

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ ЗАБАЙКАЛЬСКОГО КРАЯ
ГПОУ «ЧИТИНСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.01 РАЗРАБОТКА И СОЗДАНИЕ РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ

2022 г.

Программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальностям среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 «Реклама»

Организация-разработчик: ГПОУ «Читинский политехнический колледж».

Разработчики:

Наседкина И.С., - преподаватель ГПОУ «Читинский политехнический колледж».

Каберская И.В - - преподаватель ГПОУ «Читинский политехнический колледж».

Рекомендована Методическим советом ГПОУ «Читинский политехнический колледж»

Заключение Методического совета №____ от « ____ » _____ 2022 г.

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	6
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	7
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	16
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	19

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ Разработка и создание рекламной продукции

1.1. Область применения программы

Программа профессионального модуля является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 «Реклама» в части освоения основного вида профессиональной деятельности: «Разработка и создание рекламной продукции» и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.

ПК 1.2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.

ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.

ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.

ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.

Программа профессионального модуля может быть использована в дополнительном профессиональном образовании (в программах повышения квалификации и переподготовки) и профессиональной подготовки в должности служащего Агент рекламный на базе среднего (полного) общего образования. Опыт работы не требуется.

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:

- выбора художественной формы реализации рекламной идеи;
- создания визуального образа с рекламными функциями;
- художественного конструирования рекламных продуктов по заданию.

уметь:

- осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги;
- разрабатывать композиционное решение рекламного продукта;
- использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы;
- составлять рекламные тексты.

знать:

- выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы;
- приемы и принципы составления рекламного текста;
- композицию, шрифтовую и художественную графику в рекламе;
- методы проектирования рекламного продукта;
- методы психологического воздействия на потребителя.

1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение программы профессионального модуля:

всего – 720 часов, в том числе:

- ✓ максимальной учебной нагрузки обучающегося – 720 часов, включая:
- ✓ обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 336 часов;
- ✓ самостоятельной работы обучающегося - 168 часа;
- ✓ учебной и производственной практики - 216 часа.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

Код	Наименование результата обучения
ПК 1.1	Осуществлять поиск рекламных идей.
ПК 1.2	Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.
ПК 1.3	Разрабатывать авторские рекламные проекты.
ПК 1.4	Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.
ПК 1.5	Создавать визуальные образы с рекламными функциями.
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3.	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК 4.	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5.	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 6.	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7.	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
ОК 8.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9.	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.
ОК 10.	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.
ОК 11.	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке

3. СТРУКТУРА И ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Тематический план профессионального модуля

Код профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов
			Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ПК 1.1-1. 3	Раздел 1. Художественное проектирование рекламного продукта	176	110	66	-	88	-		-
ПК 1.4-1. 5	Раздел 2. Разделение творческой концепции рекламного продукта	160	84	76	-	80	-		-
	Учебная практика, часов	108						108	
	Производственная практика (по профилю специальности), часов	108							108
	Всего	720	294	142	-	168	-	108	108

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 работ (проект)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
ПМ.01 Разработка и создание рекламной продукции			
Раздел 1. Художественное проектирование рекламного продукта		264	
Тема 1.1. Реклама как средство передачи информации	Содержание	12	
	1. Исторические примеры рекламного продукта	2	2
	2. Образовательный аспект рекламы	2	2
	3. Образовательный аспект рекламы	2	2
	Практическое занятие	6	
	1. Техника создания названия для товара	2	3
	2. Разработка рекламного текста	2	3
	3. Разработка стратегии обращения	2	3
Тема 1.2. Классификация по целевой аудитории.	Содержание	28	
	1. Потребительская реклама, деловая реклама.	2	2
	2. Потребительская реклама, деловая реклама.	2	2
	3. Потребительская реклама, деловая реклама.	2	2
	4. Выбор художественной формы реализации рекламной идеи.	2	2
	5. Выбор художественной формы реализации рекламной идеи.	2	2
	6. Поиск выразительных средств цветового решения	2	2
	7. Поиск выразительных средств цветового решения	2	2
	Практическое занятие	14	
	1. Создание эскиза потребительской рекламы, в форме рекламного объявления	2	3
	2. Стилистические особенности рекламных текстов. Приемы языкового манипулирования. Нейминг. Техника создания названия для товара.	4	3
	3. Рекламная аргументация.	4	3
	4. Разработка рекламного текста.	4	3

