

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«КАБАРДИНО-БАЛКАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ
ИМ. Х.М. БЕРБЕКОВА»**

Колледж дизайна

СОГЛАСОВАНО

Генеральный директор Рекламного
агентства «Легко»

Васильева Тришина О.О.
«21» марта 2025 г.



УТВЕРЖДАЮ

Директор колледжа дизайна КБГУ

Канлоев Канлоев А.М.
«20» марта 2025 г.



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

Программа подготовки специалистов среднего звена

42.02.01 Реклама

Среднее профессиональное образование

Квалификация выпускника

Специалист по рекламе

Очная форма обучения

Нальчик, 2025

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее ФГОС) по специальности СПО 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 21.07.2023 № 552, учебного плана по программе подготовки специалистов среднего звена 42.02.01 Реклама.

Разработчик: Каширокова И.Е.

Рецензент: Тришина О.О., генеральный директор ООО Рекламное агентство «Легко»

Рабочая программа профессионального модуля рассмотрена и одобрена на заседании ЦК «Графический дизайн и дизайн среды»

Протокол № 6 от «19» марта 2025 года

Председатель ЦК


(подпись)

Каширокова И.Е.

СОДЕРЖАНИЕ

	Стр.
1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	7
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	20
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	22

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

1.1. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

В результате изучения профессионального модуля студент должен освоить основной вид деятельности «Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений творческих материалов на основных рекламных носителях» и соответствующие ему общие компетенции и профессиональные компетенции:

1.1.1. Перечень общих компетенций

<i>Код</i>	<i>Наименование общих компетенций</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 финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях
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 06	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения
ОК 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

1.1.2. Перечень профессиональных компетенций

<i>Код</i>	<i>Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций</i>
ВД 04	Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях
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.

1.1.3. В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

Владеть навыками	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	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	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 социальных сетей 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.

1.2. Количество часов, отводимое на освоение профессионального модуля

Всего часов – 336 часов,

в том числе в форме практической подготовки – 308 часов,

Из них на освоение МДК – 217 часов,

МДК 04.01 – 99 часов,

МДК 04.02 – 118 часов,

в том числе:

курсовой проект – 20 часов,

самостоятельная работа – 6 часов;

на практики – 108 часов,

в том числе учебная – 72 часа,

производственная – 36 часов.

Промежуточная аттестация - 11 (проводится в форме экзамена).

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Структура профессионального модуля

Коды профессиональных общих компетенций и ЦО, формированию которых способствует элемент программы	Наименования разделов профессионального модуля	Всего, час.	В т.ч. в форме практической подготовки	Объем профессионального модуля, ак. час.						
				Обучение по МДК					Практики	
				Всего	в том числе				в том числе	
					Лабораторных, и практических. занятий	Курсовых работ (проектов)	Самостоятельная работа	Промежуточная аттестация	Учебная	Производственная
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
ОК 01- ОК 05, ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3	Раздел № 1. Разработка творческих рекламных решений	99	46	99	46	20		11		
ОК 01- ОК 07, ОК 09, ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3	Раздел № 2. Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки	118	50	118	50		6			
	Учебная практика	72	72							
	Производственная практика, часов	36	36							36
	Промежуточная аттестация	11								
	Всего:	336	206	195	98	20	6	11	72	36

2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	
Раздел № 1. Разработка творческих рекламных решений		90/36 (20*)	
МДК.04.01 Разработка творческих рекламных решений		33/36	
Тема 1.1. Система корпоративной идентичности, ее основные функции и элементы	Содержание учебного материала	9/6	
	1. Понятие системы корпоративной идентичности, фирменного стиля, бренд айдентики. Основные элементы системы корпоративной идентичности	5	1
	2. Редизайн, рестайлинг, ребрендинг. Виды носителей корпоративной идентичности	4	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	6	
	Практическое занятие № 1. Разработка шрифтового логотипа и графического фирменного знака	2	1,2
	Практическое занятие № 2. Формирование системы корпоративной идентичности	2	
	Практическое занятие № 3. Разработка комплекса носителей корпоративного стиля	2	
Тема 1.2. Создание комплекса информационной рекламы на основе единого	Содержание учебного материала	4/10	
	1. Создание комплекса информационной рекламы на основе единого графического стиля	4	1
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	10	

