

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

ФИЛИАЛ ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ЭКОНОМИКИ И
СЕРВИСА» В г. АРТЕМЕ

Утверждаю
Заместитель директора
филиала
 О.И.Иванова

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

**программы подготовки специалистов среднего звена
по специальности
42.02.01 РЕКЛАМА**


Уровень подготовки: базовый

Год набора на ООП
2019



Артем 2020

Рабочая программа профессионального модуля **ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции** разработана в соответствии с Разъяснениями по формированию примерных программ профессиональных модулей начального профессионального и среднего профессионального образования на основе Федеральных государственных образовательных стандартов НПО и СПО, утвержденными Департаментом государственной политики и нормативно - правового регулирования в сфере образования Минобрнауки РФ от 27 августа 2009 года, с учетом требований Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (далее – СПО), утвержденного приказом Минобрнауки РФ от 12 мая 2014 г. №510, для освоения программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 Реклама, реализуемой колледжем Филиала федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Владивостокский государственный университет экономики и сервиса» в г. Артеме (далее Филиал ФГБОУ ВО «ВГУЭС» в г. Артеме).

Разработчики:

Место работы	Занимаемая должность, ученая степень и ученое (почетное) звание, квалификационная категория	Инициалы, фамилия	Подпись
Филиал ФГБОУ ВО «ВГУЭС» в г. Артеме	Преподаватель кафедры транспортных процессов, сервиса и дизайна	О.А.Шпак	

Эксперты:

Место работы	Занимаемая должность, ученая степень и ученое (почетное) звание, квалификационная категория	Инициалы, фамилия	Подпись
Филиал ФГБОУ ВО «ВГУЭС» в г. Артеме	Руководитель центра СОИР, преподаватель кафедры ЭУИТ	И.Н.Стасенко	
Филиал ФГБОУ ВО «ВГУЭС» в г. Артеме	Преподаватель кафедры транспортных процессов, сервиса и дизайна	О.В.Малых	

ОДОБРЕНА

на заседании кафедры транспортных процессов, сервиса и дизайна филиала ФГБОУ ВО ВГУЭС в г. Артёме

Протокол № 14 от 12 мая 2020 года

Зав. кафедрой



Л.В.Преснякова

СОГЛАСОВАНА

Заведующий отделением



М.С. Словикова

МетодистУМЧ

Т.И. Теплякова

СОДЕРЖАНИЕ

ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	5
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	6
УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	23
КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	26
ПРИЛОЖЕНИЕ А	31
ГЛОССАРИЙ	
ПРИЛОЖЕНИЕ Б	33
ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ И ДОПОЛНЕНИЙ, ВНЕСЕННЫХ В РАБОЧУЮ ПРОГРАММУ	

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа профессионального модуля (далее программа) является частью программы подготовки специалистов среднего звена по специальности **42.02.01 Реклама**, разработанной в соответствии с ФГОС в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД) **Разработка и создание дизайна рекламной продукции** и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.

ПК1.2. 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.

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

В целях 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 графики в рекламе;
- методы проектирования рекламного продукта;
- методы психологического воздействия на потребителя.

3. Рекомендуемое количество часов на освоение программы профессионального модуля:

Всего: 978 часов, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося –**501** часов, из них из вариативной части- **270** часов;

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – **334** часа, из них из вариативной части – 198 часа;

самостоятельной работы обучающегося – **167** часа,; из них из вариативной части -71 час.

учебная практика – **180** часов

производственной практики (по профилю специальности) – **252** часа.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимся видом профессиональной деятельности: **Разработка и создание дизайна рекламной продукции** и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

КОД	Наименование результатов 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
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
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 6	Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями
ОК 7	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
ОК 8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение
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.	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Тематический план профессионального модуля

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарных курсов					Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Внеаудиторная самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности),** часов
			Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практическое 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 1.1-1.5	МДК.01.01. Художественное проектирование рекламного продукта	309	206	86	40	103	20	180	216
ПК 1.1-1.5	МДК.01.02. Разработка творческой концепции рекламного продукта	192	128	72		64			36
ПК 1.1 - 1.5	УП.01.01 Учебная практика	180						180	
ПК 1.1 - 1.5	ПП.01.01. Производственная практика (по профилю специальности)	252							252
	Всего:	933	334	158	40	167	20	180	252

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ 01)

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)

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практическое занятия, Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся, курсовая работ (проект)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
ПМ 01. Разработка и создание дизайна рекламной продукции . МДК 01.01. Художественное проектирование рекламной продукции			
Тема 1.1 Фирменный стиль как элемент маркетинговых коммуникаций	2семестр	61/18/24/19	
	Содержание учебного материала 1.Понятие фирменного стиля. Рекламный продукт и рекламное обращение: определения понятий. 2.Процесс разработки и производства рекламного продукта: основные стадии рекламного процесса . 3.Участники процесса разработки и производства рекламного продукта. 4.Основы психологии поведения потребителей 5.Модели восприятия рекламных обращений: AIDA, AIDMA, DAGMAR и др.	18	1,2
	Внеаудиторная самостоятельная работа №1 -№3. Проработка конспектов занятий по теме. Изучение специальной литературы по теме «Фирменный стиль как элемент маркетинговых коммуникаций». Подготовка презентаций	19	3
	Практическое занятие №1. Разработка рекламного продукта с учётом основных стадий рекламного процесса	14	2,3
	Практическое занятие №2. Изучение моделей восприятия рекламных обращений: AIDA, AIDMA, DAGMAR и др.	10	2,3
Тема 1.2. Основные		71/20/26/25	
	Содержание учебного материала 1.Базовые модели организации творческого процесса. Модель творческого процесса Г.Уоллеса: подготовка, инкубация, озарение, верификация. 2 Методики поиска идей для креативной концепции рекламы.	20	1,2

стилеобразующие элементы	Групповые методы творчества: мозговая атака (А.Ф. Осборн), метод групповой дискуссии, метод фокальных объектов и др. Теория решения изобретательских задач (ТРИЗ). (Г.С. Альтшулер и И.Л.Викентьев). Методика стратегического креатива - «Disruption» Ж.М. Дрю. 3 Организация креативного процесса. Креативный отдел рекламного агентства: функции, перечень сотрудников, их должностные обязанности. Значение творческой связки артдиректор/копирайтер при разработке креативной стратегии.		
	Внеаудиторная самостоятельная работа № 4-5 Проработка конспектов занятий по теме. Изучение специальной литературы по теме «Основные стилеобразующие элементы». Изучение специальной литературы по теме «Методика стратегического креатива»	13	3
	Практическое занятие №3. Разработка базовых моделей организации творческого процесса	8	3
	Практическое занятие №4. Разработка моделей творческого процесса по Г.Уоллесу.	8	2,3
	Практическое занятие №1. Проведение групповых методов творчества: мозговая атака, метод групповой дискуссии, метод фокальных объектов	10	2,3
	Внеаудиторная самостоятельная работа № 6 Оформление практической работы и подготовка её к защите.	12	
	Итого за 4 семестр:	132	
В том числе:	теоретическое обучение	38	
	практические занятия	50	
	внеаудиторная самостоятельная работа	44	
	3 семестр		
Тема 1.3 Бриф для создания фирменного стиля		18/4/8/ 6	
	Содержание учебного материала 1 Креативный бриф. Принципы формирования эффективного брифа. Технология работы по его реализации. 2 Классические ошибки, допускаемые при разработке креативной стратегии рекламы. Образ - вампир Р Ривса.	4	1
	Внеаудиторная самостоятельная работа №7-9. Проработка конспектов занятий по теме. Изучение специальной литературы с подготовкой	3	3

	презентаций по темам: «Креативный бриф», « Образ-вампира Р.Ривса».		
	Практическое занятие №2. Закрепление технологии работы по реализации креативного брифа.	4	2,3
	Практическое занятие №5. Разработка креативной стратегии рекламы. Образ - вампир Р Ривса.	4	2,3
	Внеаудиторная самостоятельная работа №10. Оформление практических работ и подготовка их к защите.	3	3
		16/4/6/6	
Тема 1.4 Товарный знак и логотип в системе фирменного стиля	Содержание учебного материала 1 Принципы оформления рекламного текста: подбор шрифтов, верстка, цветовое решение. 2 Фирменный стиль как фактор повышения запоминаемости рекламы.	4	1
	Внеаудиторная самостоятельная работа № 11. Изучение специальной литературы с подготовкой презентаций по темам: «Товарный знак», «Роль логотипа в системе фирменного стиля»	4	3
	Практическое занятие №6. Разработка товарных знаков и логотипов по заданию преподавателя.	6	2,3
	Внеаудиторная самостоятельная работа № 12. Изучение образцов товарных знаков и логотипов , используемых организациями города.	2	3
		24/6/6/12	
Тема 1.5 Цвет и символ в системе фирменной символике	Содержание учебного материала 1 Цвет в рекламе: функции, методика подбора. 2 Композиция рекламы как способ привлечения и удержания внимания потребителя 3 Рекламная иллюстрация и видеоряд: функции, требования, приемы разработки. 4. Образы продавца и образы-вампиры	6	1, 2
	Внеаудиторная самостоятельная работа №7-№8. Изучение специальной литературы с подготовкой презентаций по темам: «Композиция рекламы как способ привлечения и удержания внимания потребителя», «Цвет и символ в системе фирменной символике».	3	3
	Внеаудиторная самостоятельная работа №9. Изучение образцов рекламы одного вида продукции и выявление традиционных в этой	2	3

	сфере подходов к созданию формы и содержания рекламного сообщения.		
	Практическое занятие №7. Разработка рекламной продукции с привлечением внимания потребителей к цвету рекламы, к функциям рекламных иллюстраций.	6	2,3
	Внеаудиторная самостоятельная работа №10. Оформление практических работ и подготовка их к защите.	2	3
		16/6/6/4	
Тема 1.6 Слоган как элемент фирменного стиля	Содержание учебного материала 1 Учет среды восприятия рекламы при разработке креатива. Серийность в рекламе. 2 Приемы: юмор, шок, метафора, лаконичность, динамика, эмоциональность, прием виртуальной прибавочной стоимости, эротизация. Применение приемов NLP-программирования.	6	1,2
	Внеаудиторная самостоятельная работа №11. Составление подборки рекламных слоганов, эффективных с точки зрения креативного решения	2	3
	Практическое занятие №8. Разработка рекламы с применением приёмов NLP-программирования.	6	2,3
	Внеаудиторная самостоятельная работа №10. Оформление практической работы и подготовка её к защите.	2	3
	Итого за 5 семестр:	69	
теоретическое обучение	20		
практические занятия	26		
внеаудиторная самостоятельная работа	23		
	4 семестр		
	Содержание учебного материала 1 Товарный знак. 2 Фирменная шрифтовая надпись (логотип). 3 Фирменный лозунг (слоган) 4 Фирменный цвет (цвета). 5 Корпоративный герой. 6 Другие фирменные константы.	22	1, 2
	Внеаудиторная самостоятельная работа №12. Составление презентационного материала на тему «Основные носители элементов фирменного стиля»	16	3
	Курсовое проектирование. Постановка задач на курсовое проектирование.	2	1,2,3

Тема 1.7 Основные носители элементов фирменного стиля	Курсовое проектирование. Подготовка плана проектной работы	6	2,3
	Курсовое проектирование. Подготовка макета проектной работы.	12	2,3
	Курсовое проектирование. Работа над проектом	12	2,3
	Практическое занятия №9. Индивидуальная творческая работа по пройденной теме: Разработка рекламы по теме, предложенной преподавателем. Дифференцированный зачёт	10	2,3
	Курсовое проектирование. Работа над проектом	6	2,3
	Внеаудиторная самостоятельная работа №13. Работа над курсовым проектом	20	3
	Защита курсового проекта	2	3
В том числе:	Итого за 6 семестр:	108	
	теоретическое обучение	22	
	практические занятия	10	
	внеаудиторная самостоятельная работа	36	
	курсовое проектирование	40	
	Итого по МДК 01.01. Художественное проектирование рекламной продукции	309	
	в том числе:		
	теоретическое обучение	80	
	практические занятия	86	
	курсовое проектирование	40	
	внеаудиторная самостоятельная работа студента	103	
	УП.01.01. УЧЕБНАЯ ПРАКТИКА по МДК 01.01 Художественное проектирование рекламной продукции (2 семестр)	180	
Вводное занятие Ознакомление с организацией	Виды работ Задачи практики. Инструктаж о прохождении практики: знакомство с программой практики и порядком её проведения, с графиком перемещения студентов по рабочим местам. Ознакомление с рекламной организацией : её организационно-правовой формой, категорией, местом расположения, режимом работы, перечнем предоставляемых услуг, основными клиентами, правилами трудового		

	распорядка Ознакомление с Правилами техники безопасности, пожарной безопасности.		
Тема 1.1 Фирменный стиль как элемент маркетинговых коммуникаций	Виды работ Ознакомление с процессом разработки и производства рекламного продукта: основные стадии рекламного процесса . Ознакомление с производством рекламного продукта и его участниками, реакцией потребителей на результат изготовленной рекламной продукции. Ознакомление с моделями восприятия рекламных обращений: AIDA, AIDMA, DAGMAR и др. Выполнение пробных работ по теме.	24	
Тема 1.2. Основные стилеобразующие элементы	Виды работ Ознакомление с базовыми моделями организации, работами по модели Г.Уоллеса. Изучение методик поиска идей для креативной концепции рекламы. Ознакомление с групповыми методами творчества: мозговой атакой (А.Ф. Осборн), методом групповой дискуссии, методом фокальных объектов и др. Изучение практики применения теории решения изобретательских задач (ТРИЗ). (Г.С. Альтшулер и И.Л.Викентьев), методики стратегического креатива - «Disruption» Ж.М. Дрю. Выполнение пробных работ по данной теме. Ознакомление с организацией креативного процесса: с работой креативного отдела рекламного агентства: функциями, перечнем сотрудников, их должностными обязанностями. Наблюдение и анализ творческой связки артдиректора/копирайтера при разработке креативной стратегии. Выполнение пробных работ на основе наблюдений и анализа работы креативного отдела по теме «Создание эскиза потребительской рекламы в форме рекламного объявления».	48	
Тема 1.3 Бриф для создания фирменного стиля	Виды работ Ознакомление с принципами формирования эффективного креативного брифа, с технологией работы по его реализации. Изучение классических ошибок, допускаемых работниками при разработке креативной стратегии рекламы, практики применения	24	