Тема 2.1. Организация композиции плоскости	Содержание		38	
	1.	Композиционное равновесие.	2	2
	2.	Композиционное равновесие.	2	2
	3.	Соотношение форм	2	2
	4.	Виды композиционного равновесия	2	2
	5.	Членение плоскости на части	2	2
	6.	Членение плоскости на части	2	2
	7.	Доминанта - композиционный центр.	2	2
	8.	Доминанта - композиционный центр.	2	2
	9.	Способы организации пространства.	2	2
	10.	Способы организации пространства.	2	2
	11.	Разработка композиционного решения рекламного продукта	2	2
	12.	Разработка композиционного решения рекламного продукта	2	2
	13.	Уравновешивание фигуры правильной геометрической формы (круг, квадрат, ромб).	2	2
	14.	Уравновешивание фигуры правильной геометрической формы (круг, квадрат, ромб).	2	2
	Практическое занятие		10	
	1.	Выполнение уравновешенной композиции из различных по величине элементов.	4	3
	2.	Разработка логотипа. Разработка корпоративного героя.	2	3
	3.	Подбор фирменного цвета.	2	3
	4.	Разработка фирменного стиля компании.	2	3
Тема 2.2. Цвет в декоративной композиции	Содержание		46	
	1.	Две основные группы цветов	2	2
	2.	Хроматические цвета.	2	2
	3.	Ахроматические цвета.	2	2
	4.	Основные признаки цвета	2	2
	5.	Основные признаки цвета	2	2
	6.	Цветовой контраст	2	2
	7.	Тёплые цвета.	2	2
	8.	Холодные цвета.	2	2
	9.	Цветовой круг.	2	2
	10.	Гармонические цветовые сочетания	2	2
	11.	Гармонические цветовые сочетания	2	2

	12	Пространственные свойства цвета, основанные на тёпло - холодности.	2	2
	13	Пространственные свойства цвета, основанные на тёпло - холодности.	2	2
	14	Пятирусный цветовой круг из 16 сегментов со всеми тональными и цветовыми градациями	2	2
	15	Пятирусный цветовой круг из 16 сегментов со всеми тональными и цветовыми градациями	2	2
	Практические занятия		16	
	1.	Выполнение формальной композиции из геометрических элементов	4	3
	2	Выполнение композиции из простых геометрических форм или плоскостей, в которой чётко просматриваются три пространственных плана (передний, средний и дальний)	2	3
	3	Макет рекламного шрифтового обращения. Рисунок – основа визуализации в рекламе.	2	3
	4	Разработка графической концепции в рекламе.	4	3
	5	Разработка рекламного продукта	4	3
Тема 2.3. Стилизация в композиции	Содержание		28	
	1	Понятие стилизации и стиля (стилизация как процесс работы представляет собой обобщение изображаемых объектов).	2	2
	2	Понятие стилизации и стиля (стилизация как процесс работы представляет собой обобщение изображаемых объектов).	2	2
	3	Понятие стилизации и стиля (стилизация как процесс работы представляет собой обобщение изображаемых объектов).	2	2
	4	Стилизация природных форм	2	2
	5	Стилизация природных форм	2	2
	6	Стилизация природных форм	2	2
	Практические занятия		16	
	1	Выполнение композиции из геометрических элементов или форм приближенных к ним	4	3
	2	Выполнение композиции в стиле известного художника (Матисса, Пикассо, Лентулова, Миро).	4	3

