

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

Заочная форма обучения

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования (далее – СПО) 42.02.01 Реклама.

## СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	4
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	6
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ .....	15

## 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ 01. РАЗРАБОТКА И СОЗДАНИЕ ДИЗАЙНА РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ

Рабочая программа профессионального модуля – является частью основной профессиональной образовательной программы (далее - ОПОП) в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама (базовой подготовки).

Рабочая программа профессионального модуля может быть использована в дополнительном профессиональном образовании и профессиональной подготовке работников в области рекламы при наличии среднего (полного) общего образования. Опыт работы не требуется.

## 2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

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

ОК 10.	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности
ОК 11.	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными и общими компетенциями, обучающийся в ходе освоения профессионального модуля должен иметь практический опыт, умения и знания

<b>Результаты (освоенные ПК и ОК)</b>	<b>Код и наименование практического опыта</b>	<b>Код и наименование умений</b>	<b>Код и наименование знаний</b>
<b>ПК 1.1.</b> <b>ПК 1.2.</b> <b>ПК 1.3.</b> <b>ПК 1.4.</b> <b>ПК 1.5.</b> <b>ОК 1.</b> <b>ОК 2.</b> <b>ОК 3.</b> <b>ОК 4.</b> <b>ОК 5.</b> <b>ОК 6.</b> <b>ОК 7.</b> <b>ОК 8.</b> <b>ОК 9.</b> <b>ОК 10</b> <b>ОК 11.</b>	<b>ПО 1.</b> Выбора художественной формы реализации рекламной идеи;  <b>ПО 2.</b> Создания визуального образа с рекламными функциями;  <b>ПО 3.</b> Художественного конструирования рекламных продуктов по заданию.	<b>У 1.</b> Осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги;  <b>У 2.</b> Разрабатывать композиционное решение рекламного продукта;  <b>У 3.</b> Использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы;  <b>У 4.</b> Составлять рекламные тексты.	<b>З 1.</b> Выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы;  <b>З 2.</b> Приемы и принципы составления рекламного текста;  <b>З 3.</b> Композицию, шрифтовую и художественную графику в рекламе;  <b>З 4.</b> Методы проектирования рекламного продукта;  <b>З 5.</b> Методы психологического воздействия на потребителя;

### 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

#### 3.1. Структура профессионального модуля «ПМ 01. Разработка и создание дизайна рекламной продукции»

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов	Макс. учебная нагрузка	в т. ч. вариативных часов	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика		
					Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Произв. (по профилю специальности), часов	
					Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
ПК 1.2 ПК 1.4 ПК 1.5	<b>МДК 01.01. Художественное проектирование рекламного продукта.</b>	<b>324</b>	<b>324</b>		<b>30</b>	<b>12</b>	<b>10</b>	<b>294</b>				
ПК 1.1 ПК 1.3	<b>МДК 01.02. Разработка творческой концепции рекламного продукта</b>	<b>324</b>	<b>324</b>		<b>18</b>	<b>10</b>	<b>-</b>	<b>306</b>				
	Учебная практика	<b>108</b>								<b>108</b>		
	Производственная практика, часов	<b>144</b>										<b>144</b>
	Всего:	<b>900</b>	<b>648</b>	<b>215</b>	<b>48</b>	<b>104</b>	<b>10</b>	<b>600</b>	<b>-</b>	<b>108</b>		<b>144</b>