графического стиля	Практическое занятие № 4. Разработка рекламного постера	2	1,2
	Практическое занятие № 5. Разработка билборда	2	
	Практическое занятие № 6. Разработка рекламного лифлета	2	
	Практическое занятие № 7. Разработка рекламной листовки и интернет-баннера	2	
	Практическое занятие № 8. Создание презентации, защита проекта	2	
Тема 1.3. Проектирование комплекса креативной рекламы	Содержание учебного материала	8/10	
	1. Ситуационный анализ и формирование ключевых рекламных решений	4	1,2
	2. Понятие инсайта и key visual. Рекламный текст и копирайтинг. Бриф, дебриф, креативный бриф. Общие подходы к курсовому проектированию.	4	
	Практическое занятие №9.	10	
Тема 1.4. Проектирование печатной рекламы	Содержание учебного материала	4/4	
	1. Проектирование печатной рекламы	4	1,2
	В том числе практических и лабораторных занятий	4	
	Практическое занятие № 10. Разработка комплекса POSM, с учетом видов и технологии печатной рекламы	4	1,2
Тема 1.5. Проектирование рекламы в онлайн среде	Содержание учебного материала	4/4	
	1. Проектирование рекламы в онлайн среде	4	1,2
	В том числе практических и лабораторных занятий	4	
	Практическое занятие № 11. Разработка комплекса рекламной продукции для продвижения в онлайн среде, с учетом основных видов рекламных носителей в онлайн среде, типов и структуры сайта	4	1,2
Тема 1.6. Проектирование	Содержание учебного материала	4/12	
	1. Проектирование наружной рекламы и транзитной рекламы	4	1,2

наружной рекламы и транзитной рекламы	В том числе практических и лабораторных занятий	12	
	Практическое занятие № 12. Разработка комплекса и серии креативной наружной рекламы	4	1,2
	Практическое занятие № 13. Разработка комплекса транзитной рекламы	4	
	Практическое занятие № 14. Подготовка презентации и защита проекта	4	
Раздел № 2. Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки			
МДК 04.02 Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки		62/50/6	
Тема 2.1 Основы растровой графики. Программа Adobe Photoshop	Содержание учебного материала	2/4	
	1. Основные настройки и инструменты трансформации, навыки работы с перспективой, работа с цветом.	2	1,2
	В том числе лабораторных и практических занятий	4	
	Практическое занятие № 15. Коррекция перспективы на изображение. Замена неба	2	1,2
	Практическое занятие № 16. Создание этикеток и наложение на рекламные объекты в перспективе	1	
	Практическое занятие № 17. Создание объектов при помощи размещение с учётом перспективы	1	
	Содержание учебного материала	2/2	
Тема 2.2. Основы видеопроизводства	1. Съёмочное оборудование: Разновидности и задачи съёмочного оборудования. Программное обеспечение для работы с видео.	2	1,2
	В том числе лабораторных и практических занятий	2	
	Практическое занятие № 18. Подготовка видеокамеры к съёмке, с учетом настроек	1	1,2
	Практическая занятие № 19. Работа с разным съёмочным оборудованием: штативы, рельсы, стабилизаторы, гриппы, световые приборы	1	
Тема 2.3. Векторные	Содержание учебного материала	2/4	
	1. Работа с векторными объектами в программе Adobe Photoshop	2	1,2

инструменты в программе Adobe Photoshop	В том числе практических занятий и лабораторных работ	4	
	Практическое занятие № 20. Создание векторных объектов	2	1,2
	Практическое занятие № 21. Создание векторной текстовой композиции	1	1,2
	Практическое занятие № 22. Стилизация фотографии «под вектор»	1	1,2
Тема 2.4. Техники создания видео контента	Содержание учебного материала	2/2	
	1. Способы визуального повествования. Монтажные приемы, работа со временем, работа со звуком. Синестезия в рекламе.	2	1,2
	В том числе лабораторных и практических занятий	2	
	Практическое занятие № 23. Самостоятельная съемка и монтаж коротких видео на отработку пройденных приемов	2	1,2
Тема 2.5 Технология разработки и создания Web сайта	Содержание учебного материала	6/4/2	
	1. Структура HTML-документа.	2	1,2
	2. Инструментальные средства HTML.	2	
	3. Создание Web-страницы	2	
Тема 2.6. Технологии создания видеоконтента	В том числе практических занятий и лабораторных работ	4	
	Практическое занятие № 24. Создание дизайн-макета в Photoshop. Нарезка сайта	1	1,2
	Практическое занятие № 25. Разработка Web-страниц в HTML. Форматирование текста. Добавление ссылок, списков	1	1,2
	Практическое занятие № 26. Создание фреймовой структуры	1	1,2
	Практическое занятие № 27. Создание Web-сайта средней сложности	1	1,2,3
	Самостоятельная работа №1 Работа над созданием Web-сайта	2	
	Содержание учебного материала	8/4	
	1. Видеореклама в кинопроизводстве	2	1,2
	2. Видеореклама в социальных сетях.	2	