	3	Оптические и рельефные деформации плоскости	4	3
	4	Особенности построения глубинно-пространственной композиции	4	3
Тема 3.1 Реклама торговой марки	Содержание		24	
	1	Рекламная идея.	2	2
	2	Поиск идеи начинается с поиска ассоциаций.	2	2
	3	Поиск графической концепции рекламного продукта.	2	2
	4	Поиск графической концепции рекламного продукта.	2	2
	5	Создание образа и обеспечение пролонгированной узнаваемости торговой марки.	2	2
	6	Выстроить четкое представление о торговой марке какой-то продукции.	2	2
	7	Формирование авторской рекламной идеи	2	2
	8	Формирование авторской рекламной идеи	2	2
	9	Создание авторского проекта рекламного продукта	2	2
	10	Создание авторского проекта рекламного продукта	2	2
	Практическое занятие		4	
	1.	Создание авторского проекта рекламного продукта	4	3
Тематика внеаудиторной самостоятельной работы			88	
Задание на тему «Анализ рекламных текстов в периодических изданиях»				
Составить электронный конспект на тему «Реклама как средство передачи информации»				
Сравнительная таблица на тему «Структура рекламного текста. Виды слоганов. Виды рекламных текстов»				
Творческое задание на тему «Разработка текста рекламного сообщения»				
Составить сравнительную таблицу «Сравнительный анализ логотипов»				
Презентация на тему «Геометрические фигуры в композициях»				
Собрать материал для проведения практических занятий				
Реферат на тему «История рисунка. «С древности до наших лет»				
Проект на тему «Пятирусный цветовой круг из 16 сегментов со всеми тональными и цветовыми градациями»				
Составить реферат на тему «Великие художники Матисс, Пикассо, Лентулова, Миро»				
Написать эссе на тему «Грани стиля»				
Создать композицию комплексного решения				
Учебная практика			108	
Виды работ				
Создание эскиза потребительской рекламы, в форме рекламного объявления.				
Выполнение художественного проектирования рекламного продукта по заданию				

Выполнение эскиза рекламного плаката в заданном стилевом формате Разработка авторского рекламного проекта. Создание рекламного слогана на заданную тему Создание эскиза баннера растяжки Разработать эскиз композиционного решения рекламного продукта; Создание рекламного продукта по заданию.			
Раздел 1. Разработка творческой концепции рекламного продукта		240	
Тема 4.1. Шрифтовая композиция в рекламе	Содержание	34	
	1	Терминология.	2
	2	Классификация шрифтов.	2
	3	Различие шрифтов по начертанию.	2
	4	Основные требования, предъявляемые к работе над шрифтом в плакате	2
	5	Текст и изображение.	2
	Практические занятия	14	
	1.	Составляющие рекламного сообщения	3
	2.	Типы заголовков и ОРТ	3
	3	Виды рекламной аргументации	3
	4	Три составляющие рекламного сообщения: вербальная, визуальная и акустическая	3
	5	Соотношение составляющих рекламного сообщения и их функции	3
	6	Слоган, заголовок, основной рекламный текст, эхо-фраза	3
Тема 4.2. Правила создания баннерной рекламы	Содержание	46	
	1	Приемы и принципы составления рекламного (слоганы и рекламные идеи)	2
	2	Порядок воздействия баннера: текстом, цветом и графикой.	2
	3	Цветовые предпочтения при создании баннера.	2
	Практические занятия	28	
	1	Новые технологии, материалы и средства распространения наружной рекламы	3
	2	Рекламные конструкции, размещенные на зданиях и сооружениях	3
	3	Отдельно установленные рекламные конструкции	3
	4	Разработка визуальной составляющей рекламного сообщения для наружных носителей	3