	образа - вампира Р Ривса. Выполнение пробных работ на основе изучения предложенного материала по теме «Выполнение уравновешенной композиции из различных по величине элементов».		
Тема 1.4 Товарный знак и логотип в системе фирменного стиля	Виды работ Ознакомление с принципами оформления рекламного текста: подбором шрифтов, версткой, цветовым решением. Выполнение пробных работ по оформлению рекламного текста. Изучение технологии применения фирменного стиля в целях повышения запоминаемости рекламы. Выполнение пробных работ по оформлению рекламного продукта с использованием товарного знака и логотипа по теме «Создание образа и обеспечение пролонгированной узнаваемости торговой марки».	30	
Тема 1.5 Цвет и символ в системе фирменной символике	Виды работ Наблюдение за методикой подбора цвета в рекламе. Выполнение пробных работ по подбору цвета с учётом композиции рекламы как способа привлечения и удержания внимания потребителя. Изучение технологии применения рекламной иллюстрации, требований и приёмов разработки рекламной продукции такого типа. Определение роли образов - продавцов и образов-вампиров в создании фирменной рекламной продукции. Выполнение пробных работ по теме «Выполнение композиции из простых геометрических форм или плоскостей, в которой чётко просматриваются три пространственных плана (передний, средний и дальний)».	30	
Подготовка к защите учебной практики Защита практики.	Виды работ Оформление дневника практики. Подготовка доклада к защите. Решения организационных вопросов: получение характеристики руководителя практики от организации. Подготовка пробного проекта рекламы к защите. Защита практики. Дифференцированный зачёт.	18	
	3 семестр		
	ПП.01.01. ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА (по профилю специальности) по МДК 01.01 Художественное проектирование рекламной продукции	180	
Вводное занятие	Виды работ	6	

<p>Ознакомление с организацией</p>	<p>Задачи практики. Инструктаж о прохождении практики: знакомство с программой практики и порядком её проведения, с графиком перемещения студентов по рабочим местам. Ознакомление с рекламной организацией : её организационно-правовой формой, категорией, местом расположения, режимом работы, перечнем предоставляемых услуг, основными клиентами, правилами трудового распорядка Ознакомление с Правилами техники безопасности, пожарной безопасности.</p>		
<p>Тема 1.1 Слоган как элемент фирменного стиля</p>	<p>Виды работ Изучение внешней среды восприятия рекламы при разработке креативного рекламного продукта. Проведение анализа изучения восприятия рекламы внешней средой и мнения участников создания рекламного продукта. Изучение серийности в рекламе. Определение востребованности такой рекламы Изучение использования в рекламе приёмов юмора, шока, метафоры, лаконичности, динамики, эмоциональности, приемов виртуальной прибавочной стоимости, эротизации, применения приемов NLP-программирования. Выполнение тематической рекламы с применением перечисленных приёмов фирменного стиля по теме «Создание рекламного слогана на заданную тему» .</p>	<p>36</p>	
<p>Тема 1.2 Основные носители элементов фирменного стиля</p>	<p>Виды работ Изучение технологии применения фирменного стиля в целях повышения запоминаемости рекламы. Изготовление макетов рекламной продукции, содержащих товарный знак и логотип для различных типов организаций с целью выяснения специфики их деятельности. Товарный знак. 2 Фирменная шрифтовая надпись (логотип). 3 Фирменный лозунг (слоган) 4 Фирменный цвет (цвета). 5 Корпоративный герой. 6 Другие фирменные константы.</p>	<p>36</p>	

	Виды работ Изучение образцов рекламы одного вида продукции с мотивов целью определения мотивов, используемых в рекламе. Выбор художественной формы реализации рекламных идей. Выполнение рекламной продукции в соответствии с выбором форм реализации идей.	24	
	Виды работ Анализ кейсов креативных стратегий брендов, представленных в организации. Создание визуального образа с рекламными функциями. Выполнение рекламы в соответствии с созданным образом.	36	
	Виды работ Художественное конструирование рекламных продуктов по заданию	18	
Подготовка к защите производственной практики (по профилю специальности). Защита практики.	Виды работ Оформление документов практики. Подготовка доклада к защите. Решения организационных вопросов: получение характеристики руководителя практики от организации. Подготовка проекта рекламы к защите. Защита практики. Дифференцированный зачёт.	24	
Раздел 2. МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта		192/128/56/72/64	
	4 семестр	14/4/4/6	
Тема 2.1 Информационно-графический комплекс и его направления	Содержание учебного материала 1. Информационно-графический комплекс и его понятие. Направления информационно-графического комплекса. Концептуальный проект информационно-графического комплекса, его номенклатура. 2. Сквозной дизайн информационно-графического комплекса. 3. Рекламные тексты для информационно-графического комплекса.	6	1,2
	Практическое занятие №1. Разработка рекламных тестов для информационно-графического комплекса.	4	2,3
	Внеаудиторная самостоятельная работа №1 Подбор материалов для информационно-графического комплекса.	4	3
		34/8/12/14	
	Содержание учебного материала 1. Шрифт как основа рекламной композиции 2. Терминология. Классификация шрифтов. Различие шрифтов по начертанию.	8	1,2

Тема 2.2 Шрифт как средство коммуникации	3.Основные требования, предъявляемые к работе над шрифтом в плакате 4.Текст и изображение.		
	Практическое занятие №2. Анализ произвольного рекламного продукта с использованием шрифта.	4	2,3
	Практическое занятие №3. Выполнение шрифтового рекламного плаката в заданном стилевом формате	4	2,3
	Практическое занятие №4. Выполнение шрифтового рекламного плаката в заданном стилевом формате.	4	2,3
	Внеаудиторная самостоятельная работа № 2. Изучение специальной литературы с подготовкой презентаций по теме «Шрифт как основа рекламной композиции»	4	3
	Внеаудиторная самостоятельная работа № 3. Изучение специальной литературы с подготовкой презентаций по теме «Текст и изображение»	4	3
	Внеаудиторная самостоятельная работа №4. Оформление практических работ и подготовка их к защите.	6	3
	24/4/8/12		
Тема 2.3. Выразительные возможности шрифтового изображения	Содержание учебного материала Выразительные возможности шрифтового изображения.	4	1,2
	Практическое занятие №5. Выполнение шрифтовых изображений с помощью применения различных видов шрифтов: с засечками, без засечек, моноширинные.	4	2,3
	Практическое занятие №6 по теме «Начертательные особенности шрифтов: гарнитура, насыщенность, контрастность плотность, наклон и заполненность».	4	2,3
	Внеаудиторная самостоятельная работа № 5. Изучение специальной литературы с подготовкой презентаций по теме «Рукописные шрифты и их виды».	4	3
	Внеаудиторная самостоятельная работа № 6. Изучение специальной литературы с подготовкой презентаций по теме «Историческая классификация шрифтов (антиква, египетские, гротески)» .	4	3
	Внеаудиторная самостоятельная работа №7. Оформление практических работ и подготовка их к защите.	4	3

		34/10/12/12	
Тема 2.4 Виды печати и печатной продукции. Изобразительный рекламный плакат	Содержание учебного материала 1 Способы печати полиграфической рекламы и рекламы в прессе. 2 Плоская офсетная печать: особенности технологии, виды запечатываемых материалов, возможности для производства рекламного продукта . 3 Трафаретная печать: особенности технологии, виды запечатываемых материалов, возможности для производства рекламного продукта	10	1,2
	Практическое занятие №1 Выполнение эскизов для полиграфической рекламы.	4	2,3
	Практическое занятие №2 по теме «Особенности технологии, виды запечатываемых материалов».	4	2,3
	Практическое занятие №3 Выполнение эскизов для рекламы в прессе.	4	2,3
	Внеаудиторная самостоятельная работа № 8. Изучение специальной литературы с подготовкой презентаций по теме «Плоская офсетная печать»	4	3
	Внеаудиторная самостоятельная работа № 9. Изучение специальной литературы с подготовкой презентаций по теме «Трафаретная печать»	4	3
	Внеаудиторная самостоятельная работа №10. Оформление лабораторных работ и подготовка их к защите.	4	3
		16/6/6/4	
Тема 2.5. Правила создания баннерной рекламы	Приемы и принципы составления рекламного (слоганы и рекламные идеи) Порядок воздействия баннера: текстом, цветом и графикой. Цветовые предпочтения при создании баннера	6	1,2
	Практическое занятие №4 Создание рекламного слогана на заданную тему.	2	2,3
	Практическое занятие №5 Создание эскиза баннера растяжки	4	2,3
	Внеаудиторная самостоятельная работа №11. Оформление лабораторных работ и подготовка их к защите.	4	3
			6/2/2/2
	Содержание учебного материала Технологии оперативной полиграфии для производства рекламного	2	1,2

Тема 2.6 Дизайн-проект рекламного буклета	продукта: ризография и цифровая печать.		
	Практическое занятие №6. Создание эскиза рекламного буклета	2	2,3
	Внеаудиторная самостоятельная работа №12. Оформление лабораторной работы и подготовка её к защите.	2	3
		6/2/2/2	
Тема 2.7 Дизайн упаковки и этикетки	Содержание учебного материала Технологии печати упаковки и этикетки: флексография.	2	1,2
	Практическое занятие №7. Выполнение эскиза упаковки и этикетки	2	2,3
	Внеаудиторная самостоятельная работа №13. Оформление лабораторной работы и подготовка её к защите.	2	3
			6/2/2/2
Тема 2.8 Рекламный текст печатной продукции	Содержание учебного материала Рекламный текст печатной продукции	2	1,2
	Практическое занятие №8. Выполнение эскиза рекламного текста	2	2,3
	Внеаудиторная самостоятельная работа №14. Оформление лабораторной работы и подготовка её к защите.	2	3
			6/2/2/2
Тема 2.9 Рекламные конструкции, размещаемые на зданиях и сооружениях.	Содержание учебного материала Технологии печати наружной рекламы: широкоформатная офсетная печать, широкоформатная растровая шелкография, струйная широкоформатная печать.	2	1,2
	Практическое занятие №9. Выполнение эскиза наружной рекламы	2	2,3
	Внеаудиторная самостоятельная работа №15. Оформление лабораторной работы и подготовка её к защите.	2	3
			6/2/2/2
Тема 2.10 Отдельно установленные рекламные конструкции	Содержание учебного материала Технологии печати наружной рекламы: широкоформатная офсетная печать, широкоформатная растровая шелкография, струйная широкоформатная печать.	2	1,2
	Практическое занятие №10. Выполнение эскиза отдельно установленной наружной рекламы	2	2,3
	Внеаудиторная самостоятельная работа №16. Оформление лабораторной работы и подготовка её к защите.	2	3
			6/2/2/2

Тема 2.11 Реклама на транспорте		6/2/2/2	
	Содержание учебного материала Реклама на транспорте	2	1,2
	Практическое занятие №11. Выполнение эскиза рекламы на транспорте	2	2,3
	Внеаудиторная самостоятельная работа №17. Оформление лабораторной работы и подготовка её к защите.	2	3
Тема2.12 Требования к выставочному стенду		6/2/2/2	
	Содержание учебного материала Требования к выставочному стенду. Элементы выставочного стенда	2	1,2
	Практическое занятие №12. Выполнение эскиза выставочного стенда	2	2,3
	Внеаудиторная самостоятельная работа №18. Оформление лабораторной работы и подготовка её к защите.	2	3
Тема2.13 Проектирование эксклюзивного выставочного стенда		8/2/4/2	
	Содержание учебного материала Проектирование эксклюзивного выставочного стенда. Элементы эксклюзивного выставочного стенда.	2	1,2
	Практическое занятие №13. Выполнение эскиза эксклюзивного выставочного стенда	4	2,3
	Внеаудиторная самостоятельная работа №19. Оформление лабораторной работы и подготовка её к защите.	2	3
Тема2.14 Образы функций. Рекламные технологии		20/8/12/0	
	Содержание учебного материала Образы функций рекламы. Типы функций рекламы. Образы сенсорно-логических, сенсорно-этических, интуитивно-логических и интуитивно-этических типов. Метафоры обыгрывающие «естественные» элементы образа женщины, мужчины и отношений между ними. Визуальное поле через понятия «изображения» и «взгляда»	8	1,2
	Практическое занятие №14. Составление таблицы образов функций.	2	2,3
	Практическое занятие №15. Разработка эскиза композиционного решения рекламного продукта.	2	2,3
	Практическое занятие №16. Создание рекламного продукта по заданию преподавателя.	4	2,3

	Практическое занятие №17. Создание рекламного продукта по заданию преподавателя. Дифференцированный зачёт.	4	2,3
	Итого по МДК 01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта	192	
<i>В том числе:</i>	Теоретическое обучение	56	
	Практические занятия	24	
	Лабораторные занятия	48	
	Внеаудиторная самостоятельная работа обучающегося	64	
ПП.01.01. ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА (по профилю специальности) по ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной программы (8семестр)		72	
Вводное занятие	Виды работ Задачи практики. Инструктаж о прохождении практики: знакомство с программой практики и порядком её проведения, с графиком перемещения студентов по рабочим местам. Ознакомление с рекламной организацией : её организационно-правовой формой, категорией, местом расположения, режимом работы, перечнем предоставляемых услуг, основными клиентами, правилами трудового распорядка Ознакомление с Правилами техники безопасности, пожарной безопасности.	4	3
Тема 2.1 Информационно-графический комплекс и его направления	Виды работ Разработка и выполнение концептуального проекта информационно-графического комплекса, создание его номенклатуры; Разработка сквозного дизайна информационно-графического комплекса. Выполнение рекламных текстов для информационно- графического комплекса. Подбор материалов для информационно-графического комплекса.	12	3
Тема 2.2. Комплексная разработка корпоративного (фирменного) стиля.	Виды работ Комплексная разработка корпоративного (фирменного) стиля. Разработка проекта -концепции. Создание зрительного образа фирмы. Разработка основных фирменных констант. Создание номенклатуры комплекса носителей фирменного стиля. Эскизирование комплексного проекта– концепции корпоративного фирменного стиля. Оформление брифа и	22	3

