночной экономики	ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 2, ЛР 25, ЛР 26, ЛР 27, ЛР 30, ЛР 31, ЛР 32, ЛР 33, ЛР 4, ЛР 7, ОК 01., ОК 02., ОК 03., ОК 04., ОК 05., ОК 06., ОК 09., ПК 4.1., ПК 4.2., ПК 4.3., ЛР 30, ОК 02., ОК 01., ОК 03., ОК 06., ОК 09., ОК 05., ОК 04., ПК 4.2., ПК 4.3., ПК 4.1., ЛР 2, ЛР 4, ЛР 7, ЛР 15, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 25, ЛР 26, ЛР 27, ЛР 31, ЛР 32, ЛР 33 (ПП.04.02); ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 2, ЛР 25, ЛР 26, ЛР 27, ЛР 30, ЛР 31, ЛР 32, ЛР 33, ЛР 4, ЛР 7, 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 05., ОК 03., ОК 06., ОК 04., ОК 02., ОК 01., ПК 4.2., ПК 4.3., ПК 4.1., ЛР 2, ЛР 4, ЛР 7, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 25, ЛР 26, ЛР 27, ЛР 30, ЛР 31, ЛР 32, ЛР 33 (УП.04.01);	Задания к практическим занятиям №6-10 (ПП.04.02); Задания к практическим занятиям №6-10 (УП.04.01);
пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов	ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 2, ЛР 25, ЛР 26, ЛР 27, ЛР 30, ЛР 31, ЛР 32, ЛР 33, ЛР 4, ЛР 7, ОК 01., ОК 02., ОК 03., ОК 04., ОК 05., ОК 06., ОК 09., ПК 4.1., ПК 4.2., ПК 4.3., ЛР 30, ОК 02., ОК 01., ОК 03., ОК 06., ОК 09., ОК 05., ОК 04., ПК 4.2., ПК 4.3., ПК 4.1., ЛР 2, ЛР 4, ЛР 7, ЛР 15, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 25, ЛР 26, ЛР 27, ЛР 31, ЛР 32, ЛР 33 (ПП.04.02); ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 2, ЛР 25, ЛР 26, ЛР 27, ЛР 30, ЛР 31, ЛР 32, ЛР 33, ЛР 4, ЛР 7, 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 05., ОК 03., ОК 06., ОК 04., ОК 02., ОК 01., ПК 4.2., ПК 4.3., ПК 4.1., ЛР 2, ЛР 4, ЛР 7, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 25, ЛР 26, ЛР 27, ЛР 30, ЛР 31, ЛР 32, ЛР 33 (УП.04.01);	Задания к практическим занятиям №11-15 (ПП.04.02); Задания к практическим занятиям №11-15 (УП.04.01);
основные федеральные законы и иные нормативные правовые акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации	ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 2, ЛР 25, ЛР 26, ЛР 27, ЛР 30, ЛР 31, ЛР 32, ЛР 33, ЛР 4, ЛР 7, ОК 01., ОК 02., ОК 03., ОК 04., ОК 05., ОК 06., ОК 09., ПК 4.1., ПК 4.2., ПК 4.3., ЛР 30, ОК 02., ОК 01., ОК 03., ОК 06., ОК 09., ОК 05., ОК 04., ПК 4.2., ПК 4.3., ПК 4.1., ЛР 2, ЛР 4, ЛР 7, ЛР 15, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 25, ЛР 26, ЛР 27, ЛР 31, ЛР 32, ЛР 33 (ПП.04.02); ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 2, ЛР 25, ЛР 26, ЛР 27, ЛР 30, ЛР 31, ЛР 32, ЛР 33, ЛР 4, ЛР 7, 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 05., ОК 03., ОК 06., ОК 04., ОК 02., ОК 01., ПК 4.2., ПК 4.3., ПК 4.1., ЛР 2, ЛР 4, ЛР 7, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 25, ЛР 26, ЛР 27, ЛР 30, ЛР 31, ЛР 32, ЛР 33 (УП.04.01);	Задания к практическим занятиям №16-20 (ПП.04.02); Задания к практическим занятиям №16-20 (УП.04.01);

<b>Результаты обучения</b>	<b>Коды компетенций</b>	<b>Фонды оценочных средств</b>