	5	Графическое и шрифтовое оформление баннерной рекламы	4	3
	6	Элементы и требования к баннерной рекламе. Проектирование эксклюзивного баннера	4	3
	7	Создание эскиза баннера растяжки	4	3
Тема 5.1. Образы функций. Рекламные технологии	Содержание		80	2
	1	Образы функций рекламы. Типы функций рекламы.	6	2
	2	Образы сенсорно-логических, сенсорно-этических, интуитивно-логических и интуитивно-этических типов	10	2
	3	Особенности композиционного построения и колористического решений рекламы.	6	2
	4	Метафоры обыгрывающие «естественные» элементы образа женщин, отношений между ними.	8	2
		Метафоры обыгрывающие «естественные» элементы образа мужчин и отношений между ними.	6	
	5	Визуальное поле через понятия «изображения» и «взгляда»	10	2
	Практические занятия		34	
	1	Рекламные технологии газет и журналов	4	3
	2	Рынок рекламной продукции Забайкальского края	4	3
	3	Особенности рекламной продукции региональных и локальных газет ЗК (рекламируемые товары, виды рекламы)	4	3
	4	Особенности рекламной продукции федеральных изданий	4	3
	5	Основы и специфика дизайнерской деятельности	4	3
	6	Рекламные технологии создания дизайна	4	3
	7	Теория уникального торгового предложения	4	3
8	Теория позиционирования	4	3	
9	Техники передачи рекламы	2	3	
Самостоятельная работа при изучении раздела 2 Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленным преподавателем). Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ, отчетов и подготовка к их защите. Выполнение рефератов Тематика внеаудиторной самостоятельной работы Текст и изображение в рекламе Использование шрифта при разработке рекламного продукта			80	

Слоганы и рекламные идеи Баннерная реклама Создание рекламного слогана Создание эскиза баннера растяжки Рекламные технологии Применение образов функций в рекламе Визуальное поле в рекламе Разработка эскиза композиционного решения рекламного продукта Разработка рекламного продукта		
Производственная практика Виды работ Выбор художественной формы реализации рекламной идеи Создание визуального образа с рекламными функциями Разработка композиционного решения рекламного продукта Художественное конструирование рекламного продукта Составление слогана и рекламного текста Выполнение эскиза рекламного продукта по заказу	108	
Всего	720	

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

- 1 - ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
- 2 - репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством);
- 3 – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач)

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы модуля предполагает наличие учебного кабинета проектирования рекламного продукта; лаборатории компьютерного дизайна.

Оборудование учебного кабинета проектирования рекламного продукта и рабочих мест кабинета:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- комплект инструментов и приспособлений;
- комплект учебно-наглядных пособий;
- комплект бланков технологической документации;
- комплект учебно-методической документации;
- учебные пособия.

Технические средства обучения кабинета проектирования рекламного продукта:

- компьютер (или ноутбук) для преподавателя;
- интерактивная доска (или проектор с проекционным экраном);
- лицензионное программное обеспечение, предусмотренное учебной программой;
- посадочные места по количеству обучающихся, оборудованные ПК;
- внешние накопители информации;
- локальная сеть;
- доступ к глобальной сети Интернет.

Оборудование лаборатории компьютерного дизайна и рабочих мест лаборатории:

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

Технические средства обучения лаборатории компьютерного дизайна:

- компьютер (или ноутбук) для преподавателя;
- интерактивная доска (или проектор с проекционным экраном);
- лицензионное программное обеспечение, предусмотренное учебной программой;
- посадочные места по количеству обучающихся, оборудованные ПК;
- внешние накопители информации;

- локальная сеть;
- доступ к глобальной сети Интернет.
- аудиосистема.

Реализация программы модуля предполагает обязательную учебную и производственную практику, которую рекомендуется проводить концентрированно.

Оборудование и технологическое оснащение рабочих мест:

- рабочие станции;
- лицензионное программное обеспечения;
- источники бесперебойного питания;
- мобильные устройства для хранения информации;
- локальная сеть;
- подключение к глобальной сети Интернет;
- оборудование электропитания;

Учебная и производственная практика осуществляется в рекламных организациях, где обучающиеся овладевают современной техникой и технологией, приемами и способами работы под руководством опытных наставников.