	творческой платформы. Работа над проектом-концепцией корпоративного фирменного стиля. Завершение работы над проектом-концепцией. Бренд-бук.		
Тема 2.3. Реклама товарной продукции	Виды работ Реклама товарной продукции. Разработка проекта упаковки товара. Разработка дизайн-проекта рекламного оформления фасада торгового предприятия (входа, вывески, витрины). Разработка проекта размещения рекламы товара на транспорте. Выполнение дизайн-макета.	16	3
Тема 2.4. Разработка экспозиционной рекламы	Виды работ Разработка экспозиционной рекламы. Подбор технологии и материалов для экспозиции. Разработка конструктивных элементов экспозиции, чертежей нестандартного оборудования. Выполнение дизайн-макета.	12	3
Подготовка отчёта о прохождении практики и его защита. Дифференцированный зачёт.	Виды работ Подготовка документов к защите производственной практики (по профилю специальности). Подготовка отзывов о прохождении практики, доклада для защиты.	6	3
	Всего по ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной программы	933	
В том числе	Теоретическое обучение	136	
	Практические занятия	158	
	Внеаудиторная самостоятельная работа обучающегося	167	
	Курсовое проектирование	40	
	УП.01.01 Учебная практика	180	
	ПП.01.01 Производственная практика (по профилю специальности)	252	

ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ ПРОЕКТОВ
к МДК 01.01 ХУДОЖЕСТВЕННОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ РЕКЛАМНОГО
ПРОДУКТА

1. Выполнение художественного проектирования рекламного продукта по заданию.
2. Выполнение эскиза рекламного плаката в заданном стилевом формате.
3. Разработка авторского рекламного проекта: разработка концепции, идеи, художественной формы реализации рекламной идеи в соответствии с поставленной задачей, выполнение рекламного проекта в материале.
4. Выполнение эскиза рекламного продукта по заказу.
5. Разработка эскиза композиционного решения рекламного продукта.
6. Создание визуального образа с рекламными функциями.
7. Художественное конструирование рекламного продукта.
8. Создание эскиза потребительской рекламы, в форме рекламного объявления.
9. Шрифтовая композиция в рекламе.

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1 Для реализации программы профессионального модуля ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной программы предусмотрены следующие специальные помещения:

1. Кабинет «Проектирования рекламного продукта», оснащённый оборудованием:
 - посадочные места по количеству обучающихся (столы, стулья по числу посадочных мест);
 - рабочее место преподавателя (стол, стул);
- учебно-методический комплекс по дисциплине (рабочие программы, календарно-тематические планы, разработки уроков по дисциплине, учебно-методическое обеспечение к каждому уроку, в т.ч. презентации к урокам, комплект видеоуроков, комплект контрольно-оценочных средств и др.);
- рекомендации по подготовке к практическим занятиям;
- рекомендации по составлению отчета по производственной практике;
 - с техническими средствами обучения:
 - компьютер с лицензионным программным обеспечением;
 - электронная база нормативной документации;
 - мультимедиапроектор;
 - интерактивная доска
2. Лаборатория «Информационных и коммуникационных технологий», оснащённая оборудованием:
 - посадочные места по количеству обучающихся (столы, стулья по числу посадочных мест);
 - рабочее место преподавателя (стол, стул);
 - комплект учебно-наглядных пособий;
 - таблицы, плакаты.
- с техническими средствами обучения:
 - компьютер с лицензионным программным обеспечением;
 - электронная база нормативной документации;
 - мультимедиапроектор;
 - интерактивная доска
 - информационная справочно-правовая система «Консультант плюс».
3. Залы:
 - библиотека;
 - читальный зал с выходом в Интернет.

4.2 Информационное обеспечение реализации программы

Для реализации программы библиотечный фонд филиала имеет печатные и /или электронные образовательные ресурсы, рекомендуемые для использования в образовательном процессе

4.2.1 Литературные источники

МДК.01.01 Художественное проектирование рекламного продукта

1 Основная литература

1. Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 514 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10539-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/456737>

2 Дополнительная литература

1. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 514 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-05261-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/432145>

3. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и PR-текста : учебное пособие для вузов /

Л. В. Селезнева. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 159 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04084-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/453912>

МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта

1 Основная литература

1. Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 514 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10539-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/456737>

2 Дополнительная литература

1. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 514 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-05261-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/432145>

2. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и PR-текста : учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 159 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04084-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/453912>

3. Кузвесова, Н. Л. Графический дизайн: от викторианского стиля до ар-деко : учебное пособие для вузов / Н. Л. Кузвесова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 139 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11344-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/454598>

4. Тугендхольд, Я. А. Художественная культура Запада / Я. А. Тугендхольд. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 169 с. — (Антология мысли). — ISBN 978-5-534-13489-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/460146>

4.2 Электронные ресурсы

1. ЭБС «Book.ru» <https://www.book.ru>
2. Elibrary (НЭБ) <http://elibrary.ru>
3. ЭБС «Юрайт» www.biblio-online.ru
4. ЭБС «Лань» e.lanbook.com
5. СПС «Консультант Плюс»

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Освоение обучающимися профессионального модуля проводится в условиях созданной соответствующей образовательной среды в учебном заведении и в организациях, соответствующих виду профессиональной подготовки студентов.

Освоению профессионального модуля **ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной программы** предшествует изучение общепрофессиональных дисциплин: «Общая теория рекламы», «Организация рекламной деятельности», «Сервисная деятельность», «Авторское право» и др. Параллельно реализуются профессиональный модуль ПМ.02 Производство рекламной продукции, ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта и др.

В рамках профессионального модуля ПМ.01 реализуются два междисциплинарных курса: МДК.01.01 Художественное проектирование рекламного продукта, МДК.01.02 Разработка творческой

концепции рекламного продукта, заканчивающихся проведением в шестом семестре дифференцированных зачётов. При освоении МДК.01.01 Художественное проектирование рекламного продукта студентами выполняется курсовой проект.

Реализация программы профессионального модуля предполагает прохождение обучающимися двух видов практики - учебной и производственной практики (по профилю специальности), которые проводятся концентрированно после изучения междисциплинарных курсов.

Учебная практика и производственная практика (по профилю специальности) завершаются дифференцированным зачетом студентов по освоенным общим и профессиональным компетенциям, указанным в данном модуле.

Изучение программы профессионального модуля **ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной программы** завершается промежуточной аттестацией (8 семестр) в форме квалификационного экзамена, результаты которого оцениваются на основании выполнения студентами требований ФГОС СПО.

Обучающимся на протяжении всего периода изучения дисциплины оказывается постоянная консультационная помощь.

4.4 Кадровое обеспечение образовательного процесса по профессиональному модулю:

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по профессиональному модулю **ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной программы:**

- наличие высшего образования, соответствующего профилю преподаваемого модуля;
- наличие опыта деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы;
 - стажировка в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

Реализация профессионального модуля (ПМ. 01) в учебном процессе осуществляется преподавателями, данные на которых приведены в таблице 4.

Таблица 4. - Характеристика педагогических работников, обеспечивающих учебный процесс по профессиональному модулю ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной программы

№ п / п	Наименование предмета, дисциплины, модуля, профессионального модуля в соответствии с учебным планом	Характеристика педагогических работников					
		Фамилия, имя, отчество, должность по штатному расписанию	Какое образовательное учреждение окончил, специальность (направление подготовки) по документу об образовании	Ученая степень и ученое (почетное) звание, квалификационная категория	Стаж педагогической (научно-педагогической) работы	Основное место работы, должность	Условия привлечения к педагогической деятельности
1	МДК.01.01 Художественное проектирование рекламного продукта	Шпак Ольга Анатольевна, преподаватель	ФГБОУ ВО «ВГУЭС», Дизайн, дизайнер	-	3	Преподаватель филиала ФГБОУ ВО «ВГУЭС» в г. Артеме	штатный
2	МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта	Малых Ольга Вячеславовна	ФГБОУ ВО «ВГУЭС», Дизайн, дизайнер		8,8	Преподаватель филиала ФГБОУ ВО «ВГУЭС» в г. Артеме	штатный
3	УП.01.01 Учебная практика	Шпак Ольга Анатольевна, преподаватель	ФГБОУ ВО «ВГУЭС», Дизайн, дизайнер	-	3	Преподаватель филиала ФГБОУ ВО «ВГУЭС» в г. Артеме	штатный

№ п /	№ п	Наименование предмета, дисциплины, модуля, профессионального модуля в соответствии с учебным планом	Характеристика педагогических работников					
			Фамилия, имя, отчество, должность по штатному расписанию	Какое образовательное учреждение окончил, специальность (направление подготовки) по документу об образовании	Ученая степень и ученое (почетное) звание, квалификационная категория	Стаж педагогический (научно-педагогический) работы	Основное место работы, должность	Условия привлечения к педагогической деятельности
4		ПП. 01.01. Производственная практика (по профилю специальности)	Малых Ольга Вячеславовна	ФГБОУ ВО «ВГУЭС», Дизайн, дизайнер		8,8	Преподаватель филиала ФГБОУ ВО «ВГУЭС» в г. Артеме	штатный

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

5.1 Контроль и оценка сформированности профессиональных компетенций обучающихся

Таблица 5.1 – Контроль и оценка сформированности профессиональных компетенций обучающихся

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели результатов подготовки	Формы и методы контроля
Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью		
ПК1.1 Осуществлять поиск рекламных идей.	- демонстрация навыков поиска, анализа и отбора рекламных идей	Текущий контроль за выполнением практических заданий, договоров, заключенных на практике и проконтролированных на выполнение.
ПК1.2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.	- демонстрация навыков художественного эскизирования и выбора оптимальных средств рекламы	Текущий контроль в форме: - проверки выполнения практических пробных заданий - оценка эффективности управления товарными запасами. Текущий контроль за выполнением практических заданий и решением ситуационных задач
ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.	- демонстрация навыков разработки авторских рекламных проектов	Текущий контроль за результатами приемки по количеству и качеству. Проверка отчетов по практике
ПК1.4 Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.	- умение отбирать необходимую информацию и составлять тексты рекламных объявлений	Текущий контроль за выполнением практических заданий. Оценка правильности решения ситуационных задач. Проверка отчета по практике
ПК1.5 Создавать визуальные образы с рекламными функциями.	- умение создавать визуальные образы с рекламными функциями исходя из целей и задач поставленных рекламодателем	Текущий контроль за работой при прохождении практики. Проверка и защита отчета по практике

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.

5.2. Контроль и оценка результатов развития общих компетенций и обеспечивающих их умений

Таблица 5.2 – Контроль и оценка результатов развития общих компетенций и обеспечивающих их умений (по программе базовой подготовки)

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели результатов подготовки	Формы и методы контроля
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	Демонстрация устойчивого интереса к будущей профессии	Экспертное наблюдение и оценка деятельности учащегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении работ по учебной и производственной практике . .
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	- определение цели и задач своей деятельности; - определение способов деятельности; выбор и применение методов и способов решения профессиональных задач в области; - самостоятельное осуществление деятельности .	Экспертное наблюдение и оценка деятельности учащегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении работ по учебной и производственной практике . Оценка решения ситуационных задач, самостоятельного выполнения заданий . Оценка решения ситуационных задач, самостоятельного выполнения заданий
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	Демонстрация способности принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность при осуществлении коммерческих операций принятие адекватных решений в стандартных и нестандартных ситуациях и несение ответственности за их выполнение .	Экспертное наблюдение и оценка деятельности учащегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении работ по учебной и производственной практике . Оценка решения ситуационных задач, самостоятельного выполнения заданий
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	Оперативность поиска и использования необходимой информации для качественного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития. Широта использования различных источников информации, включая электронные. Отбор и анализ информации; структурирование	Экспертное наблюдение и оценка деятельности учащегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении индивидуальных домашних заданий, работ по учебной и производственной практике .
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	Коммуникабельность при взаимодействии с обучающимися, преподавателями и руководителями практики в ходе обучения. Бесконфликтное общение с сотрудниками, стоящими на разных ступенях служебной лестницы; аргументированное представление и отстаивание своего мнения. Соблюдение	Экспертное наблюдение и оценка коммуникативной деятельности учащегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении индивидуальных домашних заданий, работ по учебной и производственной практике . Экспертное наблюдение и оценка использования учащимися коммуникативных методов и приёмов при подготовке и проведении учебно-воспитательных мероприятий различной

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели результатов подготовки	Формы и методы контроля
	правил деловой культуры при общении с коллегами , руководством , клиентами	тематики ; наблюдение и оценка в процессе осуществления групповой деятельности
ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	-Самостоятельное планирование обучающимися повышения личностного и профессионального уровня . адекватность самоконтроля при планировании повышения квалификации результатов собственной работы.	Экспертное наблюдение и оценка динамики достижений учащегося в учебной и общественной деятельности Экспертное наблюдение и оценка уровня ответственности учащегося при подготовке и проведении учебно - воспитательных мероприятий различной тематики (культурных и оздоровительных групповых мероприятий , соревнований , походов , профессиональных конкурсов и т.п.) оценка портфолио работ и документов оценка самоанализа
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	Обоснование личной ответственности за соблюдение санитарных норм и правил . Выполнение работ с соблюдением требований действующего законодательства , стандартов , технических условий при продаже товаров	Проведение собеседования ; оценка в процессе осуществления групповой деятельности в процессе учебной и производственной практики
ОК 8 Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение	способность к организации и планированию самостоятельных занятий при изучении дисциплины; демонстрация потребности в получении дополнительных знаний, возможностей самореализации	экспертное наблюдение и оценка использования учащимися методов и приемов личной организации в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении индивидуальных домашних заданий.
ОК 9 Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	проявление интереса к инновациям в области профессиональной деятельности	наблюдение и оценка результатов деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических и семинарских занятиях, при выполнении внеаудиторных самостоятельных работ, рефератов
ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в	Демонстрация знаний и умений в области предпринимательской деятельности	Наблюдение. Беседа. Анализ качества выполнения практических заданий (работа с текстом учебника и дополнительными источниками)

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели результатов подготовки	Формы и методы контроля
профессиональной деятельности.		
ОК 11. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.	- решение стандартных и нестандартных профессиональных задач; - проявление интереса к инновациям в области профессиональной деятельности	Наблюдение. Беседа. Анализ качества выполнения аудиторной и внеаудиторной работы.

