

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Садыкова Алёна Григорьевна
Должность: Директор Высшей школы креативных индустрий
Дата подписания: 26.08.2026 14:31:34
Уникальный программный ключ:
d72783635b7f7c872e79a746e849dcb1abc6ab7a

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Северо-Кавказский федеральный университет»
Высшая школа креативных индустрий
Колледж креативных индустрий

УТВЕРЖДАЮ
Директор Высшей школы
креативных индустрий
А.Г. Садыкова

Рабочая программа профессионального модуля

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

Специальность	42.02.01	Реклама
	код	наименование специальности
Форма обучения	очная	

Ставрополь, 2026 г.

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01. Реклама, утвержденного приказом Минпросвещения России от 21 июля 2023 г. № 552 и примерной основной образовательной программы СПО, с учетом направленности на удовлетворение потребностей регионального рынка труда и работодателей.

Рабочая программа профессионального модуля разработана:

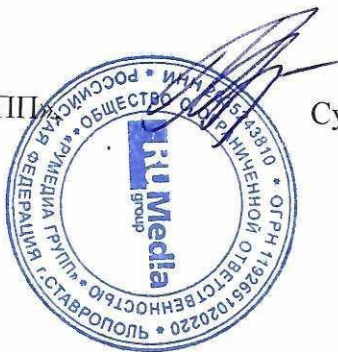
1 Афанасьева Е.В. – преподаватель департамента медиакоммуникаций ВШКИ

фамилия, имя, отчество, ученая степень, ученое звание, место работы преподавателя

СОГЛАСОВАНО:

Представитель работодателя

Директор ООО «РУМЕДИА ГРУПП»
г. Ставрополь



Сухарева Е.А.

1. Паспорт рабочей программы профессионального модуля

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа профессионального модуля является частью образовательной программы СПО в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01. Реклама

в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): 04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях

и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

1. ОК 1 Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
2. ОК 2 Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
3. ОК 3 Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях
4. ОК 4 Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде
5. ОК 5 Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста
6. ОК 6 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
7. ОК 9 Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках
8. ПК 2.1 Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий
9. ПК 4.1 Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании
10. ПК 4.2 Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании
11. ПК 4.3 Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет

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

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

иметь практический опыт:

- планирования системы маркетинговых коммуникаций;
- 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.

уметь:

- распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте;
- анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части;
- определять этапы решения задачи;
- выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы;

- составлять план действия;

- определять необходимые ресурсы;

- владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах;

- реализовывать составленный план;

- оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника);

- определять задачи для поиска информации;

- определять необходимые источники информации;

- планировать процесс поиска;

- структурировать получаемую информацию;

- выделять наиболее значимое в перечне информации;

- оценивать практическую значимость результатов поиска;

- оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач;

- использовать современное программное обеспечение;

- использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач;

- определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности;

- применять современную научную профессиональную терминологию;

- определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования

- выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи;

- презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план;

- рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования;

- определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности;

- презентовать бизнес-идею;

- определять источники финансирования;

- организовывать работу коллектива и команды;

- взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности;

- грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе;

- описывать значимость своей специальности применять стандарты антикоррупционного поведения;

- понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы

(профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы;

- участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы;
- строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности;
- кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые);
- писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные

темы;

- определять ключевые цели рекламной кампании;
- формулировать задачи рекламной кампании исходя из целей РК;
- осуществлять выбор форм, каналов и методов рекламного продвижения;
- определять конкретные носители рекламы и их оптимальное сочетание;
- определять и варьировать способы и каналы продвижения изделия, услуги, торговой

марки;

- определять бюджет РК исходя из поставленных целей и задач;
- определять и варьировать комбинацию основных каналов информирования ЦА (целевой аудитории);

• определять эффективность хода РК и осуществлять его коррекцию для достижения максимальной эффективности;

- учитывать мнение заказчика при планировании РК;
- использовать современные приемы и технологии проведения и управления системой маркетинговых коммуникаций;

• 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;
- использовать поисковые системы интернета;
- использовать технологии поисково-контекстной рекламы и их системы размещения;
- определять эффективные УТП (уникальные торговые предложения) и офферы;
- доводить информацию заказчика до ЦА;
- использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество;
- использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА;
- проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность;
- использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности

рекламы в интернете;

- создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий;

- конвертировать файлы в нужные форматы;
- использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат;

- размещать рекламные материалы в социальных медиа;

- подбирать визуальные и текстовые материалы в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для интернет-продвижения;

- представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов;

- обеспечивать качественное функционирование сайта;
- писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов;
- создавать графические материалы рекламного характера;
- находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА;
- разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации, представляя их в виде мудборда или референсов;

- составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в

социальных медиа;

- создавать оригинальные, современные по стилю сайты;
- разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику;
- использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов;
- повышать информационную наглядность сайтов;
- создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях.