**Тема 2.7.
Использование
студийного
оборудования,
технология
фотографирования**

3.Видеореклама на ТВ.	2	1,2
4.Социальная реклама.	2	1,2
В том числе практических и лабораторных занятий	4	
Практическое занятие № 28. Создание современных трейлеров из фильмов начала XX века	1	1,2
Практическое занятие № 29. Создание трейлера из современных фильмов с изменением жанра.		1,2
Практическое занятие № 30. Разработка и создание серии из 3х рекламных роликов вертикального формата по заданному бренду.	1	1,2
Практическое занятие № 31. Разработка и создание продающего ролика	1	1,2
Практическое занятие № 32. Разработка и создание социального ролика	1	1,2
Содержание учебного материала	2/2	
1.Особенности технологии прикладного использования студийного оборудования.	2	1,2
В том числе лабораторных и практических занятий	2	
Практическое занятие № 33. Решения основных задач рекламной фотосессии с использованием схемы установки студийного освещения	1	1,2
Практическое занятие № 34. Решение задач по созданию специфического светового рисунка на рекламируемом объекте в процессе фотосъемки с использованием насадок и фильтров на приборы студийного освещения	1	1,2
Содержание учебного материала	2/2	

моделирования	1. Пользовательский интерфейс 3D Max	2	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	8	
	Практическое занятие № 35. Создание базовых объектов, команды, операции, свойства	1	1,2
	Практическое занятие № 36. Создание сложных составных объектов. Модификаторы	1	
	Практическое занятие № 37. Создание сплайнов. Моделирование при помощи Editable Poly, Mesh	1	
	Практическое занятие № 38. Работа с полигонами. Создание предметов мебели	1	
	Практическое занятие № 39. Создание простейших материалов. Создание многокомпонентных материалов	1	
	Практическое занятие № 40. Создание источников света. Создание и настройка теней	1	
	Практическое занятие № 41. Создание интерьера комнаты	1	
	Практическое занятие № 42. Создание визуализации сцен. Рендер итоговых работ	1	
Тема 2.8. Работа над имиджевой фотографией, фотосессия предметов потребления.	Содержание учебного материала		1,2
	1. Фотографирование визуальных рекламных композиций. Фотосессия предметов потребления. Фотосессия визуальных композиций. Фотосессия имиджевого предмета. Креативная компоновка различных предметов в композицию для рекламного проекта	2	
	В том числе лабораторных и практических занятий	2	
	Практическое занятие №34. Практическая съемка фотографических изображений с помощью компоновки и финишного решения для рекламной композиции натюрморта предметов потребления. Подбор визуального ряда и текстового материала по заданной теме в фотосессии визуальной композиции при практической съемке фотографических изображений	1	1,2
	Практическое занятие № 35. Фотосессия имиджевого предмета. Подбор вариантов креативного решения освещения для выявления визуального акцента. Фотографирование визуального проекта имиджевой фотосессии	1	
Тема 2.9. Основы 3D	Содержание учебного материала	2/8	