#### 3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю «ПМ 01. Разработка и создание дизайна рекламной продукции»

Наименование МДК, разделов и тем	Содержание учебного материала	Лабораторные, практические и контрольные работы, самостоятельная работа обучающихся	Обязательная учебная нагрузка (час)		Самостоятельная работа	Умения, знания		Информационно-техническое обеспечение		Формы и виды контроля
			Теоретические	Лабораторно-практические		У	З	Информационные источники	Средства обучения	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
<b>МДК 01.01. Художественное проектирование рекламного продукта.</b>			<b>8</b>	<b>12/2</b>	<b>294/8</b>					
<b>Раздел 1. Создание рекламного продукта.</b>			<b>2</b>	<b>12/2</b>	<b>231/8</b>					
<b>Тема 1. Проектирование знака</b>	Стилизация знакомых объектов, распознавание образов. Принципы создания знака, графические и технические приёмы создания. Графические стили и современные тенденции разработки знаков. Ритм и визуальная рифма в знаке. Знак как основа создания логотипа.	Работа 1.О Работа 2.О Работа 3.О Работа 4.О Работа 5.О	1	1	45	У 1 У 3	3 1	1.1.3	2.1. 2.2. 2.3	Проверка выполненных работ 1.О, 2.О, 3.О, 4.О, 5.О
<b>Тема 2. Основы верстки</b>	Типографика, работа с различными начертаниями гарнитуры и видами шрифтов. Создание и проработка текстовых блоков, выравнивание. Работа с форматом, технические отступы. Иерархия рекламной информации, расстановка акцентов.	Работа 6.О Работа 7.О Работа 8.О		1	16	У 2 У 3	3 3	1.1.1 1.1.2 1.1.3	2.1. 2.2. 2.3	Проверка выполненных работы 6.О, 7.О, 8.О
<b>Тема 3. Разработка логотипа и иконок</b>	Разработка логотипа: основные принципы, технологические требования. Краткая история развития логотипов. Виды логотипов, их особенности. Современные тенденции разработки логотипов. Типографика в логотипе. Стилиевое единство элементов в логотипе. Иконки, виды иконок, их применение, стилизация формы.	Работа 9.О Работа 10.О	1	1	40	У 1 У 3	3 4 3 5	1.1.2	2.1. 2.2. 2.3	Проверка выполненных работы 9.О, 10.О

<b>Тема 4. Носители фирменного стиля</b>	Носители фирменного стиля, тенденции и технологические ограничения. Фирменная документация, виды документации, особенности оформления. Фирменный транспорт. Особенности разработки дизайна фирменного транспорта. Интерьер как носитель фирменного стиля, современный подход к оформлению.	Работа 11.О		1	30	У 1 У 2 У 3	3 3 3 4	1.1.2 2.2	2.1. 2.2. 2.3	Проверка выполненных работ 11.О
<b>Тема 5. Вёрстка многополосного издания</b>	Многостраничная печатная реклама. Понятие полоса, разворот. Виды многополосных изданий, особенности вёрстки. Буклет как вид многополосного издания. Конструкция и структура буклета. Распределение информации по полосам. Дизайн брошюры, ее виды, назначение брошюры. Особенности проектирования брошюры. Структура брошюры, ритм полос. Модульная сетка в брошюре.	Работа 12.О Работа 13.О Работа 14.Т		2	44	У 1 У 2 У 3	3 3 3 4	1.1.1 1.1.2 1.1.3	2.1. 2.2. 2.3	Проверка выполненных работ 12.О, 13.О Электронный тест.
<b>Тема 6. Инфографика в рекламе</b>	Определение и виды инфографики. Визуализация информации. Структурирование и подача сообщения посредством инфографики. Использование инфографики в рекламе и графическом дизайне. Единство стиля в инфографике. Стандартные и оригинальные решения.	Работа 15.О Работа 16.О	-	4	36	У 1 У 2 У 3	3 1	1.1.2 1.1.3	2.1. 2.2. 2.3	Проверка выполненных работ 15.О, 16.О
<b>Тема 7. Проектирование интерактивных рекламных носителей</b>	Интерактивные документы в рекламе. Взаимодействие с потребителем. Интерактивные веб-документы и PDF-файлы. Презентации с интерактивными элементами, анкеты и опросники.	Работа 17.О	-	2	20	У 1 У 2 У 3	3 4	1.1.2 1.1.3	2.1. 2.2. 2.3	Проверка выполненных работ 17.О
<b>Курсовое проектирование</b>	Распределение тем курсовых проектов. Поиск литературы и электронных ресурсов. Теоретическая часть курсового проекта. Практическая часть курсового проекта.		-	2	8				2.1. 2.2. 2.3	Защита курсового проекта