знать:

- актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить;
- основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте;
- алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях;
- методы работы в профессиональной и смежных сферах;
- структуру плана для решения задач;
- порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности;
- номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности;
- приемы структурирования информации;
- формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации;
- порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств;
- содержание актуальной нормативно-правовой документации;
- современная научная и профессиональная терминология;
- возможные траектории профессионального развития и самообразования;
- основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности;
- правила разработки бизнес-планов;
- порядок выстраивания презентации;
- кредитные банковские продукты;
- психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности;
- основы проектной деятельности;
- особенности социального и культурного контекста;
- правила оформления документов и построения устных сообщений;
- сущность гражданско-патриотической позиции, общечеловеческих ценностей;
- значимость профессиональной деятельности по специальности;
- стандарты антикоррупционного поведения и последствия его нарушения;
- правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы;
- основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика);
- лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности;
- особенности произношения;
- правила чтения текстов профессиональной направленности;
- методики рекламного планирования;
- инструментов рекламного планирования;
- систему маркетинговых коммуникаций;
- виды и инструменты маркетинговых коммуникаций
- принципы выбора каналов коммуникации;
- аудиторию различных средств рекламы;

- отраслевую терминологию;
- формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда;
- технологии воздействия на аудиторию в системе маркетинговых коммуникаций;
- принципы стратегического и оперативного планирования РК;
- виды запросов пользователей в поисковых системах интернета
- особенности размещения контекстно-медийных объявлений в интернете;
- принципы функционирования современных социальных медиа;
- виды и инструменты маркетинговых коммуникаций;
- важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании;
- важность учета пожеланий заказчика при разработке системы маркетинговых коммуникаций и определении рекламных носителей;
- виды и инструменты маркетинговых коммуникаций;
- отраслевую терминологию;
- требования к визуальным и текстовым материалам в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией;
- технологии воздействия на аудиторию при с применением визуальных и текстовых материалов в социальные сети и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам;
- отраслевую терминологию;
- важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании;
- программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей;
- возможности интернет-ресурсов для макетирования рекламных носителей;
- виды сайтов, их возможности и варианты применения;
- требования к качественному функционированию сайтов;
- программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей;
- технические средства создания визуального контента;
- возможности и ресурсы для макетирования рекламных носителей;
- виды и инструменты маркетинговых коммуникаций;
- структуру брифа и требования к нему;
- важность учета пожеланий заказчика при разработке фирменного дизайна и элементов фирменного стиля;
- важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей;
- требования к электронной презентации для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией;
- технологии воздействия на аудиторию при проведении презентаций и защит проектов.

1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение рабочей программы профессионального модуля:

всего – 342 часов, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 270 часов, включая:
 обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 196 часов;
 самостоятельной работы обучающегося – 74 часов;
 учебной и производственной практики – 72 часов.

2. Результаты освоения профессионального модуля

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности 04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 2.1	Проведение стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий
ПК 4.1	Разработка творческих рекламных решений для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании
ПК 4.2	Разработка творческих рекламных решений в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании
ПК 4.3	Проведение разработки и размещения рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет
ОК 1	Выбор способов решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
ОК 2	Использование современных средств поиска, анализа и интерпретации информации и информационных технологий для выполнения задач профессиональной деятельности
ОК 3	Планирование и реализация собственного профессионального и личностного развития, предпринимательской деятельности в профессиональной сфере, использование знаний по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях
ОК 4	Эффективное взаимодействие и работа в коллективе и команде
ОК 5	Осуществление устной и письменной коммуникации на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста
ОК 6	Проявление гражданско-патриотической позиции, демонстрация осознанного поведения на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применение стандартов антикоррупционного поведения
ОК 9	Пользование профессиональной документацией на государственном и иностранном языках

(Наименование результатов обучения приводится в соответствии с ФГОС СПО)

3. Структура и содержание профессионального модуля

3.1. Тематический план профессионального модуля

3.1. Тематический план профессионального модуля											
Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля*	Всего (макс. учебная нагрузка и практики)	В т.ч. в форме практик, подготовки	Объем профессионального модуля (часов)						Практика	
				Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (ов)				Самостоятельная работа обучающегося			
				Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			в т.ч. лабораторные работы и практические занятия			в т.ч. курсовая работа (проект),	
				Всего	в т.ч. лекционные занятия	в т.ч. семинары			Всего		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
	Раздел 1. Создание креативной стратегии	90	-	90	40	-	14	-	-	-	
	Раздел 2. Разработка прототипов креативов: рекламные форматы и создание	36	-	36	12	-	12	-	-	-	

	технического задания									
	Раздел 3. UX/UI-дизайн	72	-	7 2	36	-	1 6	-	-	-
	Раздел 4. Техника и технологии рекламного фото и видео	72	-	7 2	40	-	3 2	-	-	-
	Учебная практика по модулю "Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях"	36	36							36
	Производственная практика по модулю "Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях"	36	36							36
	Всего:	342	72	2 7 0	128	-	7 4	-	-	72

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ)

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Формируемые компетенции
1	2	3	4
Раздел ПМ 4. Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях		342	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 2.1.; ПК 4.1.; ПК 4.2.; ПК 4.3.
МДК.04.01. Создание креативной стратегии		90	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 2.1.
Тема 1.1. Взаимосвязь стратегического и креативного рекламного планирования	Содержание		ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 2.1.
	1.	Креатив и творчество в рекламе. Роль креатива в коммуникации.	
	2.	Корреляция маркетинговой стратегии, рекламной стратегии и креативной стратегии.	
	Практические занятия		
	1.	Корреляция маркетинговой стратегии, рекламной стратегии и креативной стратегии.	
2.	Организационные решения по стратегическому планированию рекламы		
Тема 1.2. Принципы разработки креативного брифа	Содержание		ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 2.1.
	1.	Понятие «бриф на креатив (creative brief) рекламного сообщения».	
	2.	Стандартная структура креативного брифа.	
	Практические занятия		
	1.	Основные принципы разработки креативного брифа рекламного сообщения.	
	2.	Типичный вариант заполнения брифа на креатив рекламы.	

