

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

Заочная форма обучения

Программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования (далее – СПО) 42.02.01 Реклама и примерной программы профессионального модуля

Составители:

Скокова О.В., преподаватель СПб ГБПОУ «Петровский колледж»

Пермякова Е.Н., преподаватель СПб ГБПОУ «Петровский колледж»

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	7
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	17

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

Программа профессионального модуля является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности 42.02.01 Реклама.

Рабочая программа профессионального модуля может быть использована в дополнительном профессиональном образовании – в программах повышения квалификации работников на базе основного общего образования.

Опыт работы не требуется.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом деятельности: создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений, и творческих материалов на основных рекламных носителях и соответствующих ему общие и профессиональные компетенции, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
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
ПК 4.3.	Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет
ПК 4.4	<i>Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы¹</i>
ПК 4.5	<i>Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии</i>
ПК 4.6	<i>Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.</i>
ПК 4.7	<i>Осуществлять фотосъёмку для производства рекламного продукта</i>
ПК 4.8	<i>Осуществлять видеосъёмку для производства рекламного продукта</i>
ПК 4.9	<i>Использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео-, анимации</i>
ОК 01.	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
ОК 02.	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.
ОК 03.	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях

¹ ПК 4.4 - ПК 4.9 введены в образовательную программу с целью расширения ВД 4

ОК 04.	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде
ОК 05.	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста
ОК 07.	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях
ОК 09.	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках

С целью овладения видом деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения профессионального модуля должен иметь умения и знания:

Результаты (освоенные ПК и ОК)	Код и наименование практического опыта	Код и наименование умений	Код и наименование знаний
ПК.4.1. ОК 01- ОК 05 ОК 07, ОК 09	ПО 4.1.1. подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом Уникального Торгового Предложения; ПО 4.1.2 поиска и подбора оригинального нейма и слогана.	У 4.1.1 использовать поисковые системы интернета использовать технологии поисково-контекстной рекламы и их системы размещения; У 4.1.2 определять эффективные УТП (уникальные торговые предложения) и офферы; У 4.1.3 доводить информацию заказчика до ЦА; У 4.1.4 использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество.	З 4.1.1 видов и инструментов маркетинговых коммуникаций; З 4.1.2 отраслевой терминологии; З 4.1.3 требований к визуальным и текстовым материалам в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; З 4.1.4 технологии воздействия на аудиторию при с применением визуальных и текстовых материалов в социальные сети и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам.
ПК.4.2. ОК 01- ОК 05 ОК 07, ОК 09	ПО 4.2.1 определения оригинальной идеи для рекламной кампании; ПО 4.2.2. подбора и использования визуальных идей фотоизображений, ПО 4.2.3 рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом инсайта для РК.	У 4.2.1 использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; У 4.2.2 проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность.	З 4.2.1 отраслевой терминологии; З 4.2.2. алгоритма учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании
ПК.4.3. ОК 01- ОК 05 ОК 07, ОК 09	ПО 4.3.1 оформления текстовых и графических документов; ПО 4.3.2 оформления рекламных носителей, в том числе текстовых и графических; ПО 4.3.3 создания визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов	У 4.3.1 использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете; У 4.3.2 создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий; У 4.3.3 конвертировать файлы в нужные форматы;	З 4.3.1 программного обеспечения, необходимого для макетирования рекламных носителей; З 4.3.2 возможностей интернет-ресурсов для макетирования рекламных носителей; З 4.3.3 видов сайтов, их возможностей и варианты применения;

	<p>объекта рекламирования с учетом, поставленных задач в области рекламы.</p>	<p>У 4.3.4 использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат; У 4.3.5 размещать рекламные материалы в социальных медиа; У 4.3.6 подбирать визуальные и текстовые материалы в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для интернет-продвижения; У 4.3.7 представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов; У 4.3.8 обеспечивать качественное функционирование сайта; У 4.3.9 писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов; У 4.3.10 создавать графические материалы рекламного характера; У 4.3.11 находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА; У 4.3.12 разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации, представляя их в виде мудборда или референсов; У 4.3.13 составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа; У 4.3.14 создавать оригинальные, современные по стилю сайты;</p>	<p>З 4.3.4 требований к качественному функционированию сайтов; З 4.3.5 программного обеспечения, необходимого для макетирования рекламных носителей; З 4.3.6 технических средств создания визуального контента; З 4.3.7 возможности и ресурсы для макетирования рекламных носителей; З 4.3.8 видов и инструментов маркетинговых коммуникаций; З 4.3.9 структуру брифа и требования к нему; З 4.3.10 алгоритма учета пожеланий заказчика при разработке фирменного дизайна и элементов фирменного стиля; З 4.3.11 алгоритма учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей; З 4.3.12 требований к электронной презентации для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; З 4.3.13 технологий воздействия на аудиторию при проведении презентаций и защит проектов</p>
--	---	--	--