моделирования	1.Пользовательский интерфейс 3D Max	2	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	8	
	Практическое занятие № 36. Создание базовых объектов, команды, операции, свойства	1	1,2
	Практическое занятие № 37. Создание сложных составных объектов. Модификаторы	1	
	Практическое занятие № 38. Создание сплайнов. Моделирование при помощи Editable Poly, Mesh	1	
	Практическое занятие № 39. Работа с полигонами. Создание предметов мебели	1	
	Практическое занятие № 40. Создание простейших материалов. Создание многокомпонентных материалов	1	
	Практическое занятие № 41. Создание источников света. Создание и настройка теней	1	
	Практическое занятие № 42. Создание интерьера комнаты	1	
	Практическое занятие № 43. Создание визуализации сцен. Рендер итоговых работ	1	
Тема 2.10. Этапы производства видеоконтента	Содержание учебного материала	10/6	
Тема 2.11. Самопрезентация через видеоконтент			
	Практическое занятие № 43. Скаутинг и разработка раскадровки	1	1,2
	Практическое занятие № 44. Организация съёмочной команды	1	
	Практическое занятие № 45. Съёмка рекламного видеоконтента по составленному тритменту	1	
	Практическое занятие № 46. Монтаж рекламного видеоконтента из отснятого материала	1	
	Содержание учебного материала	6/2	
	1. Самопрезентация через видеоконтент	6	
	В том числе практических и лабораторных занятий	2	

	Практическое занятие № 47. Создание шоурила из своих работ	1	
	Практическое занятие № 48. Создание видео визитки о себе для будущего работодателя	1	
Тема 2.12. Разработка и создание дизайна рекламной продукции	Содержание учебного материала	6/4/4	
	1. Осуществление поиска рекламных идей. Художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы в жанрах.	6	1,2
	В том числе практических и лабораторных занятий	4	
	Практическое занятие №49. Разработка авторского рекламного проекта. Подбор референсов по теме задания. Практическое технологическое решение применения освещения и средств получения визуального рекламного продукта	1	1,2
	Практическое занятие №50. Создание визуальных образов с рекламными функциями. Подбор референсов по теме задания. Технология создания рекламного решения образа продукта	1	1,2
	Практическое занятие №51. Создание рекламных образов в портрете. Подбор референсов. Применение технологических средств создания рекламной фотографии с различными схемами освещения	1	1,2
	Практическое занятие № 52. Создание рекламного образа в натюрморте. Подбор референсов. Практика компоновки и фотографирования рекламного натюрморта для получения визуальных решений по задачам фотосъёмки Самостоятельная работа №2 Подбор референсов	1/4	1,2,3
Тема 2.13. Производство рекламной продукции	Содержание учебного материала	12/6	
	1.Выбор и практическое использование инструментов, оборудования, материалов и изобразительных средств.	6	1,2
	2.Практическое использование изобразительных средств оптики, фактуры, световых схем для создания имиджа рекламного продукта.	6	1,2

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. 24. Проведение рестайлинга фирменного стиля для повышения узнаваемости имиджа		
---	--	--

компаний. 25. Разработка комплекса печатной рекламы для информирования целевой аудитории. 26. Креативная концепция для создания рекламной кампании. 27. Разработка корпоративного персонажа для использования в рекламной продукции. 28. Разработка корпоративного персонажа для повышения узнаваемости. Разработка сценария и раскадровки рекламной медиапродукции.		
Обязательные аудиторные учебные занятия по курсовому проекту (работе) 1. Проведение анализа, формирование ключевого рекламного решения. 2. Создание инсайта, разработка рекламного текста. 3. Создание ключевого визуального образа (Key visual). 4. Разработка плана рекламной кампании для продвижения нового товара на рынок 5. Разработка комплекса рекламной продукции. Защита курсовой работы.	20*	
Итого по модулю	336	
Теоретические занятия	95	
Практические занятия	96	
Самостоятельная работа	6	
Учебная практика	72	
Производственная практика	36	
Промежуточная аттестация	11	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Требования к материально-техническому обеспечению

Для реализации программы профессионального модуля предусмотрены следующие специальные помещения:

Кабинет Дизайна и макетирования рекламной продукции, оснащенный

- оборудованием: парта ученическая, стул, шкаф, стол преподавателя, стул преподавателя, шкаф.
- техническими средствами обучения: монитор, системный блок, мышь компьютерная, проектор, интерактивная доска.
- программное обеспечение MS Office, Windows Media Player, Internet Explorer; пакет Adobe CC, CorelDraw; программа просмотра pdf-файлов; редактор просмотра изображений; интерактивная доска.
- площадка работодателя для проведения производственной практики – ООО

Лаборатория Видеостудия, Лаборатория Фотостудия, Лаборатория Цифровых коммуникационных технологий, Лаборатория компьютерной графики, оснащенные необходимым для реализации программы учебного предмета оборудованием.

Площадка работодателя для проведения производственной практики: Рекламное агентство «Легко».