Тема 1.3. Креативные приемы и стратегии	Содержание		4	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 2.1.
	1	Креативные приемы и стратегии по И. Барри		
	2	Концепция креативных рекламных стратегий агентства FCB.		
	3	Стратегии рационалистического типа и их разновидности, преимущества и недостатки.		
	Практические занятия		4	
1.	Концепция креативных рекламных стратегий агентства FCB.			
2.	Стратегии проекционного типа и их разновидности, преимущества и недостатки.			
Тема 1.4. Визуализация креативных решений в рекламе	Содержание		4	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 2.1.
	1.	Основы визуального воздействия. Теория RAMпроводника Росситера-Перси.		
	2.	Визуальные приемы при воплощении креативных идей. Иллюзии в рекламе.		
	Практические занятия		4	
	1.	Создание креативных рекламных образов		
	2.	Разработка креативов для таргетированной рекламы		
	3.	Использование ИИ в визуализации		
Тема 1.5. Разработка креативных слоганов	Содержание		4	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 2.1.
	1.	Использование креатива в слогане.		
	2.	Внутритекстовые повторы, языковая игра, противопоставления.		
	Практические занятия		4	
	1.	Виды и структура слоганов		
	2.	Техники создания слоганов		
Тема 1.6. Методы генерации креативных идей в команде	Содержание		4	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 2.1.
	1.	Метод I – G – I как разновидность «мозгового штурма». Основные принципы и стадии реализации метода.		
	2.	Метод RAM – проводника разработки творческих идей – основная идея; достигаемые коммуникативные эффекты.		
	Практические занятия		4	
	1.	Основы командного креатива		
	2.	Классические методы генерации идей		
Тема 1.7. Особенности креативной стратегии для различных медианосителей	Содержание		4	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 2.1.
	1.	Креативные решения при выборе рекламодателя.		
	2.	Типы семиотических преобразований в креативных решениях.		
	Практические занятия		4	
	Основы креативной стратегии для разных медиа			
Тема 1.8. Методика оценки эффективности креатива Лео Бернетта.	Содержание		4	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 2.1.
	1.	Философия креатива по Лео Бернетту		
	2.	Шкала оригинальности vs эффективности		
	Практические занятия		4	
	1.	Оценка эмоциональных креативных стратегий.		
	2.	Анализ креативных стратегий на предмет присутствия «эффекта вампира».		
Тема 1.9. Критерии оценки креативных стратегий: соответствие позиции ТП, новизна,	Содержание		4	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 2.1.
	Новизна как критерий оценки креатив			
	Интеграция всех критериев в единую систему оценки			

привлекательность, гибкость.	Практические занятия		4	
		Анализ существующих креативных стратегий		
		Разработка креативной стратегии для реального бренда		
		Тестирование гибкости стратегии		
Самостоятельная работа при изучении раздела МДК.04.01. Создание креативной стратегии			14	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 2.1.
Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы: Корреляция маркетинговой стратегии, рекламной стратегии и креативной стратегии. Организационные решения по стратегическому планированию рекламы. Основные принципы разработки креативного брифа рекламного сообщения. Типичный вариант заполнения брифа на креатив рекламы. Концепция креативных рекламных стратегий. агентства FCB. Стратегии проекционного типа и их разновидности, преимущества и недостатки. Создание креативных рекламных образов. Разработка креативов для таргетированной рекламы. Использование ИИ в визуализации. Виды и структура слоганов. Техники создания слоганов. Адаптация слоганов под целевую аудиторию. Основы командного креатива. Классические методы генерации идей. Новые технологические возможности креативных решений. Основы креативной стратегии для разных медиа. Креативные стратегии для традиционных медиа. Оценка эмоциональных креативных стратегий. Анализ креативных стратегий на предмет присутствия «эффекта вампира». Анализ существующих креативных стратегий. Разработка креативной стратегии для реального бренда. Тестирование гибкости стратегии.				
МДК.04.02 Разработка прототипов креативов: рекламные форматы и создание технического задания			36	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 4.1.; ПК 4.2.
Тема 2.1. Реклама как область графического дизайна	Содержание		4	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 4.1.; ПК 4.2.
	1.	Общие сведения об изображении в рекламе.		
	2.	Классификация графических изображений и их характеристика. Требования, предъявляемые к изображениям.	4	
	Практические занятия			
Тема 2.2. Этапы проектирования визуальной рекламы	1.	Типологии объектов рекламного дизайна	4	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 4.1.; ПК 4.2.
	2.	Психологическое воздействие рекламного изображения на человека. Эффективность применения графических изображений в рекламе.		
	Содержание		4	
	1.	Проектный процесс в дизайне рекламы.		
Тема 2.3. Композиция в дизайне рекламы. Образ и жанр фоторекламы	2.	Этапы проектирования визуальной рекламы.	4	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 4.1.; ПК 4.2.
	Практические занятия			
	1.	Основные художественные средства визуальной рекламы: графика, фотоснимки.	4	
	2.	Цвет в дизайне рекламы. Оценка оптимальности проектного решения дизайна рекламы.		
Тема 2.3. Композиция в дизайне рекламы. Образ и жанр фоторекламы	Содержание		4	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 4.1.; ПК 4.2.
	1.	Общие сведения о создании композиций в рекламе.		
	2.	Общие сведения об использовании фоторекламы. Требования, предъявляемые к фотоснимкам.	4	
	Практические занятия			
Тема 2.3. Композиция в дизайне рекламы. Образ и жанр фоторекламы	1.	Выбор фона, шрифта, цвета и особенности их	4	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 4.1.; ПК 4.2.
			4	