аспекты планирования рекламы	ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 2, ЛР 25, ЛР 26, ЛР 27, ЛР 30, ЛР 31, ЛР 32, ЛР 33, ЛР 4, ЛР 7, ОК 01., ОК 02., ОК 03., ОК 04., ОК 05., ОК 06., ОК 09., ПК 4.1., ПК 4.2., ПК 4.3., ЛР 30, ОК 02., ОК 01., ОК 03., ОК 06., ОК 09., ОК 05., ОК 04., ПК 4.2., ПК 4.3., ПК 4.1., ЛР 2, ЛР 4, ЛР 7, ЛР 15, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 25, ЛР 26, ЛР 27, ЛР 31, ЛР 32, ЛР 33 (ПП.04.02);	Задания к практическим занятиям №21-25 (ПП.04.02);
этапы принятия и реализации управленческих решений	ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 2, ЛР 25, ЛР 26, ЛР 27, ЛР 30, ЛР 31, ЛР 32, ЛР 33, ЛР 4, ЛР 7, ОК 01., ОК 02., ОК 03., ОК 04., ОК 05., ОК 06., ОК 09., ПК 4.1., ПК 4.2., ПК 4.3., ЛР 30, ОК 02., ОК 01., ОК 03., ОК 06., ОК 09., ОК 05., ОК 04., ПК 4.2., ПК 4.3., ПК 4.1., ЛР 2, ЛР 4, ЛР 7, ЛР 15, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 25, ЛР 26, ЛР 27, ЛР 31, ЛР 32, ЛР 33 (ПП.04.02);	Задания к практическим занятиям №1-7 (ПП.04.02);
классификацию целей менеджмента	ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 2, ЛР 25, ЛР 26, ЛР 27, ЛР 30, ЛР 31, ЛР 32, ЛР 33, ЛР 4, ЛР 7, ОК 01., ОК 02., ОК 03., ОК 04., ОК 05., ОК 06., ОК 09., ПК 4.1., ПК 4.2., ПК 4.3., ЛР 30, ОК 02., ОК 01., ОК 03., ОК 06., ОК 09., ОК 05., ОК 04., ПК 4.2., ПК 4.3., ПК 4.1., ЛР 2, ЛР 4, ЛР 7, ЛР 15, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 25, ЛР 26, ЛР 27, ЛР 31, ЛР 32, ЛР 33 (ПП.04.02);	Задания к практическим занятиям №11-15 (ПП.04.02);
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., ПК4.3., ОК 04., ОК 01., ОК 03, ПК 4.1., ОК 09., ОК 05, ОК 06, ПК 4.2., лр 13, лр 17, лр 22, лр 18, ОК 02., ПК4.3. (МДК.04.01);	Вопросы на зачет №2 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 продемонстрировать 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 01., ОК 02., ОК 05., ПК 4.3., ОК 03., ПК 4.1., ОК 06., лр 13, лр 18, лр 22, лр 17, ОК 09., ОК 04., ПК 4.2. (МДК.04.02);	Вопросы на экзамен №1-50 (МДК.04.02);
подготовки документации для регистрации авторских прав	ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 2, ЛР 25, ЛР 26, ЛР 27, ЛР 30, ЛР 31, ЛР 32, ЛР 33, ЛР 4, ЛР 7, ОК 01., ОК 02., ОК 03., ОК 04., ОК 05., ОК 06., ОК 09., ПК 4.1., ПК 4.2., ПК 4.3., ЛР 30, ОК 02., ОК 01., ОК 03., ОК 06., ОК 09., ОК 05., ОК 04., ПК 4.2., ПК 4.3., ПК 4.1., ЛР 2, ЛР 4, ЛР 7, ЛР 15, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 25, ЛР 26, ЛР 27, ЛР 31, ЛР 32, ЛР 33 (ПП.04.02); ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 2, ЛР 25, ЛР 26, ЛР 27, ЛР 30, ЛР 31, ЛР 32, ЛР 33, ЛР 4, ЛР 7, 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 05., ОК 03., ОК 06., ОК 04., ОК 02., ОК 01., ПК 4.2., ПК 4.3., ПК 4.1., ЛР 2, ЛР 4, ЛР 7, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 25, ЛР 26, ЛР 27, ЛР 30, ЛР 31, ЛР 32, ЛР 33 (УП.04.01);	Задания к практическим занятиям №11-17 (ПП.04.02); Задания к практическим занятиям №16-20 (УП.04.01);