	Создание презентации для защиты курсового проекта. Защита курсового проекта.									
<b>МДК 01.01. 02 Художественное проектирование рекламного продукта</b>			<b>6</b>	<b>-</b>	<b>63</b>	<b>У 4</b>	<b>3 2</b>		1.1., 1.2., 1.3.; 1.4., 2.1.; 2.2.; 2.3	
<b>Раздел 2. Разработка рекламного текста.</b>										
<b>Тема 2.1. Введение. Понятие рекламы. История рекламы. Слово в рекламе, его функция.</b>	Понятие рекламы, история рекламы, этапы развития рекламы Особенности рекламы в России		1		1	У 4	3 2		1.1., 1.2., 1.3.; 1.4., 2.1.; 2.2.; 2.3	
<b>Тема 2.2. Целевая аудитория. Стилиевые особенности языка, связанные с аудиторией.</b>	Понятие целевой аудитории. Методика Шеррингтона. Языковые особенности целевой аудитории.	Анализ рекламных сообщений	1		2	У 4	3 2		1.1., 1.2., 1.3.; 1.4., 2.1.; 2.2.; 2.3	
<b>Тема 2.3. Общие правила составления рекламы, анализ рекламных текстов</b>	Правила составления рекламы. Общие принципы.	Подбор рекламных сообщений, их анализ. Анализ рекламы, рекламных текстов.	1		6	У 4	3 2		1.1., 1.2., 1.3.; 1.4., 2.1.; 2.2.; 2.3	Устный опрос с представлением материалов
<b>Тема 2.4. Лексические, пунктуационные, стилистические средства создания рекламного текста.</b>	Фонетические, лексические, грамматические, синтаксические, лексико-семантические особенности и приёмы, используемые в рекламе. Образные средства, используемые в рекламе. Создание рекламного текста:	Анализ возможностей лексико-семантических групп русского языка, подбор рекламных текстов. Анализ возможностей использования образных	2		26	У 4	3 2		1.1., 1.2., 1.3.; 1.4., 2.1.; 2.2.; 2.3	Устный опрос с представлением материалов на занятии. Выполнение тестового

	приёмы, ассоциативные ряды, словачрючки.	средств русского языка, подбор рекламных текстов. Подбор ассоциаций, работа с ассоциативными словарями. Анализ рекламных текстов с точки зрения использования лексики различных групп» задействие функций частей речи Анализ рекламных текстов: образные средства Тестовое задание (теория)								задания в системе проверки знаний на портале колледжа.
<b>Тема 2.5. Брендинг.</b>	Понятие и составляющие брендинга. Бренд и торговая марка. Нейминг, имя продукта. Слоган, правила разработки слогана, виды слоганов.	Выбор собственного продукта; определение целевой аудитории. Проработка возможных наименований собственного продукта. Проработка возможных вариантов для собственного продукта. Разработка имени собственного продукта. Слоган для собственного продукта	1		22	У 4	3 2		1.1., 1.2., 1.3.; 1.4., 2.1.; 2.2.; 2.3	Устный опрос с представлением материалов на занятии
<b>Тема 2.6. Рекламные тексты</b>	Заголовок. Правила составления заголовка. Рекламный текст. Виды рекламных текстов.	Рекламный текст и заголовок. Анализ и обсуждение работ. Оформление работ			6	У 4	3 2		1.1., 1.2., 1.3.; 1.4., 2.1.; 2.2.; 2.3	Устный опрос с представлением материалов на занятии. Письменная работа (оформление и сдача)
<b>МДК 01.02. Разработка творческой концепции рекламного продукта</b>			<b>8</b>	<b>10</b>	<b>306</b>					

<b>Тема 1. Единство формы и содержания</b>	Графический и рекламный дизайн, суть деятельности дизайнера. Единство формы и содержания. Психология восприятия изображения. Основные средства передачи образа. Цвет, форма, фактура, ритм элементов. Понятие «концепт» и «стиль» в дизайне.	Работа 1.О Работа 2.О	1	1	24	У 3	3 1	1.2.3	2.1. 2.2. 2.3	Проверка выполненных работ 1.О, 2.О
<b>Тема 2. Композиция и ритм в графическом дизайне</b>	Ритм, композиция, взаимодействие объектов как средства передачи образа. Сторителлинг и визуальное повествование.	Работа 3.О Работа 4.О		1	24	У 2	3 3	1.2.3 3.1	2.1. 2.2. 2.3	Проверка выполненных работ 3.О, 4.О
<b>Тема 3. Визуальная метафора в графическом дизайне</b>	Литературные тропы в иллюстрации и графическом дизайне. Сравнение, аналогия, аллегория и метафора. Визуальное подобие.	Работа 5.О	1	1	22	У 1	3 4	1.2.3	2.1. 2.2. 2.3	Проверка выполненных работ 5.О
<b>Тема 4. Разработка социальной рекламы</b>	Социальная реклама: функции, задачи, принципы. Классификация социальной рекламы. История социальной рекламы. Современный социальный плакат в России и мире. Психологические аспекты воздействия социальной рекламы. Серийность в рекламе. Современный эффективные социальные рекламные кампании.	Работа 6.О		2	32	У 1 У 2 У 3	3 1 3 5	1.2.2 2.1	2.1. 2.2. 2.3	Проверка выполненных работ 6.О
<b>Тема 5. Презентация рекламного продукта</b>	Основы оформления презентации. Задачи презентации. Структура презентации. Последовательность слайдов. Иерархия информации на слайде. Соотношение текста и иллюстраций в презентации. Дизайн слайдов. Подача материала. Подготовка к выступлению.	Работа 7.О	1	1	32	У 1	3 4	1.2.3 2.2	2.1. 2.2. 2.3	Проверка выполненных работ 7.О
<b>Тема 6. Разработка дизайна упаковки</b>	Фирменная упаковка. Использование элементов фирменного стиля в упаковке. Виды фирменной упаковки. Потребительская упаковка. Классификация. Обязательные элементы упаковки. Восприятие упаковки потребителем. Иерархия	Работа 8.О Работа 9.О	1		34	У 2 У 3	3 1 3 3	1.2.3 3.1	2.1. 2.2. 2.3	Проверка выполненных работ 8.О, 9.О