		взаимодействия. Простейшие графические композиционные решения.		
	2.	Изобразительные средства фотографии. Эмоциональное и психологическое восприятие фотоснимков потребителями.		
Самостоятельная работа при изучении раздела МДК.04.02 Разработка прототипов креативов: рекламные форматы и создание технического задания			12	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 4.1.; ПК 4.2.
Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы: Типологии объектов рекламного дизайна. Психологическое воздействие рекламного изображения на человека. Эффективность применения графических изображений в рекламе. Основные художественные средства визуальной рекламы: графика, фотоснимки. Цвет в дизайне рекламы. Оценка оптимальности проектного решения дизайна рекламы. Выбор фона, шрифта, цвета и особенности их взаимодействия. Простейшие графические композиционные решения. Изобразительные средства фотографии. Эмоциональное и психологическое восприятие фотоснимков потребителями.				
МДК.04.03 UX/UI-дизайн			72	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 4.3.
Тема 3.1. UI-дизайн и UX-дизайн как сферы цифрового дизайна	Содержание		4	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 4.3.
	1.	Сущность понятий UI-дизайна и UX-дизайна		
	2.	Основные тенденции развития современного дизайна		
	Практические занятия		4	
	1.	Тренды современного дизайна пользовательских интерфейсов		
	2.	Сущность понятий UI-дизайна и UX-дизайна		
Тема 3.2. Основные этапы разработки web-проекта	Содержание		4	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 4.3.
	1.	Методы разработки идеи проекта цифрового продукта. Основы исследования пользовательского опыта		
	2.	Методы взаимодействия пользователей с интерфейсом		
	Практические занятия		4	
	1.	Выбор визуального стиля web-проекта. Референсы и мудборды		
	2.	Основные инструменты и методы прототипирования. Модульные сетки		
Тема 3.3. Визуальные компоненты web-дизайна	Содержание		2	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 4.3.
	1.	Визуальная иерархия в web-дизайне		
	2.	Роль негативного пространства в дизайне		
	Практические занятия		4	
	1.	Подбор референсов и составление мудборда		
	2.	Цвет в web-дизайне		
Тема 3.4. Универсальные элементы сайтов	Содержание		2	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 4.3.
	1.	Структура и основные блоки сайта		
	2.	Интерактивные элементы		
	Практические занятия		4	
	1.	Структура и основные блоки сайта		
	2.	Интерактивные элементы		

Тема 3.5. Дизайн как проектная деятельность	Содержание		2	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 4.3.
	1.	Системы ведения проектов в web-дизайне		
	2.	Сравнительный анализ колористического решения и типографического оформления	4	
	Практические занятия			
	1.	Сравнительный анализ колористического решения и типографического оформления сайтов		
	2.	Составление технического задания и проекта		
Тема 3.6. Landing page как web-проект	Содержание		2	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 4.3.
	1.	Разработка портфолио web-дизайнера		
	2.	Разработка сайта-портфолио		
	Практические занятия		4	
	1.	Формальные методики оценки интерфейса		
	2.	Подготовка презентации сайта		
	3.	Разработка портфолио web-дизайнера		
Тема 3.7. UX-тестирование	Содержание		2	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 4.3.
	1.	Что такое UX-тестирование и зачем оно нужно		
	2.	Разница между качественными и количественными методами.		
	Практические занятия		6	
	1.	Методы UX-тестирования		
	2.	Проведение тестирования		
	3.	Обработка данных: качественные и количественные метрики.		
Тема 3.8. Адаптивный и мобильный дизайн	Содержание		2	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 4.3.
	1.	Введение в адаптивный и мобильный дизайн		
	2.	Mobile UX: особенности и паттерны		
	Практические занятия		6	
	1.	Дизайн-системы для адаптивных проектов		
	2.	PWA (Progressive Web Apps) и гибридные приложения		
	3.	Тренды и будущее мобильного дизайна		
Самостоятельная работа при изучении раздела МДК.04.03 UX/UI-дизайн			16	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 4.3.
Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы: Тренды современного дизайна пользовательских интерфейсов. Сущность понятий UI-дизайна и UX-дизайна. Выбор визуального стиля web-проекта. Референсы и мудборды. Основные инструменты и методы прототипирования. Модульные сетки. Подбор референсов и составление мудборда. Цвет в web-дизайне. Кнопки и формы в web-дизайне. Сравнительный анализ колористического решения и типографического оформления сайтов. Составление технического задания и проекта. Формальные методики оценки интерфейса. Подготовка презентации сайта. Разработка портфолио web-дизайнера.				
МДК.04.04 Техника и технологии рекламного фото и видео			72	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 4.3.