Результаты обучения	Коды компетенций	Фонды оценочных средств
планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта	ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 2, ЛР 25, ЛР 26, ЛР 27, ЛР 30, ЛР 31, ЛР 32, ЛР 33, ЛР 4, ЛР 7, ОК 01., ОК 02., ОК 03., ОК 04., ОК 05., ОК 06., ОК 09., ПК 4.1., ПК 4.2., ПК 4.3., ЛР 30, ОК 02., ОК 01., ОК 03., ОК 06., ОК 09., ОК 05., ОК 04., ПК 4.2., ПК 4.3., ПК 4.1., ЛР 2, ЛР 4, ЛР 7, ЛР 15, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 25, ЛР 26, ЛР 27, ЛР 31, ЛР 32, ЛР 33 (ПП.04.02); ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 2, ЛР 25, ЛР 26, ЛР 27, ЛР 30, ЛР 31, ЛР 32, ЛР 33, ЛР 4, ЛР 7, 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 05., ОК 03., ОК 06., ОК 04., ОК 02., ОК 01., ПК 4.2., ПК 4.3., ПК 4.1., ЛР 2, ЛР 4, ЛР 7, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 25, ЛР 26, ЛР 27, ЛР 30, ЛР 31, ЛР 32, ЛР 33 (УП.04.01);	Задания к практическим занятиям №1-5 (ПП.04.02); Задания к практическим занятиям №1-5 (УП.04.01);
контролирования соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя	ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 2, ЛР 25, ЛР 26, ЛР 27, ЛР 30, ЛР 31, ЛР 32, ЛР 33, ЛР 4, ЛР 7, ОК 01., ОК 02., ОК 03., ОК 04., ОК 05., ОК 06., ОК 09., ПК 4.1., ПК 4.2., ПК 4.3., ЛР 30, ОК 02., ОК 01., ОК 03., ОК 06., ОК 09., ОК 05., ОК 04., ПК 4.2., ПК 4.3., ПК 4.1., ЛР 2, ЛР 4, ЛР 7, ЛР 15, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 25, ЛР 26, ЛР 27, ЛР 31, ЛР 32, ЛР 33 (ПП.04.02); ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 2, ЛР 25, ЛР 26, ЛР 27, ЛР 30, ЛР 31, ЛР 32, ЛР 33, ЛР 4, ЛР 7, 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 05., ОК 03., ОК 06., ОК 04., ОК 02., ОК 01., ПК 4.2., ПК 4.3., ПК 4.1., ЛР 2, ЛР 4, ЛР 7, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 25, ЛР 26, ЛР 27, ЛР 30, ЛР 31, ЛР 32, ЛР 33 (УП.04.01);	Задания к практическим занятиям №6-10 (ПП.04.02); Задания к практическим занятиям №6-10 (УП.04.01);
взаимодействия с субъектами рекламной деятельности	ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 2, ЛР 25, ЛР 26, ЛР 27, ЛР 30, ЛР 31, ЛР 32, ЛР 33, ЛР 4, ЛР 7, ОК 01., ОК 02., ОК 03., ОК 04., ОК 05., ОК 06., ОК 09., ПК 4.1., ПК 4.2., ПК 4.3., ЛР 30, ОК 02., ОК 01., ОК 03., ОК 06., ОК 09., ОК 05., ОК 04., ПК 4.2., ПК 4.3., ПК 4.1., ЛР 2, ЛР 4, ЛР 7, ЛР 15, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 25, ЛР 26, ЛР 27, ЛР 31, ЛР 32, ЛР 33 (ПП.04.02); ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 2, ЛР 25, ЛР 26, ЛР 27, ЛР 30, ЛР 31, ЛР 32, ЛР 33, ЛР 4, ЛР 7, 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 05., ОК 03., ОК 06., ОК 04., ОК 02., ОК 01., ПК 4.2., ПК 4.3., ПК 4.1., ЛР 2, ЛР 4, ЛР 7, ЛР 13, ЛР 14, ЛР 15, ЛР 25, ЛР 26, ЛР 27, ЛР 30, ЛР 31, ЛР 32, ЛР 33 (УП.04.01);	Задания к практическим занятиям №21-25 (ПП.04.02); Задания к практическим занятиям №11-15 (УП.04.01);