	информации на упаковке. Основные принципы дизайна упаковки. Современные тенденции в дизайне упаковки. Конструкция полиграфической упаковки. Построение выкройки.									
<b>Тема 7. История графического и рекламного дизайна</b>	Предпосылки возникновения графического дизайна. История развития графического дизайна. Развитие рекламного дизайна на примере крупных компаний. Современные тренды в графическом дизайне.	Работа 10.О Работа 11.О Работа 12.Т	1	1	30	У 3	3 1 3 3	1.2.1 2.3 3.4	2.1. 2.2. 2.3	Проверка выполненных работ 10.О, 11.О Электронный тест
<b>Тема 8. Разработка айдентики</b>	Айдентика, фирменный стиль. Единство стиля в айдентике. Концепция айдентики, бренда, образ компании в сознании потребителя. Психология восприятия элементов айдентики. Современные тенденции в разработке айдентики. Цвет, шрифты, знаки, иллюстрации и паттерны в айдентике. Система оформления коммуникаций. Правила использования айдентики. Гайдбуки.	Работа 13.О Работа 14.О	1	1	30	У 1 У 2 У 3	3 1 3 4 3 5	1.2.3 2.1 2.2 2.4 3.1 3.3	2.1. 2.2. 2.3	Проверка выполненных работ 13.О, 14.О
<b>Тема 9. Нестандартные средства рекламы</b>	Традиционные подходы в проектировании различных рекламных продуктов. Стандарт и усреднение. Творчество в рекламе. Методики генерирования идей. Художественный образ в рекламе. Календарь. Виды календарей. Особенности разработки. Выразительные средства в дизайне брошюры. Работа с цветом, формой и фактурой в дизайне печатной рекламы.	Работа 15.О Работа 16.О	1	1	30	У 1 У 2 У 3	3 3 3 5	1.2.3 3.1 3.2	2.1. 2.2. 2.3	Проверка выполненных работ 15.О, 16.О
<b>Тема 10. Разработка рекламной коммуникации</b>	Визуальные рекламные коммуникации. Задачи рекламного комплекса. Носители как часть	Работа 17.О	1	1	34	У 1 У 2 У 3	3 3 3 4	1.2.3 2.2 3.1	2.1. 2.2. 2.3	Проверка выполненных работ 17.О