Тема 4.1. Рекламное творчество и его концепции. Рекламный креатив и вопросы создания. Визуальные образы в рекламе.	Практические занятия		4	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 4.3.
	1.	Рекламный креатив и вопросы создания.		
	2.	Визуальные образы в рекламе.		
Тема 4.2. Профессиональная рекламная фотография.	Практические занятия		4	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 4.3.
	1.	Основы рекламной фотографии.		
	2.	Анализ жанров рекламной фотографии.		
Тема 4.3. Фотореклама как элемент маркетинговых коммуникаций.	Практические занятия		4	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 4.3.
	1.	Фотография в digital-маркетинге.		
	2.	Предметная и коммерческая фотография.		
Тема 4.4. Основы композиции в фотографии. Композиционные приемы в фото и видеосъемке.	Практические занятия		4	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 4.3.
	1.	Правило 180 градусов. Стабилизация и плавность движения.		
	2.	Основные принципы и приемы композиции в фотографии и видеосъемке для создания визуально гармоничных и выразительных кадров.		
Тема 4.5. Эффективность фоторекламы и видеосъемки.	Практические занятия		4	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 4.3.
	1.	Сравнение статичной фоторекламы и видеороликов.		
	2.	А/В-тестирование изображений.		
Тема 4.6. Разработка сценария рекламного видеоролика.	Практические занятия		4	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 4.3.
	1.	Разработка креативной идеи и концепции ролика		
	2.	Написание сценария: структура и драматургия		
Тема 4.7. Психология визуального восприятия.	Практические занятия		4	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 4.3.
	1.	Основы визуального восприятия		
	2.	Практическое применение психологии восприятия в рекламе		
Тема 4.8. Съемка и монтаж видеофайлов.	Практические занятия		4	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 4.3.
	1.	Основы видеосъемки		
	2.	Основы видеомонтажа		
Тема 4.9. Бренд в съемке фото и видео рекламы.	Практические занятия		4	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 4.3.
	1.	Основы визуальной идентичности бренда		
	2.	Разработка концепции рекламной съемки		
Тема 4.10. Определение эффективности рекламы.	Практические занятия		4	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 4.3.
	1.	Основные метрики эффективности рекламы		
	2.	Анализ конкурентной рекламы		
Самостоятельная работа при изучении раздела МДК.04.04 Техника и технологии рекламного фото и видео			32	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 4.3.
Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы: Рекламный креатив и вопросы создания. Визуальные образы в рекламе. Основы рекламной фотографии. Анализ жанров рекламной фотографии. Фотография в digital-маркетинге. Предметная и коммерческая фотография. Правило 180 градусов. Стабилизация и плавность движения. Монтажная композиция. Сравнение статичной фоторекламы и видеороликов. А/В-тестирование изображений. Разработка креативной идеи и концепции ролика				

Написание сценария: структура и драматургия Основы визуального восприятия Практическое применение психологии восприятия в рекламе Основы видеосъемки Основы видеомонтажа Основы визуальной идентичности бренда Разработка концепции рекламной съемки Основные метрики эффективности рекламы Анализ конкурентной рекламы		
Учебная практика Виды работ Проведение ознакомительной беседы для студентов, посвященной содержанию и специфике деятельности организации(ий), доведение до обучающихся заданий на практику. Инструктаж по технике безопасности в организации. Мероприятия по сбору, обработке и систематизации фактического материала: описание сферы деятельности организации, специализации, назначение услуг (цель (миссия), задачи функционирования организации); история развития; сфера и масштаб деятельности; характеристика вида деятельности, месторасположение, организационная и организационно- правовая форма, управленческая структура, численность и структура персонала, организация информационной инфраструктуры организации Описание работы подразделения предприятия (организации), информационные потоки (информационное взаимодействие), в котором проходит практика, изучение его функций и должностных инструкций персонала подразделения. Систематизация полученных данных в соответствии с поставленными задачами и структурой отчета. Подготовка текста профессионального и содержательного доклада с целью повышения эффективности управления информацией как стратегическим ресурсом организации, выступление с ним. Оформление обучающимися отчета о практике, анализ проделанной работы и подведение её итогов, участие обучающихся в итоговой конференции с приглашением руководителей учебной практики, оценивающих результативность учебной практики. К выступлению прилагаются демонстрационные материалы.	36	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 2.1.; ПК 4.1.; ПК 4.2.; ПК 4.3.
Производственная практика Виды работ Проведение ознакомительной беседы для студентов, посвященной содержанию и специфике деятельности организации(ий), доведение до обучающихся заданий на практику. Инструктаж по технике безопасности в организации. Мероприятия по сбору, обработке и систематизации фактического материала: описание сферы деятельности организации, специализации, назначение услуг (цель (миссия), задачи функционирования организации); история развития; сфера и масштаб деятельности; характеристика вида деятельности, месторасположение, организационная и организационно- правовая форма, управленческая структура, численность и структура персонала, организация информационной инфраструктуры организации Описание работы подразделения предприятия (организации), информационные потоки (информационное взаимодействие), в котором проходит практика, изучение его функций и должностных инструкций персонала подразделения. Систематизация полученных данных в соответствии с поставленными задачами и структурой отчета. Подготовка текста профессионального и содержательного доклада с целью повышения эффективности управления информацией как стратегическим ресурсом организации, выступление с ним. Оформление обучающимися отчета о практике, анализ проделанной работы и подведение её итогов, участие обучающихся в итоговой конференции с приглашением руководителей производственной практики, оценивающих результативность производственной практики. К выступлению прилагаются демонстрационные материалы.	36	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 2.1.; ПК 4.1.; ПК 4.2.; ПК 4.3.
Всего	416	

Внутри каждого раздела указываются междисциплинарные курсы и соответствующие темы. По каждой теме описывается содержание учебного материала (в дидактических единицах), наименования необходимых лабораторных работ и практических занятий (отдельно по каждому виду), а также примерная тематика самостоятельной работы. Если предусмотрены курсовые работы (проекты) по профессиональному модулю, описывается примерная тематика. Объем часов определяется по каждой позиции столбца 3 (отмечено звездочкой *). Уровень освоения проставляется напротив дидактических единиц в столбце 4 (отмечено двумя звездочками **).