		<p>разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику;</p> <p>У 4.3.15 использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов;</p> <p>У 4.3.16 повышать информационную наглядность сайтов;</p> <p>создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях.</p>	
<p>ПК.4.4. ОК 01- ОК 05 ОК 07, ОК 09</p>	<p>ПО 4.4.1 выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств, и материалов при исполнении рекламного продукта</p>	<p>У 4.4.1 разрабатывать макеты рекламных носителей с использованием инструмента, оборудования, основных изобразительных средств и материалов</p>	<p>З 4.4.1 технологии разработки макетов рекламных носителей с использованием инструмента, оборудования, основных изобразительных средств и материалов</p>
<p>ПК 4.5 ОК 01- ОК 05 ОК 07, ОК 09</p>	<p>ПО 4.5.1 построения модели (макета, сценария) объекта с учётом выбранной технологии</p>	<p>У 4.5.1 разрабатывать сценарии для съёмок и монтажа рекламы;</p>	<p>З 4.5.1 техники, технологий и технических средств фотосъёмки в рекламе;</p> <p>З 4.5.2 техники, технологий и технических средств видеосъёмки в рекламе;</p> <p>З 4.5.3 техники и программных средств для создания печатного рекламного продукта;</p> <p>З 4.5.4 технических и программных средств для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации;</p> <p>З 4.5.5 технологии создания Интернет-рекламы;</p> <p>З 4.5.6.аппаратного и программного обеспечения</p>

ПК 4.6 ОК 01- ОК 05 ОК 07, ОК 09	ПО 4.6.1 подготовки к производству рекламного продукта ПО 4.6.2 исполнения оригиналов или отдельные элементов проекта в материале	У 4.6.1 выбирать материалы с учетом их формообразующих свойств; У 4.6.2 выполнять эталонные образцы рекламного продукта или его отдельных элементов в макете, материале;	З 4.6.1 технологические, эксплуатационные и гигиенические требования, предъявляемые к материалам
ПК 4.7 ОК 01- ОК 05 ОК 07, ОК 09	ПО 4.7.1 осуществления фотосъемки для производства рекламного продукта	У 4.7.1 осуществлять фотосъемку для производства рекламного продукта;	З 4.5.1 техники, технологий и технических средств фотосъемки в рекламе З 4.5.3 техники и программных средств для создания печатного рекламного продукта; З 4.5.5 технологии создания Интернет-рекламы; З 4.5.6. аппаратного и программного обеспечения
ПК 4.8 ОК 01- ОК 05 ОК 07, ОК 09	ПО 4.8.1 осуществления видеосъемки для производства рекламного продукта	У 4.8.1 осуществлять видеосъемку для производства рекламного продукта;	З 4.5.2 техники, технологий и технических средств видеосъемки в рекламе
ПК 4.9 ОК 01- ОК 05 ОК 07, ОК 09	ПО 4.9.1 использования профессиональных пакетов программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео-, анимации	У 4.9.1 использовать компьютерные технологии при создании печатного рекламного продукта	З 4.5.4 технических и программных средств для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации
	ПО 4.9.2 выполнения настройки технических параметров печати (публикации) оригинал-макета рекламного продукта.	У 4.9.2 выбирать и применять настройки технических параметров печати или публикации	З 4.5.3 техники и программных средств для создания печатного рекламного продукта; З 4.5.4 технических и программных средств для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации; З 4.5.6. аппаратного и программного обеспечения

			3 4.9.1 технологии настройки оригинал-макетов рекламного продукта к печати или публикации
--	--	--	---