<b>графического комплекса</b>	рекламной кампании. Составляющие рекламного комплекса. Продумывание составляющих рекламного комплекса, факторы влияющие на состав комплекса. Полиграфическая продукция и цифровая реклама в составе рекламного комплкса.							3.2		
<b>Тема 11. Разработка портфолио</b>	Портфолио, виды портфолио, его назначение. Подача и визуализация проекта. Подбор работ для портфолио. Описание задачи и концепции.	Работа 18.0			14	У 3	3 4	1.2.3 2.2 3.1 3.2	2.1. 2.2. 2.3	Проверка выполненных работ 18.0
<b>Всего часов</b>			<b>16</b>	<b>22/2</b>	<b>600/8</b>					
<b>Учебная практика</b>	<b>Виды работ</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Разработка элементов фирменного стиля</li> <li>– Создание макетов печатной рекламной продукции</li> <li>– Создание цифровых рекламных продуктов</li> </ul>									Защита отчета по практике
<b>Производственная практика (по профилю специальности)</b>	<b>Виды работ</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Изучить деятельность компании, для которой разрабатывается рекламный продукт</li> <li>– Изучить целевую аудиторию данной компании</li> <li>– Проанализировать аналогичные разработки</li> <li>– Составить психологическое описание бренда</li> <li>– Определить основную идею рекламного продукта</li> <li>– Определить концепцию и визуальный стиль рекламного продукта</li> <li>– Разработать логотип и другие элементы фирменного стиля</li> <li>– Определить, какие носители требуются данной компании, исходя из специфики ее деятельности и существующей рекламе</li> <li>– Разработать макеты фирменной документации</li> <li>– Разработать макеты печатной рекламы</li> <li>– Разработать макеты наружной рекламы</li> <li>– Разработать макеты цифровой рекламы</li> </ul>									Защита отчета по практике
<b>Примерная тематика курсовых работ</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Разработка дизайна рекламного календаря для конкретной компании</li> <li>– Разработка комплекса печатной рекламы для конкретной компании</li> <li>– Разработка рекламной брошюры для конкретной компании</li> <li>– Разработка серии баннеров для конкретной компании</li> <li>– Разработка серии буклетов для конкретной компании</li> <li>– Разработка серии листовок для конкретной компании</li> <li>– Разработка серии плакатов для конкретной компании</li> <li>– Разработка серии социальных буклетов на конкретную тему</li> </ul>										

- Разработка серии социальных плакатов на конкретную тему
- Разработка фирменной документации для конкретной компании
- Разработка фирменной упаковки для конкретной компании
- Разработка элементов айдентики для конкретной компании

**Промежуточная аттестация**

**Экзамен  
квалификац  
ионный**

## **4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

### **4.1. ТРЕБОВАНИЯ К МИНИМАЛЬНОМУ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОМУ ОБЕСПЕЧЕНИЮ**

Реализация рабочей программы профессионального модуля предполагает наличие учебных кабинетов социально-экономических дисциплин, проектирования рекламного продукта, лаборатории компьютерной графики и видеомонтажа, компьютерного дизайна.

**Оборудование учебного кабинета (лаборатории, мастерской, полигон) и рабочих мест кабинета (лаборатории, мастерской, полигона)**

#### **1. Кабинет социально-экономических дисциплин:**

- 1.1. Мультимедийный проектор,
- 1.2. компьютер,
- 1.3. видеоматериалы,
- 1.4. белая доска

#### **2. Кабинет проектирования рекламного продукта:**

- 2.1. Компьютеры,
- 2.2. мультимедийный проектор,
- 2.3. белая доска

#### **3. Лаборатория компьютерной графики и видеомонтажа**

- 3.1. Компьютеры,
- 3.2. мультимедийный проектор,
- 3.3. белая доска.

#### **4. Лаборатория компьютерного дизайна:**

- 4.1. Компьютеры,
- 4.2. мультимедийный проектор,
- 4.3. белая доска

Оборудование и технологическое оснащение рабочих мест:

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета проектирования рекламного продукта:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- комплект учебно-наглядных пособий;
- комплект учебно-методической документации;
- учебные пособия.

Технические средства обучения кабинета проектирования рекламного продукта:

- компьютер (или ноутбук) для преподавателя;
- интерактивная доска (или проектор с проекционным экраном);
- лицензионное программное обеспечение, предусмотренное учебной программой;
- посадочные места по количеству обучающихся, оборудованные ПК;
- профессиональный сканер;
- графический планшет Wacom Intuos;
- лазерный принтер;

- внешние накопители информации;
- локальная сеть;
- доступ к глобальной сети Интернет
- белая магнитная доска для маркеров.

Оборудование лаборатории компьютерной графики и видеомонтажа, компьютерного дизайна:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- комплект учебно-методической документации;
- комплект учебно-наглядных пособий;

Технические средства обучения лаборатории компьютерного дизайна:

- компьютер (или ноутбук) для преподавателя;
- интерактивная доска (или проектор с проекционным экраном);
- лицензионное программное обеспечение, предусмотренное учебной программой;
- посадочные места по количеству обучающихся, оборудованные ПК;
- профессиональный сканер;
- графический планшет Wacom Intuos;
- лазерный принтер;
- принтер для широкоформатной печати;
- внешние накопители информации;
- локальная сеть;
- доступ к глобальной сети Интернет.
- аудиосистема.