4. Условия реализации профессионального модуля

4.1. Требования к материально-техническому обеспечению

Создание креативной стратегии	Мастерская «Медиадизайна и рекламы».	355017.	Оперативное управление	РОССИЯ	Выписка из Единого государственного реестра недвижимости об объекте недвижимости от 23.12.2024 г. №КУВИ-001/2024-310394966 бессрочно
	Мастерская оборудована комплектом учебной мебели на 28 посадочных мест, демонстрационным экраном (интерактивная панель). Оснащена оборудованием и техническими средствами обучения: столы компьютерные - 10 шт., персональные компьютеры - 10 шт., стол многоугольный (ученич.) - 12 шт., стол низкий, комплект мебели для преподавателя (стол корпусный, стул), стул - 44 шт., пуф мягкий - 8 шт., стеллаж - 3 шт., вешалка, графические планшеты - 3 шт.	Ставропольский край, г. Ставрополь, ул. Пушкина, д.1 (24,7 кв. м, помещение № 133, 134, этаж 1)			
	Помещение для самостоятельной и воспитательной работы: аудитория оборудована учебной мебелью на 28 посадочных мест, учебной доской, магнитно-маркерной доской, мультимедийным оборудованием (короткофокусный мультимедиа-проектор, доска магнитно-маркерная, компьютер). Оснащена компьютерной техникой с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду университета.	355017.	Оперативное управление	РОССИЯ	Выписка из Единого государственного реестра недвижимости об объекте недвижимости от 23.12.2024 г. №КУВИ-001/2024-310395200 бессрочно
	Помещение для самостоятельной и	Ставропольский край, г. Ставрополь, кв-л 70, ул. Пушкина, д.1, к.1 (61 кв. м, помещение № 84, этаж 1)			
	Помещение для самостоятельной и	355017.	Оперативное	РОССИЯ	Выписка из Единого

	воспитательной работы на 24 посадочных места, оснащенное компьютерной техникой с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду университета.	Ставропольский край, г. Ставрополь, кв-л 70, ул. Пушкина, д.1, к.1 (45,3 кв. м, помещение № 304, этаж 5)	управление		государственного реестра недвижимости об объекте недвижимости от 23.12.2024 г. №КУВИ-001/2024-310395200 бессрочно
Разработка прототипов креативов: рекламные форматы и создание технического задания	Мастерская «Медиадизайна и рекламы». Мастерская оборудована комплектом учебной мебели на 28 посадочных мест, демонстрационным экраном (интерактивная панель). Оснащена оборудованием и техническими средствами обучения: столы компьютерные - 10 шт., персональные компьютеры - 10 шт., стол многоугольный (ученич.) - 12 шт., стол низкий, комплект мебели для преподавателя (стол корпусный, стул), стул - 44 шт., пуф мягкий - 8 шт., стеллаж - 3 шт., вешалка, графические планшеты - 3 шт.	355017, Ставропольский край, г. Ставрополь, ул. Пушкина, д.1 (24,7 кв. м, помещение № 133, 134, этаж 1)	Оперативное управление	РОССИЯ	Выписка из Единого государственного реестра недвижимости об объекте недвижимости от 23.12.2024 г. №КУВИ-001/2024-310394966 бессрочно
	Помещение для самостоятельной и воспитательной работы: аудитория оборудована учебной мебелью на 28 посадочных мест, учебной доской, магнитно-маркерной доской, мультимедийным оборудованием (короткофокусный мультимедиа-проектор, доска магнитно-маркерная, компьютер). Оснащена компьютерной техникой	355017, Ставропольский край, г. Ставрополь, кв-л 70, ул. Пушкина, д.1, к.1 (61 кв. м, помещение № 84, этаж 1)	Оперативное управление	РОССИЯ	Выписка из Единого государственного реестра недвижимости об объекте недвижимости от 23.12.2024 г. №КУВИ-001/2024-310395200 бессрочно

с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду университета.	Помещение для самостоятельной и воспитательной работы на 24 посадочных места, оснащенное компьютерной техникой с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду университета.	355017, Ставропольский край, г. Ставрополь, кв-л 70, ул. Пушкина, д.1, к.1 (45,3 кв. м, помещение № 304, этаж 5)	Оперативное управление	РОССИЯ	Выписка из Единого государственного реестра недвижимости об объекте недвижимости от 23.12.2024 г. №КУВИ-001/2024-310395200 бессрочно
UX/UI-дизайн	Мастерская «Медиадизайн и рекламы». Мастерская оборудована комплектом учебной мебели на 28 посадочных мест, демонстрационным экраном (интерактивная панель). Оснащена оборудованием и техническими средствами обучения: столы компьютерные - 10 шт., персональные компьютеры - 10 шт., стол многоугольный (ученич.) - 12 шт., стол низкий, комплект мебели для преподавателя (стол корпусный, стул) - 44 шт., пуф мягкий - 8 шт., стеллаж - 3 шт., вешалка, графические планшеты - 3 шт.	355017, Ставропольский край, г. Ставрополь, ул. Пушкина, д.1 (24,7 кв. м, помещение № 133, 134, этаж 1)	Оперативное управление	РОССИЯ	Выписка из Единого государственного реестра недвижимости об объекте
	Помещение для самостоятельной и воспитательной работы: аудитория оборудована учебной мебелью на 28 посадочных мест, учебной доской, магнитно-маркерной	355017, Ставропольский край, г. Ставрополь, кв-л 70, ул. Пушкина, д.1, к.1	Оперативное управление	РОССИЯ	Выписка из Единого государственного реестра недвижимости об объекте