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

Коды профессиональных компетенций	Наименования общепрофессиональной дисциплины	объем ОП	в т. ч. вариативных часов	Объем времени, отведенный на освоение дисциплины				
				Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа	
				Всего, часов	в т.ч. лекционных занятий	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	Всего	в т.ч., курсовая работа (проект), часов
1	2		4	5	6	7	8	9
ПК.4.1, ПК.4.2, ПК 4.4, ПК 4.5, ПК 4.6 ОК 01-ОК 05, ОК 07, ОК 09	МДК 04.01 Разработка творческих рекламных решений	90	--	46	16	20	208	10
ПК 4.3 ОК 01-ОК 05, ОК 07, ОК 09	МДК 04.02 Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки	176		36	16	20	216	
ПК 4.7, ПК 4.8, ПК 4.9	Учебная практика УП.04.01	72						
ПК 4.1-ПК 4.9	Производственная практика 04.01	144						
	Промежуточная аттестация	18						
	Всего:	728	240	82	32	40	424	

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений, и творческих материалов на основных рекламных носителях

Наименование МДК, разделов и тем	Содержание учебного материала	Лабораторные, практические и контрольные работы, самостоятельная работа обучающихся	Обязательная учебная нагрузка (час)			Умения, знания		Информационно-техническое обеспечение		Формы и виды контроля
			Теоретические	Лабораторно-практические	Самостоятельная работа	У	З	Информационные источники	Средства обучения	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
МДК.04.01 Разработка творческих рекламных решений			16	20	208					
Раздел 1. Система корпоративной идентичности в рекламной деятельности			4	4	40					
Тема 1.1. Система корпоративной идентичности, ее основные функции и элементы	1. Понятие системы корпоративной идентичности, фирменного стиля, бренд айдентики. Бренд-айдентика и корпоративная айдентика. Брендбук, гайдлайн, логобук. 2. Основные функции системы корпоративной идентичности. Влияние системы корпоративной идентичности на эффективность рекламной коммуникации. 3. Основные элементы системы корпоративной идентичности. Методика	ПР 1.О. Разработка шрифтового логотипа и графического фирменного знака ПР 2.О. Формирование системы корпоративной идентичности ПР 3.О. Разработка комплекса носителей корпоративного стиля	4	4	40	У 4.1.1- У 4.1.4	З 4.1.1- З 4.1.4	1.2, 2.1, 2.2	4.1.1.1, 4.1.1.2	Проверка выполнения практических работ ПР 1.О.- 3.О

	разработки шрифтового логотипа. Виды визуальных знаков. Методика разработки графического знака. 4. Причины и способы изменения корпоративной айдентики. Редизайн, рестайлинг, ребрендинг. 5. Носители корпоративной идентичности: деловая документация, корпоративная одежда и транспорт, сувенирная продукция.									
Раздел 2. Рекламное проектирование			8	14	160					
Тема 2.1. Рекламное проектирование	1. Проведение ситуационного анализа и формирование ключевых рекламных решений. Понятие инсайта и key visual. 2. Рекламный текст и копирайтинг. Прием литературного тропа в создании креативной рекламы. Виды тропов. 3. Работа с заказчиком. Заполнение и утверждение брифа. Бриф, дебриф, креативный бриф. 4. Проведение ситуационного анализа и формирование ключевых рекламных решений. Понятие инсайта и key visual.	ПР 4.О. Проведение анализа, формирование ключевого рекламного решения. ПР 5.О. Создание инсайта, разработка рекламного текста ПР 6.О. Создание ключевого визуального образа (Key visual). Разработка комплекса рекламной продукции для продвижения нового товара на рынок	2	6	40	У 4.1.1- У 4.1.4, У 4.2.1- У 4.2.2 У 4.3.1- У 4.3.16	3 4.1.1- 3 4.1.4, 3 4.2.1-3 4.2.2, 3 4.3.1-3 4.3.13	1.2, 2.1, 2.2	4.1.1.1, 4.1.1.2	Проверка выполнения практических работ ПР 4.О.- 6.О