Оборудование кабинета социально-экономических дисциплин:

- компьютер (или ноутбук) для преподавателя;
- проектор с проекционным экраном (или интерактивная доска);
- лицензионное программное обеспечение, предусмотренное учебной программой;
- посадочные места по количеству обучающихся,
- локальная сеть.

Реализация программы модуля предполагает обязательную производственную практику. Производственная практика осуществляется в рекламных организациях, где обучающиеся овладевают современной техникой и технологией, приемами и способами работы под руководством опытных наставников.

## 4.2. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБУЧЕНИЯ

### 1. Основные источники:

#### 1.1. По МДК0101 Художественное проектирование рекламного продукта

1.1.1. Бернадская, Ю. С. Вернадская, Ю.С. Текст в рекламе: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 032401 (350700) «Реклама» / Ю.С. Вернадская. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 288 с. — (Серия «Азбука рекламы»). - ISBN 978-5-238-01382-4. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028768>. – Режим доступа: по подписке.

1.1.2. Головкин, С.Б. Дизайн деловых периодических изданий: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Графика», «Журналистика», «Информационные технологии в дизайне», «Реклама» / С.Б. Головкин. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 423 с. — (Серия «Медиаобразование»). - ISBN 978-5-238-01477-7. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028721>. – Режим доступа: по подписке.

1.1.3. Овчинникова, Р.Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 070601 «Дизайн», 032401 «Реклама» / Р.Ю. Овчинникова; под ред. Л.М. Дмитриевой. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 239 с. — (Серия «Азбука рекламы»). - ISBN 978-5-238-01525-5. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028720>. – Режим доступа: по подписке.

#### 1.2. По МДК0102 Разработка творческой концепции рекламного продукта

1.2.1. Пендикова, И. Г. Графический дизайн: стилевая эволюция: монография / под ред. проф. Л. М. Дмитриевой. — Москва: Магистр: ИНФРА-М, 2021. — 160 с. - ISBN 978-5-9776-0373-7. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1211779>. – Режим доступа: по подписке.

1.2.2. Социальная реклама: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама» и «Связи с общественностью» / Л.М. Дмитриева [и др.] ; под ред. Л.М. Дмитриевой. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 271 с. — (Серия «Азбука рекламы»). - ISBN 978-5-238-01544-6. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028857>. – Режим доступа: по подписке.

1.2.3. Ткаченко, О. Н. Дизайн и рекламные технологии: учебное пособие / О. Н. Ткаченко; под ред. Л. М. Дмитриевой. - Москва: Магистр: ИНФРА-М, 2019. - 176 с. - (Бакалавриат). - ISBN 978-5-9776-0288-4. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/994302>. – Режим доступа: по подписке.

### 2. Дополнительные источники:

2.1. Мокшанцев, Р. И. Психология рекламы: учебное пособие / Р. И. Мокшанцев; под ред. М. В. Удальцовой. - Москва: ИНФРА-М: Сиб. согл., 2019. - 232 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-16-004777-5. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/987773>. – Режим доступа: по подписке.

2.2. Мус, Р. Управление проектом в сфере графического дизайна / Мус Р., Эррера О. - Москва: Альпина Паблиш, 2016. - 220 с.: ISBN 978-5-9614-2246-7. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/926090>. – Режим доступа: по подписке.

2.3. Савельева, О. О. Всеобщая история рекламы: учебник для бакалавров / О. О. Савельева, Н. В. Трубникова. — Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К<sup>о</sup>», 2019. - 452 с. - ISBN 978-5-394-03119-9. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1081671>. – Режим доступа: по подписке.

2.4. Шишова, Н. В. Теория и практика рекламы: учебное пособие / Н. В. Шишова, А. С. Подопригора, Т. В. Акулич. - Москва: ИНФРА-М, 2019. - 299 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-16-004794-2. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1002476>. – Режим доступа: по подписке.

### **3. Интернет-ресурсы**

3.1 Онлайн-школа дизайна и иллюстрации «Bang Bang Education». Режим доступа: <https://bangbangeducation.ru/>

3.2 Онлайн-портфолио «Behance». Режим доступа: <https://www.behance.net/>

3.3 Школа грамотных коммуникаций бренда Сергея Мосякина. Режим доступа: <https://orfografika.ru/>

3.4 Электронный журнал «Шрифт». Режим доступа: <https://typejournal.ru/>