	доской. мультимедийным оборудованием (короткофокусный мультимедиа-проектор, доска магнитно-маркерная, компьютер). Оснащена компьютерной техникой с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду университета.	(61 кв. м, помещение № 84, этаж 1)			недвижимости от 23.12.2024 г. №КУВИ-001/2024-310395200 бессрочно
	Помещение для самостоятельной и воспитательной работы на 24 посадочных места, оснащенное компьютерной техникой с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду университета.	355017, Ставропольский край, г. Ставрополь, кв-л 70, ул. Пушкина, д.1, к.1 (45,3 кв. м, помещение № 304 , этаж 5)	Оперативное управление	РОССИЯ	Выписка из Единого государственного реестра недвижимости об объекте недвижимости от 23.12.2024 г. №КУВИ-001/2024-310395200 бессрочно
Техника и технологии рекламного фото и видео	Мастерская «Медиадизайна и рекламы». Мастерская оборудована комплектом учебной мебели на 28 посадочных мест, демонстрационным экраном (интерактивная панель). Оснащена оборудованием и техническими средствами обучения: столы компьютерные - 10 шт., персональные компьютеры - 10 шт., стол многоугольный (ученич.) - 12 шт., стол низкий, комплект мебели для преподавателя (стол корпусный, стул), стул - 44 шт., пуф мягкий - 8 шт., стеллаж - 3 шт., вешалка, графические планшеты - 3 шт.	355017, Ставропольский край, г. Ставрополь, ул. Пушкина, д.1 (24,7 кв. м, помещение № 133, 134, этаж 1)	Оперативное управление	РОССИЯ	Выписка из Единого государственного реестра недвижимости об объекте недвижимости от 23.12.2024 г. №КУВИ-001/2024-310394966 бессрочно

Помещение для самостоятельной и воспитательной работы: аудитория оборудована учебной мебелью на 28 посадочных мест, учебной доской, магнитно-маркерной доской, мультимедийным оборудованием (короткофокусный мультимедиа-проектор, доска магнитно-маркерная, компьютер). Оснащена компьютерной техникой с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду университета.	355017, Ставропольский край, г. Ставрополь, кв-л 70, ул. Пушкина, д.1, к.1 (61 кв. м, помещение № 84, этаж 1)	Оперативное управление	РОССИЯ	Выписка из Единого государственного реестра недвижимости об объекте недвижимости от 23.12.2024 г. №КУВИ-001/2024-310395200 бессрочно
Помещение для самостоятельной и воспитательной работы на 24 посадочных места, оснащенное компьютерной техникой с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду университета.	355017, Ставропольский край, г. Ставрополь, кв-л 70, ул. Пушкина, д.1, к.1 (45,3 кв. м, помещение № 304 , этаж 5)	Оперативное управление	РОССИЯ	Выписка из Единого государственного реестра недвижимости об объекте недвижимости от 23.12.2024 г. №КУВИ-001/2024-310395200 бессрочно

4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемой основной и дополнительной литературы, Интернет-ресурсов, необходимых для освоения профессионального модуля

Основная литература:

1. Кнышова Е.П. Маркетинг : учеб.пособие для средн.проф.образования/ Е.П.Кнышова. -М.: ФОРУМ -ИНФРА-М, 2017. -282с.
2. Лукина А.В. Маркетинг товаров и услуг : учеб.пособие/ А.В.Лукина. - М.: ФОРУМ, 2017. -240 с.

Дополнительная литература:

3. Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства: учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 514 с.
4. Трофимов, А. П., Фирменный стиль и корпоративный дизайн : учебник / А. П. Трофимов. — Москва : КноРус, 2024. — 366 с.

Интернет-ресурсы:

1. Интернет-версия журнала графического дизайна [КАК]. — URL: https://kak.ru/?page_id=92 — Текст: электронный. - Режим доступа: свободный.
2. Как создать рекламу (процесс создания рекламы) – Temabiz.com. — URL: <https://temabiz.com/pol-publ/kak-sozdat-reklamu.html> (дата обращения: 10.08.2022). — Текст: электронный. - Режим доступа: свободный
3. Креативная концепция как способ продвижения бренда/Блог/Брендинг – компания Apollo-8 (комплексный интернет-маркетинг) — URL: <https://apollo-8.ru/kreativnaja-konceptcijaeto/>. — Текст: электронный. - Режим доступа: свободный 75
4. Сайт «креативная реклама» - URL: <https://www.adme.ru/tvorchestvo-reklama/21-reklama-kotoraya-prodaet-sovsem-ne-to-cto-vy-podumali-1499765/>. — Текст: электронный. - Режим доступа: свободный
5. Справочная система Textart.ru/ информация по темам: слоган и название. — URL: <http://www.textart.ru/>. — Текст: электронный. - Режим доступа: свободный
6. Электронный журнал об этикетках «Label World» - Издательский дом «КомпьютерПресс». — URL: <http://labelworld.ru/>. — Текст: электронный. — Режим доступа: свободный