Тема 2.2. Проектирование печатной рекламы	1. Проектирование печатной рекламы. Виды печатной рекламы. Технологии печатной рекламы. 2. Проектирование BTL-рекламы. Виды POSM. 3. Виды рекламы для сопровождения экспозиционной деятельности	ПР 7.О. Разработка комплекса POSM	2	4	40	У 4.1.1-У 4.1.4, У 4.2.1-У 4.2.2 У 4.3.1-У 4.3.16	З 4.1.1-3 4.1.4, 3 4.2.1-3 4.2.2, 3 4.3.1-3 4.3.13	1.2, 2.1, 2.2	4.1.1.1, 4.1.1.2	Проверка выполнения практической работы ПР.7.О
Тема 2.3. Проектирование рекламы в онлайн среде	1. Основные виды рекламных носителей в онлайн-среде. Типы и структура сайтов. 2. Контекстная и таргетированная реклама. Виды интернет-баннеров.	ПР 8.О. Разработка комплекса рекламной продукции для продвижения в онлайн среде	4	4	40	У 4.1.1-У 4.1.4, У 4.2.1-У 4.2.2 У 4.3.1-У 4.3.16	З 4.1.1-3 4.1.4, 3 4.2.1-3 4.2.2, 3 4.3.1-3 4.3.13	1.2, 2.1, 2.2	4.1.1.1, 4.1.1.2	Проверка выполнения практической работы ПР.8.О
Раздел 3. Проектирование рекламного комплекса			4	2	48					
Тема 3.1. Проектирование наружной рекламы	Виды наружной рекламы, конструктивные особенности, технологии создания.	ПР 9.О. Разработка комплекса и серии креативной наружной рекламы	4	2	48	У 4.4.1, У 4.5.1, У 4.6.1-У 4.6.2	З 4.4.1 3 4.5.1-3 4.5.5, 3 4.6.1	1.2, 2.1, 2.2	4.1.1.1, 4.1.1.2	Проверка выполнения практической работы ПР.9.О
МДК.04.02 Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки			16	20	216					
Раздел 1 Выполнение рекламных проектов в материале										
Тема 1.2 Структура и параметры печатных изданий.	Виды печатных изданий. Понятие текстовой информации, текстового документа и обработки текстовой информации. Структура полосы издания. Информационная структура	ПР 1.О Создание разворота со статей с соблюдением технических правил набора и вёрстки.	2	2	10	У 4.4.1, У 4.5.1, У 4.6.1-У 4.6.2	З 4.4.1 3 4.5.1-3 4.5.5, 3 4.6.1	1.1, 1.3	4.1.1.1, 4.1.1.2, 4.1.1.6	Проверка выполнения практической работы ПР.1.О, ПР 2.О.

	документа. Композиционная структура документа. Основные параметры издания. Основные технические правила набора и верстки. Верстка.	ПР 2.О Подготовка макета к печати.								
Тема 1.3 Шрифтовое оформление полосы.	Шрифты и их параметры. Компьютерные шрифтовые технологии.	ПР 3.О Шрифтовой плакат Работа 2.О Подготовка макета к печати.	2	2	10	У 4.4.1, У 4.5.1, У 4.6.1- У 4.6.2	3 4.4.1 3 4.5.1-3 4.5.5, 3 4.6.1	1.1, 1.3	4.1.1.1, 4.1.1.2, 4.1.1.6	Проверка выполнения практической работы ПР.3.О
Тема 1.4 Подготовка издания к печати	Планирование издания; работа с текстами и графикой; работа со стилями оформления; верстка издания; правка и распечатка оригинал-макета	ПР 4.О Бланки планирования издания	2	2	10	У 4.4.1, У 4.5.1, У 4.6.1- У 4.6.2	3 4.4.1 3 4.5.1-3 4.5.5, 3 4.6.1	1.1, 1.3	4.1.1.1, 4.1.1.2, 4.1.1.6	Проверка выполнения практической работы ПР.4.О
Раздел 2. Подготовка макета рекламы к печати (публикации)										
Тема 2.1 Средства полиграфии в рекламе										
2.1.1 Типы печатных технологий.	Высокая печать. Плоская печать. Глубокая печать. Цифровая печать. Другие типы печатных технологий.	ПР 1.О Подготовка к печати оригинал-макета для тиснения	2		10	У 4.4.1, У 4.5.1, У 4.6.1- У 4.6.2 У 4.9.1 У 4.9.2	3 4.4.1 3 4.5.1-3 4.5.5, 3 4.6.1 3 4.9.1	1.1, 1.3	4.1.1.1, 4.1.1.2, 4.1.1.6	Проверка выполнения практической работы ПР 1.О
		ПР 2.О Подготовка к печати для глубокой печати на хлопке				2	10			У 4.4.1, У 4.5.1, У 4.6.1- У 4.6.2 У 4.9.1 У 4.9.2