5.3. Оценка индивидуальных образовательных достижений по результатам текущего контроля и промежуточной аттестации

Таблица 5.3 – Оценка индивидуальных образовательных достижений по результатам текущего контроля и промежуточной аттестации

№ п/п	Баллы по рейтингу	Качественная оценка индивидуальных образовательных достижений	
		вербальный аналог	Отметка
1	41	допуск к аттестации	
2	61-75	удовлетворительно	3
3	76-90	хорошо	4
4	91-100	отлично	5
5	61-100	зачтено	
6	менее 61	не зачтено	

На этапе промежуточной аттестации по медиане качественных оценок индивидуальных образовательных достижений экзаменационной комиссией определяется интегральная оценка освоенных обучающимися профессиональных и общих компетенций как результатов освоения профессионального модуля.

5.4 Критерии оценки знаний, умений и компетенций студентов по междисциплинарному курсу

МДК.01.01. Художественное проектирование рекламного продукта

Общее распределение баллов

№ п/п	Наименование работ	Наименование работ			
		Наименование работ		Семестровая аттестация от 60 до 100 баллов (9-16 неделя)	
		знания, умения	компетенции	знания, умения	компетенции
1	Теоретическое обучение	2,5	2,5	2,5	2,5
2	Посещаемость	5	-	5	-
3	Практические занятия	7,5	7,5	7,5	7,5
4	Индивидуальные домашние задания	7,5	7,5	7,5	7,5
5	Дифференцированный зачёт	-	-	10	10
Итого:		40		60	

МДК.01.02. Разработка творческой концепции рекламного продукта

Общее распределение баллов

№ п/п	Наименование работ	Всего баллов 100			
		Текущая аттестация от 0 до 40 баллов (1-8 неделя)		Семестровая аттестация от 60 до 100 баллов (9-16 неделя)	
		знания, умения	компетенции	знания, умения	компетенции
1	Теоретическое обучение	2,5	2,5	2,5	2,5
2	Посещаемость	5	-	5	-
3	Практические занятия	7,5	7,5	7,5	7,5
4	Индивидуальные домашние задания	7,5	7,5	7,5	7,5
5	Дифференцированный зачёт	-	-	10	10
Итого:		40		60	

Таблица А. – ГЛОССАРИЙ ОСНОВНЫХ ТЕРМИНОВ И ОПРЕДЕЛЕНИЙ

ffinity (индекс соответствия) – показатель медиапланирования, показывающий, насколько размещение в том или ином медиа или носителе соответствует целевой аудитории. Вычисляется как отношение рейтинга носителя в целевой аудитории к рейтингу среди всего населения (генеральной совокупности).

АТЛ-коммуникации (англ. *Above-the-line*) – размещение рекламы в медиа – ТВ, радио, прессе, наружной рекламе, Интернете. Как правило, в качестве АТЛ-коммуникации рассматриваются стандартные формы размещения в указанных медиа, но также включаются такие формы, как спонсорство и прочие нестандартные проекты медиаразмещения.

Аллитерация – повторение однородных согласных звуков в фразе, строке, строфе рекламного текста.

Аудит СМИ – в данном случае контроль за достоверностью тиражей, указанных в выходных данных периодических изданий.

ВТЛ-коммуникации (англ. *below-the-line* – под чертой) – комплекс маркетинговых коммуникаций, ориентированный на воздействие на потенциальных потребителей через немедийные каналы, которые подразумевают стимулирование сбыта, мерчандайзинг, размещение рекламных материалов на местах продаж, директ мейл (прямые почтовые рассылки), выставки и т.п.

Баинг – см. медиабаинг.

Баннер – транспарант-растяжка в наружной рекламе, рекламный модуль-картинка в интернет-рекламе.

Басорама – рекламная панель с подсветкой, устанавливаемая на крыше автобуса или другого транспортного средства.

Бокс – часть рекламного текста, выделенная обводкой.

Брендинг – не только и не столько создание удачного наименования продукта, сколько разработка и осуществление в контексте стратегии маркетинга комплекса мероприятий, способствующих идентификации данного качественного продукта, его выделение из ряда аналогичных конкурирующих продуктов, создание долгосрочного предпочтения потребителей к бренду.

Бриф – документ, где рекламодатель в краткой форме излагает основные параметры рекламных работ, которые необходимо провести рекламному агентству, а также основные факторы (рынка, продукта и т.п.), определяющие специфику данных работ. Основные виды брифов – медиабриф на планирование и размещение рекламной кампании в медиа и креативный бриф на разработку рекламного сообщения и материалов.

Бул-марк – реклама издательства, вкладываемая в книгу, журнал, каталог в виде красочной закладки.

Вендор – компания, выпускающая и поставляющая продукты и услуги под своей торговой маркой.

Вендорная реклама – обычно совместные рекламные кампании производителей продукции и ее розничных продавцов, при которых производители частично компенсируют рекламные затраты рознице (см. также Кооперированная реклама).

GALILEO – программное обеспечение для автоматизации планирования рекламных кампаний в СМИ (в первую очередь в прессе). Позволяет для заданных целевых аудиторий выбрать предпочтительные СМИ и рассчитать объем размещения для удовлетворения критериям: длительность кампании, охват целевой группы, среднее число рекламных контактов, рекламный бюджет. Возможна оптимизация по более чем 20 показателям. Информационная база – опросы *NRS/M'Index* компании *Gallup Media*. Разработчик – *Pulse Train Technologies* (Великобритания).

GRP – сумма рейтингов всех выходов рекламы в рамках данной рекламной кампании вообще или па данном канале в частности. Например, имела место гипотетическая кампания с объемом размещение всего три выхода. Один вышел вечером, и его рейтинг составил 7%, два других вышли утром и днем, набрав 3 и 2% аудитории соответственно. Суммарный рейтинг этой

кампании, или *GRP*, составит $7 + 3 + 2 = 12$ процентных пунктов (п.п.), т.е. $GRP = 12$. Для обозначения *GRP* также могут использоваться термины "медиадавление кампании" или "медиавес" кампании.

Day after recall – методика измерения аудитории эфирных медиа (ТВ и радио), в рамках которой снимается информация о прослушивании радио или просмотре ТВ в течение прошлого дня. Из-за относительно низкой стоимости исследования, хотя и недостаточной точности и полноты получаемых данных, используется преимущественно для получения данных об аудитории радио.

Данные единого источника (англ. *Single source data*) – данные о различных аспектах потребления медиа, товаров и услуг, полученные в рамках одного исследования, на единой выборке и (часто) с помощью единого источника сбора информации. Основное преимущество данных единого источника по сравнению с прочими данными – возможность построения корректных пересечений.

Директ-мейл – прямая почтовая рекламная рассылка. Метод рассылки рекламных материалов по почте по заранее подготовленным спискам потенциальных потребителей.

Доля голоса (англ. *share of voice*, или *5010*) – Показывает долю *GRP* (медиадавления) марки относительно *GRP* всех марок в товарной категории. Вычисляется по формуле

$$SOV = \frac{GRP_{\text{марки}}}{GRP_{\text{категории}}} \cdot 100.$$

Доля затрат (англ. *share of spending*, или *SOS*). Показывает долю рекламных затрат марки относительно рекламных затрат всех марок в товарной категории. Вычисляется по формуле

$$SOS = \frac{\text{Затраты марки}}{\text{Затраты в категории}} \cdot 100.$$

Изография – точное воспроизведение каких-либо письмен, рукописей, почерков. Используется как художественный прием в визуальной, изобразительной рекламе.

Имидж – облик, образ. Впечатление о товаре, фирме, личности, которое формируется в результате рекламной коммуникации. (Публичный образ марки, формируемый на основании ее сообщений.)

Инверсия – переворачивание. Перестановка слов в предложении для усиления смысловой значимости "выносимого вперед" слова.

Жалон – рекламоноситель на месте продаж. Представляет собой как плоский, так и объемный картонный или пластиковый рекламоноситель в форме рекламируемого товара.

Indoor – рекламные носители форматов, традиционных для наружной рекламы, но размещаемых внутри помещений – объектов торговой, офисной, спортивной, рекреационной, образовательной и т.п. инфраструктуры.

Кабинетные исследования – анализ на основе вторичных данных – открытых источников и ранее проведенных исследований.

Картуш – графическое украшение. Чаще всего в виде щита, панно, планшета, на который помещаются рекламный текст, декоративные элементы.

Копирайтер – составитель рекламных текстов. Разрабатывает рекламные слоганы и тексты, пишет статьи, носящие рекламный характер.

Корректирующая реклама – появилась как реакция консюмеризма на недобросовестную рекламу. Реализуется в обнародовании информационных сообщений от лица контролирующих органов, занимающихся защитой прав потребителей. В них сообщается о неточностях и дезинформации, содержащихся в материалах рекламодателей. Особенно широко используется в США и Скандинавских странах, где корректирующая реклама оплачивается за счет виновных лиц.

Корректирующее объявление – объявление, помещенное после допущенной ошибки в рекламе, вызвавшей дезинформацию относительно рекламируемого товара или фирмы. В рекламной практике в договоры с рекламными агентствами включаются пункты о публикации корректирующих объявлений.

Логотип – оригинальное начертание наименования рекламодателя, используемое как символ товара или фирмы, зачастую являющееся торговой маркой.

Марка – имя, термин, знак, символ, рисунок или их сочетание, идентифицирующие товары или услуги одного или нескольких производителей, а также продавцов и отличающие их от конкурирующих товаров и услуг.

Охват – число представителей целевой аудитории, вступивших в контакт с конкретным средством рекламы или сочетанием коммуникационных средств хотя бы единожды в течение определенного отрезка времени.

Призма-вижен – конструкция в наружной рекламе, которая периодически меняет изображение путем поворота треугольных элементов, каждый раз образующих новую полосу рекламного изображения.

Селективность медианосителя – способность медиа воздействовать на узкие целевые аудитории. См. также Таргетинг.

Селлинг – см. Медиаселлинг.

Синдикативные исследования – исследования, заказчиком которых, по сути, являются все участники рынка, так как данные подобных исследований представляют интерес для всех них и используются для стандартных задач анализа в рамках индустрии.

Ситуационный анализ – один из этапов планирования маркетинговой деятельности. Представляет собой тщательный анализ внутренней и общей маркетинговой среды фирмы, в результате которого определяются ее сильные и слабые стороны, опасности и дополнительные возможности, ожидающие фирму в результате того или иного хода развития событий во внешней маркетинговой среде. Результатом ситуационного анализа может являться выбор фирмой одной из альтернативных стратегий своего развития: роста, сокращения или объединения.

Слоган – рекламный лозунг: четкая, ясная и сжатая формулировка рекламной идеи, которая легко воспринимается и запоминается.

Спот – короткое рекламное обращение или рекламный ролик, клип, вставляемый между теле- и радиопрограммами, продолжительностью от 10 до 60 секунд.

Стикер – наклейка, липкая рекламная аппликация, размещаемая обычно в вагонах метро.

Сэндвич-мэн – человек, разгуливающий по улице с двумя рекламными щитами на груди и на спине.

Таргетинг – см. Селективность.

Таргетируемость – способность носителя или всей кампании воздействовать преимущественно на целевую аудиторию или в целом на узкие целевые аудитории, определяется через высокое значение индекса соответствия (*Affinity*).

Тестемониум – форма рекламы, использующая авторитет популярной личности.

Товарный знак – специфическое обозначение, призванное идентифицировать товары или услуги владельца товарного знака от всех остальных. Обязательным условием товарного знака является возможность его регистрации, что обеспечивает в дальнейшем его правовую защиту.

Штендер – в наружной рекламе отдельно стоящая раскладная конструкция из пластика или фанеры. Ставится возле входа в магазины, бары, кафе и т.д. Для установки не требуется согласований с муниципальными властями.

Фирменный стиль – единство постоянных художественных и текстовых элементов во всех рекламных разработках и средствах рекламы фирмы.

Флайт/флайтовое размещение – один из видов распределения рекламного давления, при котором размещение выходов происходит непрерывно и концентрированно в течение короткого периода времени, обычно не больше двух месяцев.

Эфирное событие – любой самостоятельный элемент программной сетки эфирного медиа (радио и ТВ): программа, рекламный блок, ролик, заставка и т.п.

Таблица Б. – ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ И ДОПОЛНЕНИЙ, ВНЕСЁННЫХ В РАБОЧУЮ ПРОГРАММУ

№ изменения, дата внесения изменения, № страницы с изменением:	
БЫЛО:	СТАЛО:
<p>Основание: Подпись лица, внесшего изменения</p>	

**ФИЛИАЛ ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА» В Г. АРТЕМЕ**

Техническая экспертиза рабочей программы профессионального модуля ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 Реклама, представленной преподавателем кафедры транспортных процессов, сервиса и дизайна филиала Шпак О.А.