3.2. Информационное обеспечение обучения

Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

3.2.1. Основные печатные и электронные издания

1. *Карпова, С. В.* Рекламное дело : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 344 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19807-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/561056>
2. *Алексеев, А. Г.* Дизайн-проектирование : учебник для среднего профессионального образования / А. Г. Алексеев. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 90 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11134-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/566071>
3. *Бочарова, Т. И.* Рекламный текст. Сборник упражнений / Т. И. Бочарова. — 3-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2022. — 88 с. — ISBN 978-5-507-44709-1. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/238658>
4. *Кольшикина, Т. Б.* Проектирование и оценка рекламного образа : учебник для среднего профессионального образования / Т. Б. Кольшикина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 262 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18737-3. — Текст :

- электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/568999>
5. Крайнов, Г. Н. Технология подготовки и реализации кампании по рекламе и связям с общественностью / Г. Н. Крайнов. — 2-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2023. — 372 с. — ISBN 978-5-507-45867-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/288947> (дата обращения: 03.08.2023). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
 6. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 502 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05261-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510974> (дата обращения: 14.09.2023).
 7. Селезнева, Л. В. Написание рекламных текстов : учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. В. Селезнева. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 159 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13318-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519472> (дата обращения: 14.09.2023).
 8. Трищенко, Д. А. Техника и технологии рекламного видео : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Д. А. Трищенко. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 177 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12575-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518451> (дата обращения: 14.09.2023).

3.2.2. Дополнительные источники

1. Федеральный закон «О рекламе» №38 ФЗ. - М.: ИНФРА-М, 2006.
2. Борисов, А. А. Методические подходы в интернет-маркетинге. Основные метрики и показатели эффективности рекламной кампании / А. А. Борисов // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2019. – № 2-1. – С. 49-52.
3. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта :
4. Гринько, О. И. Место и роль контент-маркетинга в системе маркетинговых коммуникаций / О. И. Гринько // Современная экономическая наука: теоретический и практический потенциал. Инновационное развитие современного экономического образования : материалы Международной научно-практической конференции, Ярославль, 04 декабря 2019 года. – Ярославль: Общество с ограниченной ответственностью «Филигрань», 2020. – С. 43-49.
5. Гришкина, Ю. Э. Ключевые инструменты цифрового маркетинга на онлайн-платформе / Ю. Э. Гришкина // Хроноэкономика. – 2019. – № 2(15). – С. 188-194.
6. Гуриева, Л. К. Возможности интернет-маркетинга современной компании / Л. К. Гуриева, Г. Э. Батагов // Управление экономическими и социальными системами региона : Сборник научных трудов / Под редакцией С.Ф. Дзгоева. – Владикавказ : Северо-Осетинский государственный университет им. К.Л. Хетагурова, 2019. – С. 120-126.
7. Гюмюшлю, А. И. Методы продвижения с использованием Интернет-маркетинга / А. И. Гюмюшлю, Ж. Санду // Практический маркетинг : Материалы IV международной студенческой научно-практической конференции, Москва, 24 апреля 2019 года /

Ответственный редактор И.Л. Сурат. – Москва: Негосударственное образовательное частное учреждение высшего образования «Московский экономический институт», 2019. – С. 356-363.

8. Волохов, А. А. Каналы коммуникации с потребителями в интернете / А. А. Волохов // Путеводитель предпринимателя. – 2019. – № 42. – С. 67-72.
9. Гончаров, В. Н. Использование интернет-технологий в маркетинге / В. Н. Гончаров, Е. В. Курипченко // Менеджер. – 2020. – № 3(93). – С. 181-187.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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.

Код ПК, ОК	Критерии оценки результата (показатели освоённости компетенций)	Формы контроля и методы оценки
ПК 4.1 Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной / коммуникационной кампании	– проявляет способности и интерпретировать стили, жанры и направления; – создает высокохудожественные творческие работы с использованием различных художественных материалов; – формирует рекламное обращение на основе соотнесения утилитарного целевого назначения рекламы с эстетическими требованиями к ней; - создаёт оригинальный дизайн-проект рекламного обращения средствами компьютерных технологий.	Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях; результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной	-способность логично, последовательно и аргументированно высказывать свои предложения по планированию кампании.	Экспертная оценка результатов работы на практических занятиях; результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и