4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

- 1) Лесли де Чернатони Бренддинг. Как создать мощный бренд : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям 080111 «Маркетинг», 080300 «Коммерция», 070801 «Реклама» / Лесли Чернатони де, МакДональд Малькольм ; перевод Б. Л. Ерёмин. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 559 с. — ISBN 5-238-00894-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/71210.html>

Дополнительные источники:

— Скопин А.А., Разработка и технологии производства рекламного продукта: Учебно-методическое пособие. – Ярославль, «Ремдер», 2009 – 118 с. – Текст : электронный. - Локальный доступ. – Библиотека: Электронные книги: Реклама. Фотография

— Ткаченко, Н.В. Креативная реклама : технологии проектирования ; учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Реклама» / Н.В. Ткаченко, О.Н. Ткаченко ; под ред. Л.М. Дмитриевой. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 335 с. – (Серия «Азбука рекламы»). – ISBN 978-5-238-01568-2.- Текст : электронный. - Локальный доступ. – Библиотека: Электронные книги: Реклама

— Чабанюк, Т.А. Теория и практика рекламы: учеб. пособие / Т.А. Чабанюк. – Комсомольск-на Амуре: ФГБОУ ВПО «КнАГТУ», 2013. – 62 с. - Текст : электронный. - Локальный доступ. – Библиотека: Электронные книги: Реклама

Интернет-ресурсы:

1. <http://www.svinsurance.ru>
2. <http://www.rosno.ru>
3. <http://www.reso.ru>
4. <http://www.ingos.ru>
5. <http://www.renins.com>

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Освоение программы модуля базируется на изучении общепрофессиональных дисциплин: Рисунок с основами перспективы, Живопись с основами цветоведения, История изобразительного искусства, Экономика организации.

Реализация программы модуля предполагает (концентрированную) учебную и производственную практику. Учебная и производственная практика должна проводиться в организациях, направление деятельности которых соответствует профилю подготовки обучающихся.

Обязательным условием допуска к производственной практике (по профилю специальности) в рамках профессионального модуля является освоение междисциплинарных курсов учебной практики.

При подготовке к экзамену по МДК. 01.01 и экзамену (квалификационному) по модулю организуется проведение консультаций.

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарным курсам: наличие высшего профессионального образования, соответствующего профилю модуля и специальности Реклама.

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой: высшее профессиональное образование, соответствующее профилю модуля. Обязательна стажировка 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 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.	Нахождение и использование различных источников информации, в том числе электронной, для эффективного поиска рекламных идей.	Практические работы. Отчет по учебной и производственной практике. Самостоятельная работа.
	Результативность поиска различных решений при создании рекламного продукта, услуги в соответствии с поставленной задачей	Практические работы. Творческие работы. Отчет по учебной и производственной практике. Самостоятельная работа.
	Результативность поиска графической концепции рекламного продукта в соответствии с поставленной задачей.	Практическая работа. Отчет по учебной и производственной практике. Самостоятельная работа.
ПК 1.2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.	Соответствие эскиза композиционного решения рекламного продукта рекламной идее;	Практическая работа. Творческие работы. Отчет по учебной и производственной практике. Самостоятельная работа.
	Оптимальность выбора изобразительных средств рекламы в соответствии с композиционным решением рекламной идеи	Практическая работа. Творческие работы. Отчет по учебной и производственной практике. Самостоятельная работа.
	Оптимальность выбора художественной формы реализации рекламной идеи в соответствии с поставленной задачей	Практическая работа. Отчет по учебной и производственной практике. Самостоятельная работа.
	Верность выполнения эскиза рекламного плаката в заданном стилевом формате в соответствии с поставленной задачей	Практическая работа. Творческие работы. Отчет по учебной и производственной практике. Самостоятельная работа.
ПК 1.3. Разрабатывать авторские Рекламные проекты.	Соответствие авторского проекта рекламного продукта принципам и законам рекламного проектирования	Практическая работа. Творческие работы. Отчет по учебной и производственной практике. Самостоятельная работа.

ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.	Правильность создания рекламного слогана на заданную тему в соответствии с основополагающими принципами и законами составления рекламного текста	Практическая работа. Творческие работы. Отчет по учебной и производственной практике. Самостоятельная работа.
	Правильность составления и оформления текстов рекламных объявлений на заданную тему в соответствии с основополагающими принципами и законами составления и оформления рекламного текста	Практическая работа. Творческие работы. Отчет по учебной и производственной практике. Самостоятельная работа.
ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.	Соответствие визуальных образов с рекламными функциями поставленным задачам	Практическая работа. Творческие работы. Отчет по учебной и производственной практике. Самостоятельная работа.

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. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	Активность, инициативность в процессе освоения программы модуля	Собеседование. Творческие работы. Отчет по учебной и производственной практике.
	Эффективность и качество выполненной самостоятельной работы.	Собеседование. Творческие работы. Отчет по учебной и производственной практике.
	Участие в конкурсах профессионального мастерства, выставках-ярмарках, мастер-классах и т. п.	Собеседование. Творческие работы. Отчет по учебной и производственной практике.
	Систематичность в изучении дополнительной, справочной литературы, периодических изданий по профессии	Анализ библиотечного формуляра обучающегося, оценка результатов самостоятельной работы
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Результативность организации собственной деятельности для выполнения профессиональных задач	Собеседование. Творческие работы. Отчет по учебной и производственной практике.
	Адекватный выбор методов и способов решения профессиональных задач;	Собеседование. Творческие работы. Отчет по учебной и производственной практике.
	Точность подбора критериев и показателей оценки эффективности и качества выполнения профессиональных задач	Собеседование. Отчет по учебной и производственной практике.
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Обоснованность принятия решения в стандартных и нестандартных ситуациях;	Собеседование. Отчет по учебной и производственной практике.
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Нахождение и использование информации для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития;	Собеседование. Отчет по учебной и производственной практике.
	Адекватность использования нескольких источников информации для решения профессиональных задач.	Собеседование. Отчет по учебной и производственной практике.
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	Своевременность решения профессиональных задач на основе самостоятельно найденной информации с использованием ИКТ;	Собеседование. Отчет по учебной и производственной практике.
	Результативность использования различных информационных источников с использованием ИКТ;	Собеседование. Отчет по учебной и производственной практике.

	Качество оформления результатов работы с использованием ИКТ;	Собеседование. Отчет по учебной и производственной практике.
ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	Ясность и аргументированность изложения собственного мнения	Собеседование. Отчет по учебной и Производственной практике.
	Правильность выбора стратегии поведения при организации работы в команде	Собеседование. Отчет по учебной и производственной практике.
	Результативность взаимодействия с коллегами, руководством, потребителями	Собеседование. Отчет по учебной и производственной практике.
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	Адекватность оценки и анализа эффективности и качества результатов работы членов команды (подчиненных)	Собеседование. Отчет по учебной и производственной практике.
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	Результативность внеаудиторной самостоятельной работы при изучении профессионального модуля;	Собеседование. Отчет по учебной и производственной практике.
	Верность выбора способов коррекции результатов собственной деятельности;	Собеседование. Отчет по учебной и производственной практике.
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	Систематичность в изучении дополнительной, справочной литературы, периодических изданий в области профессиональной деятельности;	Анализ библиотечного формуляра обучающегося. Собеседование. Отчет по учебной и производственной практике.
ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями Предпринимательства в профессиональной деятельности.	Точность определения порядка организации предпринимательской деятельности в профессиональной области	Тест. Собеседование. Отчет по учебной и производственной практике.
	Точность определения видов ответственности в сфере профессиональной деятельности в соответствии с законодательством РФ	Тест. Собеседование. Отчет по учебной и производственной практики
ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке	Аргументированность оценки информации с использованием информационно-коммуникационных технологий.	Собеседование. Отчет по учебной и производственной практике.
	Обоснованность отбора средств решения профессиональных задач с учетом экологических требований	Собеседование. Отчет по учебной и производственной практике.

	Ясность и правильность изложения информации, собственных мыслей на иностранном языке с использованием несложных речевых оборотов для решения профессиональных задач	Собеседование. Отчет по учебной и производственной практике.
--	---	--