ЭКСПЕРТНОЕ ЗАКЛЮЧЕНИЕ

№	Наименование экспертного показателя	Экспертная оценка	
		да	нет
Экспертиза оформления титульного листа и содержания			
1.	Наименование рабочей программы модуля на титульном листе совпадает с наименованием модуля в тексте ФГОС и учебном плане колледжа	да	
2.	Название филиала соответствует названию по Уставу	да	
3.	На титульном листе указан код и наименование специальности	да	
4.	Оборотная сторона титульного листа содержит все необходимые данные (выходные данные ФГОС, ФИО экспертов, сведения о согласовании программы)	да	
5.	Нумерация страниц в «Содержании» верна	да	
Экспертиза раздела 1 «Общая характеристика рабочей программы профессионального модуля»			
6.	Раздел 1 «Общая характеристика рабочей программы профессионального модуля» имеется	да	
7.	Подстрочные надписи удалены	да	
8.	Наименование программы профессионального модуля совпадает с наименованием на титульном листе	да	
9.	Пункт 1.1. «Область применения программы» заполнен	да	
10.	Общая характеристика рабочей программы профессионального модуля содержит базовую часть	да	
11.	Наименование основного вида профессиональной деятельности (ВПД) совпадает с наименованием профессионального модуля	да	
12.	Перечень профессиональных компетенций (ПК) содержит все компетенции, перечисленные в тексте ФГОС	да	
13.	Пункт 1.2. «Цели и задачи модуля – требования к результатам освоения модуля» заполнен	да	
14.	Требования к практическому опыту, умениям и знаниям соответствуют перечисленным в тексте ФГОС	да	
15.	Пункт 1.3. «Рекомендуемое количество часов на освоение программы профессионального модуля» заполнен	да	
16.	Все строки и графы пункта 1.3. заполнены	да	
17.	Перечислены виды самостоятельной работы	да	
18.	Указанное количество часов в графе «Итого» соответствует учебному плану	да	
Экспертиза раздела 2 «Результаты освоения профессионального модуля»			

19.	Раздел 2 «Результаты освоения профессионального модуля» имеется	да	
20.	Перечень профессиональных компетенций совпадает с указанными в п. 1.1	да	
21.	Перечень общих компетенций соответствует перечисленным в тексте ФГОС	да	
Экспертиза раздела 3 «Структура и содержание профессионального модуля»			
22.	Раздел 3 «Структура и содержание профессионального модуля» имеется	да	
23.	Форма таблицы 3.1. «Тематический план профессионального модуля» соответствует макету программы	да	
24.	Таблица 3.1. «Тематический план профессионального модуля» заполнена	да	
25.	Форма таблицы 3.2. «Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ)» соответствует макету программы	да	
26.	Таблица 3.2. «Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ)» заполнена	да	
27.	Количество и наименования междисциплинарных курсов совпадают с указанными в тексте ФГОС	да	
28.	Перечислены виды самостоятельной работы студентов, сформулированные через деятельность	да	
29.	Наименования разделов модуля в табл. 3.1 и 3.2 совпадают	да	
Экспертиза раздела 4 «Условия реализации программы профессионального модуля»			
30.	Раздел 4 «Условия реализации программы профессионального модуля» имеется	да	
31.	Пункт 4.1. «Требования к минимальному материально-техническому обеспечению» заполнен	да	
32.	Пункт 4.2. «Информационное обеспечение обучения» заполнен в соответствии с требованиями ГОСТ по оформлению литературы	да	
33.	В списке основной литературы отсутствуют издания, выпущенные более 5 лет назад	да	
34.	Пункт 4.3. «Общие требования к организации образовательного процесса» заполнен	да	
35.	Пункт 4.4. «Кадровое обеспечение образовательного процесса» заполнен	да	
Экспертиза раздела 5 «Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля(вида профессиональной деятельности)»			
36.	Раздел 5. «Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля (вида профессиональной деятельности)» имеется	да	
37.	Наименования профессиональных и общих компетенций совпадают с указанными в п. 1.1	да	
Экспертиза показателей объемов времени, отведенных на освоение ПМ, указанных в п. 1.3 раздела 1 «Общая характеристика рабочей программы профессионального модуля» и в табл. 3.1 и 3.2 раздела 3 «Структура и содержание профессионального модуля»			
38.	Общий объем времени, отведенного на освоение модуля (всего часов), в общей характеристике рабочей программы, таблицах 3.1 и 3.2 совпадает	да	
39.	Объем обязательной аудиторной нагрузки в общей характеристике рабочей программы, таблицах 3.1 и 3.2 совпадает	да	
40.	Объем времени, отведенного на выполнение лабораторных и практических занятий, в таблицах 3.1 и 3.2 совпадает	да	
41.	Объем времени, отведенного на практику, в общей характеристике рабочей программы, таблицах 3.1 и 3.2 совпадает	да	

42.	Объем времени, отведенного на самостоятельную работу студентов, в общей характеристике рабочей программы, таблицах 3.1 и 3.2 совпадает	да	
ИТОГОВОЕ ЗАКЛЮЧЕНИЕ		да	нет
Программа профессионального модуля может быть направлена на содержательную экспертизу		да	

Разработчик программы: _____ О.А.Шпак.

Согласовано:

« 27 » апреля 2020 г.

« 29 » апреля 2020 г.

Зав.кафедрой _____ Л.В.Преснякова

Зав отделением _____ М.С.Словилова

Методист УМЧ _____ Т.И. Теплякова

**ФИЛИАЛ ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА» В Г. АРТЕМЕ**

Содержательная экспертиза рабочей программы профессионального модуля ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 Реклама, представленной преподавателем кафедры транспортных процессов, сервиса и дизайна филиала Шпак О.А.

ЭКСПЕРТНОЕ ЗАКЛЮЧЕНИЕ

№	Наименование экспертного показателя	Экспертная оценка			Примечание
		да	нет	заключение отсутствует	
Экспертиза раздела 1 «Паспорт программы профессионального модуля»					
1.	Требования к результатам освоения модуля соответствуют перечисленным в ФГОС СПО (в т. ч. конкретизируют и/или расширяют требования ФГОС)	да			
2.	Возможности использования профессионального модуля описаны полно и точно.	да			
3.	Вариативная часть содержит требования к результатам освоения модуля(при наличии)	да			
Экспертиза раздела 2 «Результаты освоения профессионального модуля»					
4.	Перечень общих и профессиональных компетенций, представленных в разделе модуля, соответствует перечисленным компетенциям, указанным к данному модулю в ФГОС СПО.	да			
Экспертиза раздела 3 «Структура и содержание профессионального модуля»					
5.	Структура программы профессионального модуля соответствует принципу единства теоретического и практического обучения.	да			
6.	Разделы программы модуля выделены дидактически целесообразно.	да			
7.	Соотношение учебной и производственной практики соответствует дидактическим задачам модуля.	да			
8.	Выбор варианта проведения практики (концентрированно, рассредоточено, комбинированно) дидактически целесообразен.	да			
9.	Содержание практики (виды работ) соответствует требованиям к практическому опыту и умениям	да			
10.	Содержание учебного материала соответствует требованиям к знаниям и умениям.	да			
11.	Объем времени достаточен для освоения указанного в содержании учебного материала.	да			
12.	Объем и содержание лабораторных и практических работ определены дидактически целесообразно и соответствуют требованиям к умениям и знаниям и ориентированы на подготовку к овладению ПК профессионального модуля.	да			

13.	Уровни освоения соответствуют видам учебной деятельности в разделе.	да			
14.	Тематика домашних заданий определена дидактически целесообразно.	да			
15.	Содержание самостоятельной работы студентов, в т.ч. внеаудиторной, направлено на выполнение требований к результатам освоения ПМ («иметь практический опыт», «уметь», «знать»).	да			
16.	Формулировки самостоятельной работы понимаются однозначно.	да			
17.	Примерная тематика курсовых работ соответствует целям и задачам освоения профессионального модуля (пункт заполняется, если в программе дисциплины предусмотрена курсовая работа)если в программе дисциплины предусмотрена курсовая работа)	да			
18.	Содержание программы модуля предусматривает формирование перечисленных общих и профессиональных компетенций.	да			
Экспертиза раздела 4 «Условия реализации программы профессионального модуля»					
19.	Перечень учебных кабинетов (мастерских, лабораторий и др.) обеспечивает изучение междисциплинарного курса, проведение всех видов лабораторных и практических работ и тем учебной практики, предусмотренных программой профессионального модуля.	да			
20.	Перечисленное оборудование обеспечивает изучение междисциплинарного курса, проведение всех видов лабораторных и практических работ и тем учебной практики, предусмотренных программой профессионального модуля.	да			
21.	Перечень рекомендуемой основной и дополнительной литературы включает общедоступные источники.	да			
22.	Перечисленные Интернет-ресурсы актуальны и достоверны (пункт заполняется, если нормативно-правовые акты указаны в качестве источников).	да			
23.	Перечисленные источники соответствуют структуре и содержанию программы модуля.	да			
24.	Информационные источники указаны с учетом содержания модуля.	да			
25.	Общие требования к организации образовательного процесса соответствуют модульно - компетентностному подходу.	да			
26.	Общие требования к организации образовательного процесса описаны подробно (перечислены условия проведения занятий, организация учебной практики, консультационной помощи обучающимся).	да			
27.	Дисциплины, изучение которых должно предшествовать освоению данного модуля, определены с учетом принципа систематичности и последовательности обучения.	да			
28.	Требования к кадровому обеспечению (в т.ч. к уровню квалификации преподавателей МДК и руководителя практики) позволяют обеспечить должный уровень подготовки современного рабочего (специалиста).	да			
Экспертиза раздела 5 «Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля (вида профессиональной деятельности)»					

29.	Основные показатели оценки результатов обучения позволяют однозначно диагностировать сформированность соответствующих профессиональных компетенций (ПК).	да			
	Наименование форм и методов контроля и оценки освоения ПК точно и однозначно описывает процедуру аттестации.	да			
30.	Формы и методы контроля и оценки освоения ПК позволяют оценить сформированность ПК.	да			
31.	Основные показатели оценки результата позволяют однозначно диагностировать сформированность соответствующих общих компетенций (ОК).	да			
32.	Наименование форм и методов контроля и оценки освоения ОК точно и однозначно описывает процедуру аттестации.	да			
33.	Формы и методы контроля и оценки освоения ОК позволяют оценить сформированность ОК.	да			

Итоговое заключение (из трех альтернативных позиций следует выбрать одну)	да	нет
Программа профессионального модуля может быть рекомендована к утверждению	да	
Программу профессионального модуля следует рекомендовать к доработке		
Программу профессионального модуля следует рекомендовать к отклонению		

Замечания и рекомендации эксперта по доработке

Разработчик программы: _____ О.А.Шпак.

Согласовано:

« 27 » апреля 2020 г.

« 29 » апреля 2020 г.

Зав.кафедрой _____ Л.В.Преснякова
 Зав отделением _____ М.С.Словицова
 Методист УМЧ _____ Т.И. Теплякова

«ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА» В Г. АРТЕМЕ
Содержательная экспертиза рабочей программы профессионального модуля ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 Реклама, представленной преподавателем кафедры транспортных процессов, сервиса и дизайна филиала Шпак О.А.

№	Наименование экспертного показателя	Экспертная оценка			Примечание
		да	нет	заключение отсутствует	
Экспертиза раздела 1 «Паспорт программы профессионального модуля»					
1.	Требования к результатам освоения модуля соответствуют перечисленным в ФГОС СПО (в т. ч. конкретизируют и/или расширяют требования ФГОС)	да			
2.	Возможности использования профессионального модуля описаны полно и точно.	да			
3.	Вариативная часть содержит требования к результатам освоения дисциплины (при наличии)	да			
Экспертиза раздела 2 «Результаты освоения профессионального модуля»					
4.	Перечень общих и профессиональных компетенций, представленных в разделе модуля, соответствует перечисленным компетенциям, указанным к данному модулю в ФГОС СПО.	да			
Экспертиза раздела 3 «Структура и содержание профессионального модуля»					
5.	Структура программы профессионального модуля соответствует принципу единства теоретического и практического обучения.	да			
6.	Разделы программы модуля выделены дидактически целесообразно.	да			
7.	Соотношение учебной и производственной практики соответствует дидактическим задачам модуля.	да			
8.	Выбор варианта проведения практики (концентрированно, рассредоточено, комбинированно) дидактически целесообразен.	да			
9.	Содержание практики (виды работ) соответствует требованиям к практическому опыту и умениям	да			
10.	Содержание учебного материала соответствует требованиям к знаниям и умениям.	да			

11.	Объем времени достаточен для освоения указанного в содержании учебного материала.	да			
12.	Объем и содержание лабораторных и практических работ определены дидактически целесообразно и соответствуют требованиям к умениям и знаниям и ориентированы на подготовку к овладению ПК профессионального модуля.	да			
13.	Уровни освоения соответствуют видам учебной деятельности в разделе.	да			
14.	Тематика домашних заданий определена дидактически целесообразно.	да			
15.	Содержание самостоятельной работы студентов, в т.ч. внеаудиторной, направлено на выполнение требований к результатам освоения ПМ («иметь практический опыт», «уметь», «знать»).	да			
16.	Формулировки самостоятельной работы понимаются однозначно.	да			
17.	Примерная тематика курсовых работ соответствует целям и задачам освоения профессионального модуля <i>(пункт заполняется, если в программе дисциплины предусмотрена курсовая работа)</i> <i>если в программе дисциплины предусмотрена курсовая работа)</i>	да			
18.	Содержание программы модуля предусматривает формирование перечисленных общих и профессиональных компетенций.	да			
Экспертиза раздела 4 «Условия реализации программы профессионального модуля»					
19.	Перечень учебных кабинетов (мастерских, лабораторий и др.) обеспечивает изучение междисциплинарных курсов, проведение всех видов лабораторных и практических работ и тем учебной практики, предусмотренных программой профессионального модуля.	да			
20.	Перечисленное оборудование обеспечивает изучение междисциплинарных курсов, проведение всех видов лабораторных и практических работ и тем учебной практики, предусмотренных программой профессионального модуля.	да			
21.	Перечень рекомендуемой основной и дополнительной литературы включает общедоступные источники.	да			
22.	Перечисленные Интернет-ресурсы актуальны и достоверны (пункт заполняется, если нормативно-правовые акты указаны в качестве источников).	да			
23.	Перечисленные источники соответствуют структуре и содержанию программы модуля.	да			
24.	Информационные источники указаны с учетом содержания модуля.	да			
25.	Общие требования к организации образовательного процесса соответствуют модульно - компетентностному подходу.	да			
26.	Общие требования к организации образовательного процесса описаны подробно (перечислены условия проведения занятий, организация учебной	да			