		<p>ПР 3.О Подготовка к печати оригинал-макета для флексографской печати</p> <p>ПР 4.О Подготовка к печати оригинал-макета для тампопечати</p> <p>ПР 5.О Подготовка к печати оригинал-макета с вырубными элементами для цифровой печати</p> <p>ПР 6.О Подготовка к печати оригинал-макета для лазерной резки или гравировки</p>				<p>У 4.4.1, У 4.5.1, У 4.6.1- У 4.6.2 У 4.9.1 У 4.9.2</p>	<p>3 4.4.1 3 4.5.1-3 4.5.5, 3 4.6.1 3 4.9.1</p>	<p>1.1, 1.3</p> <p>1.1, 1.3</p> <p>1.1, 1.3</p> <p>1.1, 1.3</p>	<p>4.1.1.1, 4.1.1.2, 4.1.1.6</p> <p>4.1.1.1, 4.1.1.2, 4.1.1.6</p> <p>4.1.1.1, 4.1.1.2, 4.1.1.6</p> <p>4.1.1.1, 4.1.1.2, 4.1.1.6</p>	<p>Проверка выполнения практической работы ПР 3.О</p> <p>Проверка выполнения практической работы ПР 4.О</p> <p>Проверка выполнения практической работы ПР 5.О</p> <p>Проверка выполнения практической работы ПР 6.О</p>
2.1.2 Правила подготовки макетов с использованием лака и пантонных цветов	<p>Понятие лак в печати и форматы файлов с его применением. Применение пантонных цветов в макетах. Оверпринт. Цветоделение при подготовке файла к печати</p>	<p>ПР 7.О Разработка рекламной открытки с использованием пантонных цветов и лака к печати для офсетной печати.</p>	2	2	14	<p>У 4.4.1, У 4.5.1, У 4.6.1- У 4.6.2</p>	<p>3 4.4.1 3 4.5.1-3 4.5.5, 3 4.6.1</p>	<p>1.1, 1.3</p>	<p>4.1.1.1, 4.1.1.2, 4.1.1.6</p>	<p>Проверка выполнения практической работы ПР 7.О</p>
2.1.3 Цветовые профили документа	<p>Способы использования цветowych профилей. Профиль вводного</p>	<p>ПР 8.О Настройка цветового профиля документа</p>	2	2	12	<p>У 4.4.1, У 4.5.1, У 4.6.1- У 4.6.2</p>	<p>3 4.4.1 3 4.5.1-3 4.5.5, 3 4.6.1</p>	<p>1.1, 1.3</p>	<p>4.1.1.1, 4.1.1.2, 4.1.1.6</p>	<p>Проверка выполнения</p>

	устройства. Профиль выводного устройства. Цветовой профиль (профиль печати)									практической работы ПР 8.О
Тема 2.1.4 Разрешение устройств и разрешение изображений.	Разрешение устройства. Разрешение изображения. Размеры изображения и плотность пикселей. Масштабирование и пересчёт разрешения.	Работа 9.О Настройка отсканированных растровых изображений с различным разрешением.	2	2	12	У 4.4.1, У 4.5.1, У 4.6.1- У 4.6.2	3 4.4.1 3 4.5.1-3 4.5.5, 3 4.6.1	1.1, 1.3	4.1.1.1, 4.1.1.2, 4.1.1.6	Проверка выполнения практической работы ПР 9.О
Тема 2.1.5 Бумага и другие материалы для печати.	Виды бумаги. Основные характеристики и свойства бумаги. Основные форматы. Расчет расхода бумаги на тираж.	Работа 10.О Составление технического задания для типографии	2	2	12	У 4.4.1, У 4.5.1, У 4.6.1- У 4.6.2	3 4.4.1 3 4.5.1-3 4.5.5, 3 4.6.1	1.1, 1.3	4.1.1.1, 4.1.1.2, 4.1.1.6	Проверка выполнения практической работы ПР 9.О
Тема 2.1.6 Печатное и послепечатное оборудование.	Дубликаторы. Листоподборщики. Фальцовщики. Сталкиватели бумаги. Брошюровочная техника. Фальцевально-скрепкошвейные автоматы. Степлеры. Термопереплетные машины. Автоматы для переплёта термокорешками. Термоброшюровочные машинки. Брошюровщики для переплёта пластиковыми пружинами. Бумагорезательное оборудование. Ламинаторы. Термографы.	Работа 11.О Подготовка к цифровой печати брошюры и ее постпечатная обработка.	2	2	12	У 4.4.1, У 4.5.1, У 4.6.1- У 4.6.2	3 4.4.1 3 4.5.1-3 4.5.5, 3 4.6.1	1.1, 1.3	4.1.1.1, 4.1.1.2, 4.1.1.6	Проверка выполнения практической работы ПР 12. О