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Реализация рабочей программы профессионального модуля ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях включает обязательное прохождение учебной и производственной практики. Учебная практика реализуется в мастерских/лабораториях Колледжа при наличии документации, оборудования, инструментов, расходных материалов, обеспечивающих выполнение всех видов работ, определенных содержанием рабочей программы профессионального модуля. Производственная практика реализуется в организациях отраслевого профиля, обеспечивающих деятельность обучающихся в профессиональной области и выполнение всех видов деятельности, определенных содержанием ФГОС СПО. В соответствии с требованиями ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама, реализация компетентного подхода предусматривает использование в образовательном процессе современных образовательных технологий, активных и интерактивных форм и методов проведения занятий, с целью формирования и развития общих и профессиональных компетенций обучающихся. Современные образовательные технологии, активные и интерактивные формы и методы проведения занятий, используемые в образовательном процессе представлены применением метода демонстрации, применения компьютерных и информационных технологий, метода «мозгового штурма».

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Преподаватели дисциплин профессионального цикла, осуществляющие обучение по междисциплинарному курсу, входящему в состав профессионального модуля ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях имеют высшее образование, соответствующее профилю преподаваемого курса и получают дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в профильных организациях не реже 1-го раза в 3 года. Преподаватели дисциплин профессионального цикла, мастера производственного обучения, осуществляющие проведение учебной практики и руководство производственной практикой, имеют высшее образование по профилю специальности и проходят обязательную стажировку в профильных организациях не реже 1-го раза в 3 года.

5. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля (вида профессиональной деятельности)

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 2.1 Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	- определяет ключевые цели рекламной кампании; - формулирует задачи рекламной кампании исходя из целей РК; - осуществляет выбор форм, каналов и методов рекламного продвижения; - определяет бюджет РК исходя из поставленных целей и задач; - определяет и варьирует комбинацию основных каналов информирования ЦА (целевой аудитории); - определяет эффективность хода РК и осуществлять его коррекцию для достижения максимальной эффективности; - использует современные приемы и технологии проведения и управления системой маркетинговых.	Устный опрос (собеседование). Оценка выполнения практических заданий
ПК 4.1 Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании	- использует поисковые системы интернета; - использует технологии поисково-контекстной рекламы и их системы размещения; - определяет эффективные УТП (уникальные торговые предложения) и офферы; - доводит информацию заказчика до ЦА.	Устный опрос (собеседование). Оценка выполнения практических заданий
ПК 4.2 Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной компании	- использует специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; - проверяет рекламные материалы на уникальность/оригинальность.	Устный опрос (собеседование). Оценка выполнения практических заданий

ПК 4.3 Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет	- использует специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете; - создаёт и обрабатывает графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий; - размещает рекламные материалы в социальных медиа; - подбирает визуальные и текстовые материалы в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для интернет-продвижения; - представляет разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных макетов; - обеспечивает качественное функционирование сайта.	Устный опрос (собеседование). Оценка выполнения практических заданий
--	--	---

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общих компетенций и обеспечивающих их умений.

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК 1 Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	— анализирует задачу и/или проблему и выделять её составные части; — определяет этапы решения задачи; — выявляет и эффективно ищет информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; — составляет план действия; — определяет необходимые ресурсы; — владеет актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; — оценивает результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника).	Устный опрос (собеседование). Оценка выполнения практических заданий
ОК 2 Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	— определяет задачи для поиска информации; — определяет необходимые источники информации; — планирует процесс поиска; — структурирует	Устный опрос (собеседование). Оценка выполнения практических заданий

	получаемую информацию; – выделяет наиболее значимое в перечне информации; – оценивает практическую значимость результатов поиска; – оформляет результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; – использует современное программное обеспечение; – использует различные цифровые средства для решения профессиональных задач.	
ОК 3 Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	– определяет актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; – применяет современную научную профессиональную терминологию; – определяет и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования; – выявляет достоинства и недостатки коммерческой идеи; – презентует идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности оформлять бизнес-план; – определяет инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности; – презентует бизнес-идею; – определяет источники финансирования.	Устный опрос (собеседование). Оценка выполнения практических заданий
ОК 4 Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	– организует работу коллектива и команды; – взаимодействует с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности;	Устный опрос (собеседование). Оценка выполнения практических заданий
ОК 5 Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом	– грамотно излагает свои мысли и оформляет документы по профессиональной тематике на государственном языке,	Устный опрос (собеседование). Оценка выполнения практических

особенностей социального и культурного контекста	проявлять толерантность в рабочем коллективе.	заданий
ОК 6 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	– описывает значимость своей специальности; – применяет стандарты антикоррупционного поведения.	Устный опрос (собеседование). Оценка выполнения практических заданий
ОК 9 Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	– понимает общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимает тексты на базовые профессиональные темы; – участвует в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; – строит простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; – кратко обосновывает и объясняет свои действия (текущие и планируемые); – пишет простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы.	Устный опрос (собеседование). Оценка выполнения практических заданий