	практики , консультационной помощи обучающимся).				
27.	Дисциплины, изучение которых должно предшествовать освоению данного модуля, определены с учетом принципа систематичности и последовательности обучения.	да			
28.	Требования к кадровому обеспечению (в т.ч. к уровню квалификации преподавателей МДК и руководителя практики) позволяют обеспечить должный уровень подготовки современного рабочего (специалиста).	да			
Экспертиза раздела 5 «Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля (вида профессиональной деятельности)»					
29.	Основные показатели оценки результатов обучения позволяют однозначно диагностировать сформированность соответствующих профессиональных компетенций (ПК).	да			
	Наименование форм и методов контроля и оценки освоения ПК точно и однозначно описывает процедуру аттестации.	да			
30.	Формы и методы контроля и оценки освоения ПК позволяют оценить сформированность ПК.	да			
31.	Основные показатели оценки результата позволяют однозначно диагностировать сформированность соответствующих общих компетенций (ОК).	да			
32.	Наименование форм и методов контроля и оценки освоения ОК точно и однозначно описывает процедуру аттестации.	да			
33.	Формы и методы контроля и оценки освоения ОК позволяют оценить сформированность ОК.	да			
Итоговое заключение (из трех альтернативных позиций следует выбрать одну)		да	нет		
Программа профессионального модуля может быть рекомендована к утверждению		да			
Программу профессионального модуля следует рекомендовать к доработке					
Программу профессионального модуля следует рекомендовать к отклонению					

Замечания и рекомендации эксперта по доработке

Разработчик программы: _____ О.А.Шпак.
« 27 » апреля 2020 г.

Согласовано:
Зав.кафедрой _____ Л.В.Преснякова
Зав.отделением _____ М.С.Словикова
Методист УМЧ _____ Т.И. Теплякова
« 29 » апреля 2020 г.

**ФИЛИАЛ ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА» В Г. АРТЕМЕ**

Содержательная экспертиза рабочей программы профессионального модуля ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 Реклама, представленной преподавателем кафедры транспортных процессов, сервиса и дизайна филиала Шпак О.А.

ЭКСПЕРТНОЕ ЗАКЛЮЧЕНИЕ

№	Наименование экспертного показателя	Экспертная оценка			Примечание
		да	нет	заключение отсутствует	
Экспертиза раздела 1 «Паспорт программы профессионального модуля»					
1.	Требования к результатам освоения модуля соответствуют перечисленным в ФГОС СПО (в т. ч. конкретизируют и/или расширяют требования ФГОС)	да			
2.	Возможности использования профессионального модуля описаны полно и точно.	да			
3.	Вариативная часть содержит требования к результатам освоения модуля(при наличии)	да			
Экспертиза раздела 2 «Результаты освоения профессионального модуля»					
4.	Перечень общих и профессиональных компетенций, представленных в разделе модуля, соответствует перечисленным компетенциям, указанным к данному модулю в ФГОС СПО.	да			
Экспертиза раздела 3 «Структура и содержание профессионального модуля»					
5.	Структура программы профессионального модуля соответствует принципу единства теоретического и практического обучения.	да			
6.	Разделы программы модуля выделены дидактически целесообразно.	да			
7.	Соотношение учебной и производственной практики соответствует дидактическим задачам модуля.	да			
8.	Выбор варианта проведения практики (концентрированно, рассредоточено, комбинированно) дидактически целесообразен.	да			
9.	Содержание практики (виды работ) соответствует требованиям к практическому опыту и умениям	да			
10.	Содержание учебного материала соответствует требованиям к знаниям и умениям.	да			
11.	Объем времени достаточен для освоения указанного в содержании учебного материала.	да			
12.	Объем и содержание лабораторных и практических работ определены дидактически целесообразно и соответствуют требованиям к умениям и знаниям и ориентированы на подготовку к овладению ПК профессионального модуля.	да			
13.	Уровни освоения соответствуют видам учебной деятельности в разделе.	да			

14.	Тематика домашних заданий определена дидактически целесообразно.	да			
15.	Содержание самостоятельной работы студентов, в т.ч. внеаудиторной, направлено на выполнение требований к результатам освоения ПМ («иметь практический опыт», «уметь», «знать»).	да			
16.	Формулировки самостоятельной работы понимаются однозначно.	да			
17.	Примерная тематика курсовых работ соответствует целям и задачам освоения профессионального модуля (пункт заполняется, если в программе дисциплины предусмотрена курсовая работа)если в программе дисциплины предусмотрена курсовая работа)	да			
18.	Содержание программы модуля предусматривает формирование перечисленных общих и профессиональных компетенций.	да			
Экспертиза раздела 4 «Условия реализации программы профессионального модуля»					
19.	Перечень учебных кабинетов (мастерских, лабораторий и др.) обеспечивает изучение междисциплинарного курса, проведение всех видов лабораторных и практических работ и тем учебной практики, предусмотренных программой профессионального модуля.	да			
20.	Перечисленное оборудование обеспечивает изучение междисциплинарного курса, проведение всех видов лабораторных и практических работ и тем учебной практики, предусмотренных программой профессионального модуля.	да			
21.	Перечень рекомендуемой основной и дополнительной литературы включает общедоступные источники.	да			
22.	Перечисленные Интернет-ресурсы актуальны и достоверны (пункт заполняется, если нормативно-правовые акты указаны в качестве источников).	да			
23.	Перечисленные источники соответствуют структуре и содержанию программы модуля.	да			
24.	Информационные источники указаны с учетом содержания модуля.	да			
25.	Общие требования к организации образовательного процесса соответствуют модульно - компетентностному подходу.	да			
26.	Общие требования к организации образовательного процесса описаны подробно (перечислены условия проведения занятий, организация учебной практики, консультационной помощи обучающимся).	да			
27.	Дисциплины, изучение которых должно предшествовать освоению данного модуля, определены с учетом принципа систематичности и последовательности обучения.	да			
28.	Требования к кадровому обеспечению (в т.ч. к уровню квалификации преподавателей МДК и руководителя практики) позволяют обеспечить должный уровень подготовки современного рабочего (специалиста).	да			
Экспертиза раздела 5 «Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля (вида профессиональной деятельности)»					
29.	Основные показатели оценки результатов обучения позволяют однозначно	да			

	диагностировать сформированность соответствующих профессиональных компетенций (ПК).				
	Наименование форм и методов контроля и оценки освоения ПК точно и однозначно описывает процедуру аттестации.	да			
30.	Формы и методы контроля и оценки освоения ПК позволяют оценить сформированность ПК.	да			
31.	Основные показатели оценки результата позволяют однозначно диагностировать сформированность соответствующих общих компетенций (ОК).	да			
32.	Наименование форм и методов контроля и оценки освоения ОК точно и однозначно описывает процедуру аттестации.	да			
33.	Формы и методы контроля и оценки освоения ОК позволяют оценить сформированность ОК.	да			

Итоговое заключение (из трех альтернативных позиций следует выбрать одну)	да	нет
Программа профессионального модуля может быть рекомендована к утверждению	да	
Программу профессионального модуля следует рекомендовать к доработке		
Программу профессионального модуля следует рекомендовать к отклонению		

Замечания и рекомендации эксперта по доработке

Разработчик программы: _____ О.А.Шпак.

Согласовано:

« 27 » апреля 2020 г.

« 29 » апреля 2020 г.

Зав.кафедрой _____ Л.В.Преснякова
 Зав отделением _____ М.С.Словилова
 Методист УМЧ _____ Т.И. Теплякова

ФИЛИАЛ ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА» В Г. АРТЕМЕ

Содержательная экспертиза рабочей программы профессионального модуля ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 Реклама, представленной преподавателем кафедры транспортных процессов, сервиса и дизайна филиала Шпак О.А.

№	Наименование экспертного показателя	Экспертная оценка			Примечание
		да	нет	заключение отсутствует	
Экспертиза раздела 1 «Паспорт программы профессионального модуля»					
1.	Требования к результатам освоения модуля соответствуют перечисленным в ФГОС СПО (в т. ч. конкретизируют и/или расширяют требования ФГОС)	да			
2.	Возможности использования профессионального модуля описаны полно и точно.	да			
3.	Вариативная часть содержит требования к результатам освоения дисциплины (при наличии)	да			
Экспертиза раздела 2 «Результаты освоения профессионального модуля»					
4.	Перечень общих и профессиональных компетенций, представленных в разделе модуля, соответствует перечисленным компетенциям, указанным к данному модулю в ФГОС СПО.	да			
Экспертиза раздела 3 «Структура и содержание профессионального модуля»					
5.	Структура программы профессионального модуля соответствует принципу единства теоретического и практического обучения.	да			
6.	Разделы программы модуля выделены дидактически целесообразно.	да			
7.	Соотношение учебной и производственной практики соответствует дидактическим задачам модуля.	да			
8.	Выбор варианта проведения практики (концентрированно, рассредоточено, комбинированно) дидактически целесообразен.	да			
9.	Содержание практики (виды работ) соответствует требованиям к практическому опыту и умениям	да			
10.	Содержание учебного материала соответствует требованиям к знаниям и умениям.	да			

11.	Объем времени достаточен для освоения указанного в содержании учебного материала.	да			
12.	Объем и содержание лабораторных и практических работ определены дидактически целесообразно и соответствуют требованиям к умениям и знаниям и ориентированы на подготовку к овладению ПК профессионального модуля.	да			
13.	Уровни освоения соответствуют видам учебной деятельности в разделе.	да			
14.	Тематика домашних заданий определена дидактически целесообразно.	да			
15.	Содержание самостоятельной работы студентов, в т.ч. внеаудиторной, направлено на выполнение требований к результатам освоения ПМ («иметь практический опыт», «уметь», «знать»).	да			
16.	Формулировки самостоятельной работы понимаются однозначно.	да			
17.	Примерная тематика курсовых работ соответствует целям и задачам освоения профессионального модуля (пункт заполняется, если в программе дисциплины предусмотрена курсовая работа)если в программе дисциплины предусмотрена курсовая работа)	да			
18.	Содержание программы модуля предусматривает формирование перечисленных общих и профессиональных компетенций.	да			
Экспертиза раздела 4 «Условия реализации программы профессионального модуля»					
19.	Перечень учебных кабинетов (мастерских, лабораторий и др.) обеспечивает изучение междисциплинарных курсов, проведение всех видов лабораторных и практических работ и тем учебной практики, предусмотренных программой профессионального модуля.	да			
20.	Перечисленное оборудование обеспечивает изучение междисциплинарных курсов, проведение всех видов лабораторных и практических работ и тем учебной практики, предусмотренных программой профессионального модуля.	да			
21.	Перечень рекомендуемой основной и дополнительной литературы включает общедоступные источники.	да			
22.	Перечисленные Интернет-ресурсы актуальны и достоверны (пункт заполняется, если нормативно-правовые акты указаны в качестве источников).	да			
23.	Перечисленные источники соответствуют структуре и содержанию программы модуля.	да			
24.	Информационные источники указаны с учетом содержания модуля.	да			
25.	Общие требования к организации образовательного процесса соответствуют модульно - компетентностному подходу.	да			
26.	Общие требования к организации образовательного процесса описаны подробно (перечислены условия проведения занятий, организация учебной	да			

	практики , консультационной помощи обучающимся).				
27.	Дисциплины, изучение которых должно предшествовать освоению данного модуля, определены с учетом принципа систематичности и последовательности обучения.	да			
28.	Требования к кадровому обеспечению (в т.ч. к уровню квалификации преподавателей МДК и руководителя практики) позволяют обеспечить должный уровень подготовки современного рабочего (специалиста).	да			
Экспертиза раздела 5 «Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля (вида профессиональной деятельности)»					
29.	Основные показатели оценки результатов обучения позволяют однозначно диагностировать сформированность соответствующих профессиональных компетенций (ПК).	да			
	Наименование форм и методов контроля и оценки освоения ПК точно и однозначно описывает процедуру аттестации.	да			
30.	Формы и методы контроля и оценки освоения ПК позволяют оценить сформированность ПК.	да			
31.	Основные показатели оценки результата позволяют однозначно диагностировать сформированность соответствующих общих компетенций (ОК).	да			
32.	Наименование форм и методов контроля и оценки освоения ОК точно и однозначно описывает процедуру аттестации.	да			
33.	Формы и методы контроля и оценки освоения ОК позволяют оценить сформированность ОК.	да			

Итоговое заключение (из трех альтернативных позиций следует выбрать одну)	да	нет
Программа профессионального модуля может быть рекомендована к утверждению	да	
Программу профессионального модуля следует рекомендовать к доработке		
Программу профессионального модуля следует рекомендовать к отклонению		

Замечания и рекомендации эксперта по доработке

Разработчики программы: _____ О.А.Шпак
« 27 » апреля 2020 г.