	Лакирование. Тиснение фольгой. Высекание. Термография.									
Тема 2.2 Наружная реклама.										
Тема 2.2.1 Виды и особенности наружной рекламы.	Особенности восприятия наружной рекламы. Организация наружной рекламы. Составление адресной программы и планирование наружной рекламы. Реклама на транспорте.	ПР 12.О Создание оригинал-макета рекламного продукта на транспорте.			12	У 4.4.1, У 4.5.1, У 4.6.1- У 4.6.2	3 4.4.1 3 4.5.1-3 4.5.5, 3 4.6.1	1.1, 1.3, 2.4	4.1.1.1, 4.1.1.2, 4.1.1.6	Проверка выполнения практической работы ПР 12.О
Тема 2.3. Подготовка рекламной продукции к публикации в сети интернет и на различных устройствах.										
Тема 2.3.1 Требования к публикации рекламных продуктов к публикации в сети интернет и на различных устройствах.	Требования к публикации рекламных интерактивных изданий, рекламных электронных изданий. Форматы публикаций.	ПР 13.О Создание оригинал-макета для сайта или электронного приложения.			12	У 4.4.1, У 4.5.1, У 4.6.1- У 4.6.2	3 4.4.1 3 4.5.1-3 4.5.5, 3 4.6.1	1.1, 1.3, 2.4	4.1.1.1, 4.1.1.2, 4.1.1.6	Проверка выполнения практической работы ПР 13.О
Раздел 3. Оборудование издательских комплексов										
Тема 3.1 Структура издательских комплексов	Устройства ввода изображения. Системы обработки изображений и ретуши. Системы вёрстки. Системы вывода.	ПР 1.О Подготовка к печати одностороннего векторного макета			12	У 4.4.1, У 4.5.1, У 4.6.1- У 4.6.2	3 4.4.1 3 4.5.1-3 4.5.5, 3 4.6.1	1.1, 1.3, 2.4	4.1.1.1, 4.1.1.2, 4.1.1.6	Проверка выполнения практической работы ПР 1.О
Тема 3.2 Системы ввода графической информации.	Сканеры. Основные типы сканеров. Характеристики сканеров. Дигитайзеры. Цифровые камеры. Библиотеки образов (клипарты). Системы оцифровки изображений.	ПР 2.О Разработка брошюры на тему «Системы ввода графической информации». Подготовка макета к печати			12	У 4.4.1, У 4.5.1, У 4.6.1- У 4.6.2	3 4.4.1 3 4.5.1-3 4.5.5, 3 4.6.1	1.1, 1.3, 2.4	4.1.1.1, 4.1.1.2, 4.1.1.6	Проверка выполнения практической работы ПР 2.О

Тема 3.3 Системы вывода	Фотонаборный автомат. Проявочные машины. Принтеры. Основные виды и их характеристики. Системы широкоформатной цифровой печати. Системы цифровой печати.	ПР 3.О Разработка брошюры на тему «Системы вывода». Подготовка макета к печати ПР 4.О Печать оригинал-макета документа на лазерном и струйном принтерах.			10	У 4.4.1, У 4.5.1, У 4.6.1- У 4.6.2	3 4.4.1 3 4.5.1-3 4.5.5, 3 4.6.1	1.1, 1.3, 2.4	4.1.1.1, 4.1.1.2, 4.1.1.6	Проверка выполнения практической работы ПР 3.О, ПР 4.О
<p>Курсовой проект (работа) по МДК 04.01 Тематика курсовых работ:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Совершенствование рекламной коммуникации посредством редизайна сайта и адаптации для мобильных устройств. 2. Совершенствование рекламной коммуникации в соцсетях. 3. Совершенствование рекламной коммуникации посредством проведения мероприятий (Event-мероприятия, btl акции, выставки и т.д.). 4. Совершенствование рекламной коммуникации посредством разработки фирменного стиля. 5. Совершенствование рекламной коммуникации посредством рестайлинга фирменного стиля. 6. Совершенствование рекламной коммуникации посредством разработки сайта. 7. Совершенствование рекламной коммуникации посредством продвижения в онлайн среде. 8. Совершенствование рекламной коммуникации посредством создания контента. 9. Совершенствование рекламной коммуникации посредством разработки рекламной продукции. 10. Совершенствование рекламной коммуникации посредством смм продвижения. 11. Разработка фирменного стиля и формирование имиджа компании. 12. Разработка рекламного комплекса для торговой марки. 13. Разработка рекламного комплекса для предприятия. 14. Разработка рекламного комплекса для увеличения лояльности целевой аудитории. 15. Разработка рекламной кампании в соцсетях для узнаваемости и информирования целевой аудитории для предприятия. 16. Разработка рекламной кампании в онлайн среде. 17. Разработка и создание медиа контента и раздаточных материалов. 18. Разработка материалов для совершенствования рекламной коммуникации. 19. Проведение рестайлинга фирменного стиля и создание печатной продукции. 20. Формирование (если на стартапе) рекламной коммуникации посредством создания фирменного стиля для предприятия. 21. Формирование рекламной коммуникации в онлайн среде. 22. Продвижение посредством таргетированной рекламы. 23. Продвижение посредством контекстной рекламы. 										