коммуникационной кампании.	–владение навыками проектирования коммуникационных кампаний в интернете. – владеет навыками использования методов наглядного изображения при моделировании и гармонизации рекламной программы.	защите курсовой работы, при проведении экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.	-владение методами и технологиями проведения рекламных интернет-кампаний; - владение современными методами оценки интернет-продвижения; – методами оптимизации интернет-ресурсов с целью привлечения большего числа интернет-клиентов.	Экспертная оценка в рамках текущего контроля: - результатов работы на практических занятиях; - результатов выполнения индивидуальных домашних заданий; - при выполнении и защите курсовой работы; - при проведении экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
		Экспертная оценка в рамках текущего контроля: - результатов работы на практических занятиях; - результатов выполнения индивидуальных домашних заданий; - при выполнении и защите курсовой работы; - при проведении экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ОК 01 Выбирать способы решения задач профессиональной	- выбор и применение способов решения профессиональных задач;	Экспертное наблюдение выполнения практических работ

деятельности применительно к различным контекстам	- оценка эффективности и качества выполнения задач; - знание более одного способа решения профессиональной задачи; - аргументация выбора конкретного способа.	Кейс-задачи Защита проекта Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ОК 02 Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	- соответствие найденной информации заданной теме (задаче); - владение разными способами представления информации; - результативность и оперативность поиска информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития; - объективный анализ найденной информации; - использование широкого спектра современных источников информации, в том числе Интернета при решении профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Устные выступления с Презентацией Защита проектов Экспертное наблюдение выполнения практических работ. Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ОК 03 Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и	- демонстрация интереса к инновациям в области профессиональной деятельности; выстраивание траектории профессионального развития и самообразования; осознанное планирование повышения квалификации	Осуществление самообразования, использование современной научной и профессиональной терминологии, участие в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических конференциях, оценка способности находить

финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях		альтернативные варианты решения стандартных и нестандартных ситуаций, принятие ответственности за их выполнение. Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ОК 04 Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	- демонстрация результатов деятельности в условиях коллективной и командной работы в соответствии с заданной задачей. - объективность оценки собственного вклада в достижение командного результата; - успешность применения коммуникационных способностей на практике; - соблюдение принципов профессиональной этики; - владение способами бесконфликтного общения и саморегуляции в коллективе.	Экспертное наблюдение за обучающимся в ходе выполнения практических (проектных, исследовательских) парных (групповых) заданий; Оценка практических (проектных, исследовательских) парных (групповых) заданий Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ОК.05 Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей	- использование вербальных и невербальных способов коммуникации на государственном языке с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста;	Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие в устной и письменной форме,

социального и культурного контекста	- соблюдать нормы самостоятельность выбора стиля монологического высказывания в зависимости от его цели и целевой аудитории и с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста.	проявление толерантности в коллективе; Экспертное наблюдение за выполнением работ. Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ОК 06 Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения	осознает значимость своей специальности; понимает стандарты антикоррупционного поведения	- экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе; - экспертное наблюдение за выполнением работ. - результаты выполнения индивидуальных домашних заданий; - экзамена по модулю; - экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики
ОК 07 Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об	- сохранение окружающей среды и соблюдения норм экологической безопасности; - определение направлений ресурсосбережения в рамках	Экспертная оценка соблюдения правил экологической в ведении профессиональной деятельности;

изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях	профессиональной деятельности; - соблюдение правил экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности; - определение путей обеспечения ресурсосбережения; - выбора действий и форм поведения в чрезвычайных ситуациях; - соблюдение требований безопасности жизнедеятельности, охраны труда при организации образовательного процесса.	Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ОК 09 Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	- эффективность поиска необходимой информации в российских и зарубежных источниках: нормативно-правовой документации, стандартах; - объективность анализа и эффективность применения в профессиональной деятельности информации, содержащейся в документации профессиональной области	Экспертное наблюдение за выполнением работ; Оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации; Кейс-метод; Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при выполнении и защите курсовой работы, при проведении экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.

Лист регистрации изменений

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	<i>Актуализирована</i>	Протокол заседания ЦК ____ № ____ от ____ 20__ года	
2.		Протокол заседания ЦК ____ № ____ от ____ 20__ года	
3.		Протокол заседания ЦК ____ № ____ от ____ 20__ года	