Эксперты:

_____ И.Н.Стасенко
_____ О.В.Малых
« 29 » апреля 2020 г.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФИЛИАЛ ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА» В Г. АРТЕМЕ



**КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА
К ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ**
**ПМ.01 РАЗРАБОТКА И СОЗДАНИЕ ДИЗАЙНА РЕКЛАМНОЙ
ПРОДУКЦИИ**

программы подготовки специалистов среднего звена
по специальности

42.02.01 РЕКЛАМА

Год набора на ООП

2019

Артем 2020

СОГЛАСОВАНО

Протокол заседания научно-методического совета

от 18 мая 2020 года № 7


Председатель  О.И. Иванова



Разработчики: О.А. Шпак

РАССМОТРЕНО И ОДОБРЕНО



на заседании кафедры ТПСД

Протокол № 14 ЭУИТ 06 мая 2020

Зав. кафедрой  Л.В.Преснякова

Место работы	Занимаемая должность, ученая степень и ученое (почетное) звание, квалификационная категория	Инициалы, фамилия	Подпись
Филиал ФГБОУ ВПО «ВГУЭС» в г. Артеме	Преподаватель кафедры транспортных процессов, сервиса и дизайна	О.А Шпак	
Филиал ФГБОУ ВПО «ВГУЭС» в г. Артеме	Преподаватель кафедры транспортных процессов, сервиса и дизайна	О.В. Млых	

Эксперты:

Место работы	Занимаемая должность, ученая степень и ученое (почетное) звание, квалификационная категория	Инициалы, фамилия
Филиал ФГБОУ ВО «ВГУЭС» в г.Артеме	Преподаватель кафедры транспортных процессов, сервиса и дизайна	Н.А.Ивакаева 
Филиал ФГБОУ ВО «ВГУЭС» в г.Артеме	Руководитель отдела по связям с общественностью и рекламой филиала ФГБОУ ВО «ВГУЭС» в г. Артеме	И.Н.Стасенко 

1. Общие положения

Контрольно-оценочные средства (КОС) предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу модуля **ПМ.01 Разработка и создание рекламного продукта**. КОС включают контрольные материалы для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации в форме дифференцированного зачета (4 семестр).

КОС разработаны в соответствии с:

- программой подготовки специалистов среднего звена по специальности **42.02.01 Реклама**;

Формы контроля и оценивания элементов профессионального модуля

Таблица 1

Элемент модуля	Форма контроля и оценивания	
	Промежуточная аттестация	Текущий контроль
МДК.01.01. Художественное проектирование рекламного продукта	Дифференцированный зачет (4 семестр)	- анализ и оценка выполнения работ на практических занятиях; - анализ и оценка выполнения самостоятельной работы - результаты тестирования
МДК.01.02. Разработка творческой концепции рекламного продукта	Дифференцированный зачет (4 семестр)	- анализ и оценка выполнения работ на практических занятиях; - анализ и оценка выполнения самостоятельной работы - результаты тестирования
УП.01.01 Учебная практика	Дифференцированный зачет	- выполнение пробной практической работы по индивидуальному заданию
ПП 01.01. Производственная практика (по профилю специальности)	Дифференцированный зачет	- выполнение пробной практической работы по индивидуальному заданию
ПМ.01	4 семестр – экзамен (квалификационный)	- выполнение индивидуального практического задания

2. Результаты освоения модуля, подлежащие проверке

2.1. Профессиональные и общие компетенции:

Таблица 2

Профессиональные и общие компетенции	Показатели оценки результата
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	Умение 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 в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК.7.	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за 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.	Исполнять воинскую обязанность, в том числе с применением полученных профессиональных знаний (для юношей)
ОК 11.	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.

2.2. В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен:
иметь практический опыт:

- ПО1 выбора художественной формы реализации рекламной идеи;
- ПО2 создания визуального образа с рекламными функциями;
- ПО3 творческой художественного конструирования рекламных продуктов по заданию;

уметь:

- У1 осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта,

- услуги;
- У2 разрабатывать композиционное решение рекламного продукта;
- У3 использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы;
- У4 составлять рекламные тексты;

знать:

- З1 выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы;
- З2 приемы и принципы составления рекламного текста;
- З3 композицию, шрифтовую и художественную графику в рекламе;
- З4 методы проектирования рекламного продукта;
- З5 методы психологического воздействия на потребителя.

2.3 Требования к курсовой работе/курсовому проекту¹

2.3.1. Перечень тем курсовых работ/курсовых проектов

2.3.2. Критерии оценки:

Оценка «5» ставится в том случае, студент демонстрирует знания фактов, правовых норм, дает примеры по разъяснению теоретических положений, грамотно формулирует сущность понятий, умеет делать выводы и обобщения, высказывает самостоятельные суждения.

Оценка «4» ставится в том случае, когда при всей верности ответа есть некоторые неточности в изложении материала.

Оценка «3» ставится в том случае, когда в ответе обнаруживается недостаточно глубокое понимание проблемы, отсутствуют собственные оценки сказанного, проявляются умения лишь репродуктивно излагать материал.

Оценка «2» выставляется в том случае, когда студент не знает материал.

¹ при наличии в учебном плане

3. Оценка освоения теоретического курса профессионального модуля (Оценка освоения междисциплинарных курсов)

3.1. Задания для оценки освоения МДК 01.01 Художественное проектирование рекламного продукта:

3.1.1 Задания текущего контроля.

Раздел 1. Основные принципы проектирования.

Тема 1.1 Основы теории и методологии проектирования

1 Деятельность человека, направленная на создание комфортной среды:

- a) дизайн;
- b) художественное проектирование;
- c) предметно-пространственная среда;
- d) эргономика.

2 Художественное проектирование совмещает в себе следующие функции:

- a) польза;
- b) удобство;
- c) красота;
- d) необходимость.

3 Долговечность, надежность — это предъявляемые требования к:

- a) форме;
- b) конструкции;
- c) эстетике;
- d) объекту в целом.

4 Коммуникативность - это предъявляемые требования к:

- a) форме;
- b) конструкции;
- c) эстетике;
- d) объекту в целом.

5 Содержательность - это предъявляемые требования к:

- a) форме;
- b) конструкции;
- c) эстетике;
- d) объекту в целом.

Практическое занятие №1. «Методы проектирование»

Проверяемые результаты обучения: ПК 1.3, ОК.4, ЗЗ, У1

Текст задания: составить ассоциативную карту

Критерии оценки:

За правильное выполнение задания – 4 балла

За неправильное выполнение задания – 0 балл

Время на выполнение: 90 мин.

Внеаудиторная самостоятельная работа № 1.

Проверяемые результаты обучения: У1, З1

Текст задания: выполнить презентацию на тему «Реклама как область графического дизайна»

Критерии оценки:

За правильное выполнение задания – 1 балл

За неправильное выполнение задания – 0 балл

Время на выполнение: 90 мин.

Тема 1.2 Дизайн как процесс проектирования

1 Взаимное расположение частей объекта – это.....:

- a) форме;
- b) конструкции;
- c) структура;
- d) объекту в целом.

2 Наука изучающая продуктивное творческое мышление – это.....:

- a) эмпатия;
- b) художественное проектирование;

- c) декоративно-прикладное искусство;
- d) эвристика.

3 Уникальность мышления дизайнера определяется особенностью, состоящей в том, что в ее основе лежит синтез.....:

- a) инженерного и образного мышления;
- b) творческого и художественного мышления;
- c) инженерного и художественного мышления;
- d) инженерного и проектного мышления.

4 Какие продукты графической деятельности характеризуют инженерное мышление?

- a) чертеж;
- b) технический рисунок;
- c) постер;
- d) пейзаж.

5 Эстетическая значимость проекта зависит от гармонии;

- a) формы;
- b) фактуры материала;
- c) цвета;
- d) инженерного и художественного мышления.

Практическое занятие №2

Проверяемые результаты обучения: ПК 1.3, ОК.4, ЗЗ, У1

Текст задания: Проведите анализ дизайн-мышления согласно представленной схеме на конкретном примере.



Критерии оценки:

- За правильное выполнение задания – 4 балла
- За неправильное выполнение задания – 0 балл

Время на выполнение: 90 мин.

Внеаудиторная самостоятельная работа № 2

Проверяемые результаты обучения: У1, З1

Текст задания: Проведите анализ представленных продуктов графической деятельности, определите характер мышления?

Критерии оценки:

- За правильное выполнение задания – 1 балл
- За неправильное выполнение задания – 0 балл

Время на выполнение: 90 мин.

Тема 1.3 Дизайн-концепция

1. Что такое дизайн концепция?
2. В чем особенность предпроектного анализа?
3. Что такое мудборд?
4. Для чего необходим мудборд?
5. Методы формирования дизайн-концепции.

Практическое занятие № 3

Проверяемые результаты обучения: ПК 1.3, ОК.4, ЗЗ, У1

Текст задания: Создать мудборд

Критерии оценки:

- За правильное выполнение задания – 4 балла
- За неправильное выполнение задания – 0 балл

Время на выполнение: 90 мин.

Внеаудиторная самостоятельная работа № 3

Проверяемые результаты обучения: У1, З1

Текст задания: Подготовить доклад на тему «Пиксельная карта»

Критерии оценки:

За правильное выполнение задания – 1 балл

За неправильное выполнение задания – 0 балл

Время на выполнение: 90 мин.

Тема 1.4 Основы композиции. Тема 1.4.1 Формальная композиция.

Практическое занятие № 4

Проверяемые результаты обучения: ПК 1.3, ОК.4, ЗЗ, У1

Текст задания:

Критерии оценки:

За правильное выполнение задания – 4 балла

За неправильное выполнение задания – 0 балл

Практическое занятие № 5

Проверяемые результаты обучения: ПК 1.3, ОК.4, ЗЗ, У1

Текст задания:

Критерии оценки:

За правильное выполнение задания – 4 балла

За неправильное выполнение задания – 0 балл

Время на выполнение: 90 мин.

Тема 1.4.2 Выражение главного в композиции.

Практическое занятие № 6.

Проверяемые результаты обучения: ПК 1.2, ОК.4, ЗЗ, У1

Текст задания: Составление трех композиций, в каждой из которых нужно добиться доминирующей композиционной роли 1) большего элемента; 2) меньшего элемента, 3) зоны пространства – исключительно за счет различных способов их формально-композиционной организации на плоскости.

Критерии оценки:

За правильное выполнение задания – 4 балла

За неправильное выполнение задания – 0 балл

Время на выполнение: 90 мин.

Практическое занятие № 7.

Проверяемые результаты обучения: ПК 1.2, ОК.4, ЗЗ, У1

Текст задания:

Критерии оценки:

За правильное выполнение задания – 4 балла

За неправильное выполнение задания – 0 балл

Время на выполнение: 90 мин.

Тема 1.4.3 Акцент и доминанта в композиции.

Практическое занятие № 8

Проверяемые результаты обучения: ПК 1.5, ОК.4, ЗЗ, У1

Текст задания: Создание композиции, где доминанта будет за счет массы.

Критерии оценки:

За правильное выполнение задания – 4 балла

За неправильное выполнение задания – 0 балл

Время на выполнение: 90 мин.

Практическое занятие № 9

Проверяемые результаты обучения: ПК 1.5, ОК.4, ЗЗ, У1

Текст задания: Создание композиции, где доминанта будет за счет фактуры.

Критерии оценки:

За правильное выполнение задания – 4 балла

За неправильное выполнение задания – 0 балл

Время на выполнение: 90 мин.

Внеаудиторная самостоятельная работа № 6.

Проверяемые результаты обучения: У1, З1

Текст задания: Создание композиции, где доминанта будет за счет цвета и размера.

Критерии оценки: Создание композиции, где доминанта будет за счет цвета и размера

За правильное выполнение задания – 1 балл

За неправильное выполнение задания – 0 балл

Время на выполнение: 90 мин.

Тема 1.4.4 Фактура и текстура как средство композиции.

Практическое занятие № 10.

Проверяемые результаты обучения: ПК 1.4, ОК.4, ЗЗ, У1

Текст задания: Построение композиции с эмоциональным ассоциативным восприятием фактур.

Например, «война», «жара», «скорость»

Критерии оценки:

За правильное выполнение задания – 4 балла

За неправильное выполнение задания – 0 балл

Время на выполнение: 90 мин.

Практическое занятие № 11.

Проверяемые результаты обучения: ПК 1.2, ОК.4, ЗЗ, У1

Текст задания:

Критерии оценки:

За правильное выполнение задания – 4 балла

За неправильное выполнение задания – 0 балл

Время на выполнение: 90 мин.

Тема 1.4.5 Контраст, нюанс и тождество как средства композиции.

Практическое занятие № 12

Проверяемые результаты обучения: ПК 1.5, ОК.4, ЗЗ, У1

Текст задания: Создание композиции с отношениями контраста, нюанса и тождества.

Критерии оценки:

За правильное выполнение задания – 4 балла

За неправильное выполнение задания – 0 балл

Время на выполнение: 90 мин.

Внеаудиторная самостоятельная работа № 8

Проверяемые результаты обучения: У1, З1

Текст задания:

Критерии оценки:

За правильное выполнение задания – 1 балл

За неправильное выполнение задания – 0 балл

Время на выполнение: 90 мин.

Практическое занятие № 13

Проверяемые результаты обучения: ПК 1.3, ОК.4, ЗЗ, У1

Текст задания:

Критерии оценки:

За правильное выполнение задания – 4 балла
За неправильное выполнение задания – 0 балл
Время на выполнение: 90 мин.

Тема 1.4.6 Художественные средства построения композиции. Пятно

Практическое занятие № 14

Проверяемые результаты обучения: ПК 1.5, ОК.4, ЗЗ, У1

Текст задания: На основе разных конфигураций пятна создание образов: «зла», «гордости», «болезни», «мечты»

Критерии оценки:

За правильное выполнение задания – 4 балла
За неправильное выполнение задания – 0 балл

Время на выполнение: 90 мин.

Внеаудиторная самостоятельная работа № 9

Проверяемые результаты обучения: У1, З1

Текст задания: На основе разных конфигураций пятна создание образов: «зла», «гордости», «болезни», «мечты».