	<p>24. Проведение рестайлинга фирменного стиля для повышения узнаваемости имиджа компании.</p> <p>25. Разработка комплекса печатной рекламы для информирования целевой аудитории.</p> <p>26. Креативная концепция для создания рекламной кампании.</p> <p>27. Разработка корпоративного персонажа для использования в рекламной продукции.</p> <p>28. Разработка корпоративного персонажа для повышения узнаваемости.</p> <p>Разработка сценария и раскадровки рекламной медиапродукции.</p>							
	<p>Обязательные аудиторные учебные занятия по курсовому проекту</p> <p>Согласование и утверждение темы курсовой работы. Работа с литературой, составление плана работы.</p> <p>Определение цели и задач курсовой работы, работа над вводной частью.</p> <p>Работа над теоретической частью.</p> <p>Проведение анализа, определение ключевых рекламных решений.</p> <p>Разработка эскизов графической части курсовой работы.</p> <p>Разработка рекламной продукции.</p> <p>Описание практических разработок и проведение предварительной оценки эффективности.</p> <p>Работа над заключительной частью.</p> <p>Подготовка к защите курсовой работы.</p> <p>Защита курсовой работы.</p>	20						
Учебная практика	<p>ВИДЫ РАБОТ:</p> <p><i>-по МДК 04.03 Техника и технология рекламной фотографии</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Съемка в интерьере. 2. Съемка на природе. 3. Съемка городского пейзажа. 4. Репортажная съемка. 5. Постановочная фотография. 6. Съемка фотосессии в фотостудии. 7. Съемка фотосессии на пленере. 8. Съемка фото на документы. 9. Предметная съемка. 10. Съемка для рекламной продукции. <p><i>-по МДК 04.04 Техника и технология видео</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Видеосессии на пленере .(Съемка и монтаж) 2. Съемка репортажа (Съемка и монтаж) 3. Съемка постановочного видео (Написание сценария, раскадровки, съемка и монтаж) 	72						
		72						Защита отчета по практике

	4. Съемка рекламы. (Написание сценария, раскадровки, съемка и монтаж) 5. Съемка музыкального клипа. (Написание сценария, раскадровки, съемка и монтаж)							
Производственная практика	Виды работ по МДК 04.01 и МДК 04.02 Подготовка к производству рекламного продукта Разработка рекламной продукции при помощи различных компьютерных технологий.							Защита отчета по практике
	Промежуточная аттестация						Экзамен по модулю	

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ 01 ПРОВЕДЕНИЕ ИССЛЕДОВАНИЙ ДЛЯ СОЗДАНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

1. Кабинет проектирования рекламного продукта;
2. Лаборатория компьютерной графики, видеомонтажа и компьютерного дизайна;
3. Фотостудия
4. Видеостудия

Мастерских:

1. Фотолаборатория.
2. Полигон "Мини-типография"

4.1.1 Оборудование учебных кабинетов (лаборатории, мастерской, полигон) и рабочих мест кабинета (лаборатории, мастерской, полигона)

Оборудование учебных кабинетов и рабочих мест:

4.1.1.1. «Кабинет проектирования рекламного продукта»

- 1.1 Компьютеры,
- 1.2 Мультимедийный проектор,
- 1.3 Зеленая доска

4.1.1.2. Лаборатория компьютерной графики, видеомонтажа и компьютерного дизайна

- 1.1 Компьютеры,
- 1.2 Мультимедийный проектор,
- 1.3 Зеленая доска

4.1.1.3 Фотостудия

- 1.1 Потолочная система,
- 1.2 Студийный свет,
- 1.3 Стойки для фона,
- 1.4 Фотофоны
- 1.5 Комплект импульсного света;
- 1.6 Комплект постоянного света;
- 1.7 Софтбоксы;
- 1.8 Зонты;
- 1.9 Держатели для фона;
- 1.10 Отражатели;
- 1.11 Стойки;
- 1.12 Штатив;
- 1.13 Фотоаппарат;

4.1.1.4 Видеостудия

- 1.1 Потолочная система,
- 1.2 Студийный свет,
- 1.3 Стойки для фона,
- 1.4 Фоны
- 1.5 Видеокамера
- 1.6 Комплект импульсного света;
- 1.7 Комплект постоянного света;
- 1.8 Софтбоксы;
- 1.9 Зонты;
- 1.10 Держатели для фона;
- 1.11 Отражатели;
- 1.12 Стойки;

- 1.13 Штатив;
- 4.1.1.5 Фотолаборатория.
 - 1.1 Потолочная система,
 - 1.2 Студийный свет,
 - 1.3 Стойки для фона,
 - 1.4 Фотофоны
 - 1.5 Комплект импульсного света;
 - 1.6 Комплект постоянного света;
 - 1.7 Софтбоксы;
 - 1.8 Зонты;
 - 1.9 Держатели для фона;
 - 1.10 Отражатели;
 - 1.11 Стойки;
 - 1.12 Штатив;
- 4.1.1.6 Полигон "Мини-типография"
 - 1.1 Принтер HP Color LaserJet CM6040,
 - 1.2 Степлер ножной 2шт,
 - 1.3 Степлер электрический 2 шт,
 - 1.4 Брошюровщик 2шт,
 - 1.5 Ламинатор,
 - 1.6 Растряскиватель бумаги,
 - 1.7 Система термопереплета 2шт,
 - 1.8 Фальцовщик,
 - 1.9 Ризограф

4.2. Информационное обеспечение обучения

4.2.1. Основные источники:

- 1.1 Поляков В. А. Реклама: разработка и технологии производства : учебник и практикум для СПО / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 514 с.
- 1.2 Журов Г. И. Основы современной цифровой фотографии : учебное пособие для СПО / Г. И. Журов, В. И. Сединин, Е. М. Погребняк. — Саратов : Профобразование, 2021. — 219 с.
- 1.3 Поляков В. А. Реклама: разработка и технологии производства : учебник и практикум для СПО / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 514 с.
- 1.4 Пименов В. И. Видеомонтаж. Практикум : учебное пособие для СПО / В. И. Пименов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 159 с.

4.1.2 Дополнительные источники:

- 2.1 Левкина А. В. Техника и искусство фотографии : учебное пособие / А.В. Левкина. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 295 с.
- 2.2 Надеждин Н. Я. Введение в цифровую фотографию : учебное пособие для СПО / Н. Я. Надеждин. — Саратов : Профобразование, 2021. — 281 с.
- 2.3 Трищенко, Д. А. Техника и технологии рекламного видео : учебник и практикум для СПО / Д. А. Трищенко. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 177 с.
- 2.4 Д.А. Хворостов. 3D Studio Max + VRay. Проектирование дизайна среды: учеб. пособие/— М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2018. — 270 с

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Перед изучением профессионального модуля обучающиеся изучают дисциплины общепрофессионального цикла соответствия с учебным планом.

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Реализация образовательной программы обеспечивается педагогическими работниками колледжа, а также лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на условиях гражданско-правового договора, в том числе из числа руководителей и работников организаций, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности 11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия, и имеющими стаж работы в данной профессиональной области не менее трех лет (для преподавателей, реализующих профессиональных цикл).

Квалификация педагогических работников колледжа отвечает квалификационным требованиям, указанным в квалификационных справочниках и (или) профессиональных стандартах.

Педагогические работники, привлекаемые к реализации образовательной программы, получают дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в организациях, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности 11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия, не реже одного раза в три года с учетом расширения спектра профессиональных компетенций.