Критерии оценки: Создание композиции, где доминанта будет за счет цвета и размера

За правильное выполнение задания – 1 балл
За неправильное выполнение задания – 0 балл

Практическое занятие № 15

Проверяемые результаты обучения: ПК 1.4, ОК.4, ЗЗ, У1

Текст задания:

Критерии оценки:

За правильное выполнение задания – 4 балла
За неправильное выполнение задания – 0 балл

Время на выполнение: 90 мин.

Тема 1.4.7 Психология визуального восприятия

Практическое занятие №16

Проверяемые результаты обучения: ПК 1.3, ОК.4, ЗЗ, У1

Текст задания: Составление на карточке композиционного равновесия из двух элементов.

Критерии оценки:

За правильное выполнение задания – 4 балла
За неправильное выполнение задания – 0 балл

Время на выполнение: 90 мин.

Внеаудиторная самостоятельная работа № 10

Проверяемые результаты обучения: У1, З1

Текст задания:

Критерии оценки:

За правильное выполнение задания – 1 балл
За неправильное выполнение задания – 0 балл

Время на выполнение: 90 мин.

Внеаудиторная самостоятельная работа № 11

Проверяемые результаты обучения: У1, З1

Текст задания:

Критерии оценки:

За правильное выполнение задания – 1 балл
За неправильное выполнение задания – 0 балл

Практическое занятие №17

Проверяемые результаты обучения: ПК 1.3, ОК.4, ЗЗ, У1

Текст задания:

Критерии оценки:

За правильное выполнение задания – 4 балла

За неправильное выполнение задания – 0 балл

Время на выполнение: 90 мин.

Тема 1.5.2 Колометрический круг

Практическое занятие № 18

Проверяемые результаты обучения: ПК 1.3, ОК.4, ЗЗ, У1

Текст задания:

Критерии оценки:

За правильное выполнение задания – 4 балла

За неправильное выполнение задания – 0 балл

Время на выполнение: 90 мин.

Внеаудиторная самостоятельная работа № 12

Проверяемые результаты обучения: У1, З1

Текст задания:

Критерии оценки:

За правильное выполнение задания – 1 балл

За неправильное выполнение задания – 0 балл

Время на выполнение: 90 мин.

Внеаудиторная самостоятельная работа № 13

Проверяемые результаты обучения: У1, З1

Текст задания:

Критерии оценки:

За правильное выполнение задания – 1 балл

За неправильное выполнение задания – 0 балл

Время на выполнение: 90 мин.

Тема 1.5.3 Цветовая гармония

Практическое занятие № 19

Проверяемые результаты обучения: ПК 1.3, ОК.4, ЗЗ, У1

Текст задания:

Критерии оценки:

За правильное выполнение задания – 4 балла

За неправильное выполнение задания – 0 балл

Время на выполнение: 90 мин.

Внеаудиторная самостоятельная работа № 14

Проверяемые результаты обучения: У1, З1

Текст задания:

Критерии оценки:

За правильное выполнение задания – 1 балл

За неправильное выполнение задания – 0 балл

Время на выполнение: 90 мин.

Внеаудиторная самостоятельная работа № 15

Проверяемые результаты обучения: У1, З1

Текст задания:

Критерии оценки:

За правильное выполнение задания – 1 балл

За неправильное выполнение задания – 0 балл

Время на выполнение: 90 мин.

Тема 1.5.4 Воздействие цвета

Практическое занятие № 20

Проверяемые результаты обучения: ПК 1.3, ОК.4, ЗЗ, У1

Текст задания:

Критерии оценки:

За правильное выполнение задания – 4 балла

За неправильное выполнение задания – 0 балл

Время на выполнение: 90 мин.

Внеаудиторная самостоятельная работа № 16

Проверяемые результаты обучения: У1, З1

Текст задания:

Критерии оценки:

За правильное выполнение задания – 1 балл

За неправильное выполнение задания – 0 балл

Время на выполнение: 90 мин.

Тема 1.7 Шрифтовая графика. Тема 1.7.1 Основные понятия о шрифтовой графике

Практическое занятие № 21

Проверяемые результаты обучения: ПК 1.5, ОК.4, ЗЗ, У1

Текст задания: «Выполнить образно-графическое цветное изображение буквицы одной шрифтовой гарнитуры с использованием изобразительных элементов определенной тематики»

Критерии оценки:

За правильное выполнение задания – 4 балла

За неправильное выполнение задания – 0 балл

Время на выполнение: 90 мин.

Внеаудиторная самостоятельная работа № 17

Проверяемые результаты обучения: У1, З1

Текст задания: рассмотреть и законспектировать самостоятельно следующие вопросы

Критерии оценки:

За правильное выполнение задания – 1 балл

За неправильное выполнение задания – 0 балл

Время на выполнение: 90 мин.

Внеаудиторная самостоятельная работа № 18

Проверяемые результаты обучения: У1, З1

Текст задания:

Критерии оценки:

За правильное выполнение задания – 1 балл

За неправильное выполнение задания – 0 балл

Время на выполнение: 90 мин.

Тема 1.7.2 Композиция шрифтовой графики

1. Назовите основные аспекты воздействия цвета на человека.

2. Что такое цветовое предпочтение?

3. Принципы построения цветовой гармонии в шрифтовой графике.

4. В чем заключается сущность цвета как средства формообразования?

5. В чем заключается сущность цвета как средства информации?

Практическое занятие №22

Проверяемые результаты обучения: ПК 1.3, ОК.4, ЗЗ, У1

Текст задания: «Выполнить образно-графическое цветное изображение буквицы одной шрифтовой гарнитуры с использованием изобразительных элементов определенной тематики»

Критерии оценки:

За правильное выполнение задания – 4 балла

За неправильное выполнение задания – 0 балл

Время на выполнение: 90 мин.

Внеаудиторная самостоятельная работа № 19

Проверяемые результаты обучения: У1, З1

Текст задания: рассмотреть и законспектировать самостоятельно следующие вопросы

1. Цвет как средство формообразования;
2. Цвет как средство информации;
3. Построить контрастные и нюансные цветовые гармонии.

Критерии оценки:

За правильное выполнение задания – 1 балл

За неправильное выполнение задания – 0 балл

Время на выполнение: 90 мин.

Тема 1.7.3 Цвет в графике шрифта

1. Назовите основные аспекты воздействия цвета на человека.

2. Что такое цветное предпочтение?

3. Принципы построения цветовой гармонии в шрифтовой графике.

4. В чем заключается сущность цвета как средства формообразования?

5. В чем заключается сущность цвета как средства информации?

Практическое занятие № 23

Проверяемые результаты обучения: ПК 1.4, ОК.4, ЗЗ, У1

Текст задания: «Выполнить образно-графическое цветное изображение буквы одной шрифтовой гарнитуры с использованием изобразительных элементов определенной тематики»

Критерии оценки:

За правильное выполнение задания – 4 балла

За неправильное выполнение задания – 0 балл

Время на выполнение: 90 мин.

Внеаудиторная самостоятельная работа № 20

Проверяемые результаты обучения: У1, З1

Текст задания: рассмотреть и законспектировать самостоятельно следующие вопросы

4. Цвет как средство формообразования;
5. Цвет как средство информации;
6. Построить контрастные и нюансные цветовые гармонии.

Критерии оценки:

За правильное выполнение задания – 1 балл

За неправильное выполнение задания – 0 балл

Время на выполнение: 90 мин.

Тема 1.7.4 Визуальная модификация и трансформация шрифтовой графики

1 Этот графический знак, является структурной единицей письма:

- a) буква;
- b) фраза;
- c) текстовый блок;
- d) точка.

2 Шрифт передает настроение и является элементом:

- a) художественным;
- b) изобразительным;
- c) информационным;
- d) векторным.

3 Графическое видоизменение — это процесс который состоит из этапов:

- a) аналитического и синтетического;
- b) исторического и формообразующего;
- c) синтетического и стилистического;

d) аналитического и исторического.

4 Этот этап предполагает анализ смыслового содержания текста, поиск ассоциативного ряда?

a) аналитического и синтетического;

b) исторического и формообразующего;

c) синтетического и стилистического;

d) аналитического и исторического.

5 При работе над художественной формой шрифта, необходимо опираться на следующие факторы:

a) формообразующие;

b) стилистические;

c) исторические;

d) композиционные.

6 При графическом видоизменении шрифта выделяют три уровня графики:

a) буквы;

b) знака;

c) фразы;

d) слова.

Практическое занятие № 24

Проверяемые результаты обучения: ПК 1.5, ОК.4, ЗЗ, У1

Текст задания: «Выполнить 4 варианта стилового решения инициалов имени, обучающего в геометрической форме квадрата»

Критерии оценки:

За правильное выполнение задания – 4 балла

За неправильное выполнение задания – 0 балл

Время на выполнение: 90 мин.

Внеаудиторная самостоятельная работа № 21

Проверяемые результаты обучения: У1, З1

Текст задания: «Выполнить графическое видоизменение фразы в соответствии с ее смысловым значением»

Критерии оценки:

За правильное выполнение задания – 1 балл

За неправильное выполнение задания – 0 балл

Время на выполнение: 90 мин.

Тема 1.7.5 Шрифтовой плакат.

Практическое занятие № 25

Проверяемые результаты обучения: ПК 1.4, ОК.4, ЗЗ, У1

Текст задания: «Выполнить образно-графическое цветное изображение буквы одной шрифтовой гарнитуры с использованием изобразительных элементов определенной тематики»

Критерии оценки:

За правильное выполнение задания – 4 балла

За неправильное выполнение задания – 0 балл

Время на выполнение: 90 мин.

Внеаудиторная самостоятельная работа № 22

Проверяемые результаты обучения: У1, З1

Текст задания:

Критерии оценки:

За правильное выполнение задания – 1 балл

За неправильное выполнение задания – 0 балл

Время на выполнение: 90 мин.

3.1.2. Задания к промежуточной аттестации по МДК.01.01. (другие формы контроля)

4 семестр

Текст задания:

Вариант 1

1. Что такое проектирование? В чем заключается его сущность и роль в творчестве художника?
2. Выполнить серию линейных композиций на передачу различных эмоциональных состояний (любовь, лень, боль), используя характеристики линий на формате А4.

Вариант 2

1. Что такое композиция? Какую роль она играет в художественном проектировании?
2. **Выполните стилизация простого объекта на формате А4 (4-5 разными способами, используя черную ручку).**

Вариант 3

1. Что такое стилизация? Какие существуют приемы стилизации?
2. Используя минимальные выразительные средства создать формальные композиции. В качестве выразительных средств использовать: линии, точки и пятна. Материал: черно-белая графика. Количество – 5 шт. Формат А4.

Вариант 4

1. Какие типы и виды композиции существуют? Какую роль играет ритм в композиции.
2. Используя минимальные выразительные средства создать формальные композиции. Создать несколько композиций из одного набора элементов, но с выражением разных ритмических состояний (динамика, статика, замкнутость). Формат А4.

Вариант 5

1. Каковы особенности выразительных средств композиции (форма, пропорции, масштаб, фактура, равновесие, элементы декора, стилизация)?
2. Используя минимальные выразительные средства, создайте формальные композиции состояния статики и динамики на плоскости. Формат А4. Материал: черно-белая графика. Количество – 2 шт.

Вариант 6

1. Какова роль доминанты в композиции? Какие существуют основные способы организации композиционного центра?
2. Выполнить 3 композиции на организацию доминанты – композиционного центра в ахроматическом исполнении размером 80x80 мм на одном формате А4. Доминанта должна хорошо просматриваться в композиции, используемые в ней элементы должны быть стилизованы, и наполнены декором.

Вариант 7

1. Что такое композиционная доминанта? От чего зависит выразительность композиции?
2. Построить замкнутую и открытую композиции на основе геометрических тел, проявив оригинальность. Формат А4.

Вариант 8

1. По каким признакам определяют замкнутую композицию и открытую?
2. Построить композицию в черно-белой графике путем наложения элементов друг на друга с использованием нюансных отношений по размеру и форме. Формат А4.

Вариант 9

1. В чем разница между нюансом и контрастом? В каких случаях для усиления выразительности уместно использовать контраст, а в каких – нюанс?
2. Построить композицию в черно-белой графике путем наложения элементов друг на друга с использованием контраста по размеру и форме. Формат А4.

Вариант 10

1. Охарактеризуйте симметрию как средство композиции. В каком случае композицию можно назвать диссимметричной?
2. Выполнить 2 поисковых варианта симметричной и асимметричной композиций размером 80x80 мм, размещенных на одном листе. Формат А4.

Проверяемые результаты обучения: У.1, У.3, 3.2,3.1

Формируемые компетенции: ПК.1.2, ОК.2,ОК.5

Критерии оценки:

Оценка «5» ставится в том случае, студент демонстрирует знания фактов, правовых норм, дает примеры по разъяснению теоретических положений, грамотно формулирует сущность понятий, умеет делать выводы и обобщения, высказывает самостоятельные суждения.

Оценка «4» ставится в том случае, когда при всей верности ответа есть некоторые неточности в изложении материала.

Оценка «3» ставится в том случае, когда в ответе обнаруживается недостаточно глубокое понимание проблемы, отсутствуют собственные оценки сказанного, проявляются умения лишь репродуктивно излагать материал.

Оценка «2» выставляется в том случае, когда студент не знает материал.

Время на выполнение: 90 мин.

Шкала оценки образовательных достижений

Баллы	Качественная оценка	Количественная оценка
91-100	отлично	«5»
76-90	хорошо	«4»
61-75	удовлетворительно	«3»
менее 61	неудовлетворительно	«2»
более 60	зачтено	
менее 61	не зачтено	

3.2. Задания для оценки освоения МДК 01.01 Художественное проектирование рекламного продукта):**3.2.1 Задания текущего контроля.****Раздел 2. Разработка рекламного продукта*****Тема 4.1 Рекламное сообщение: сущность, назначение, разработка.***

1. Чем отличаются продукт от товара?
2. Назовите основные составляющие рекламного сообщения?
3. Охарактеризуйте основные виды рекламных сообщений.
4. Основные подходы к составлению содержания рекламного сообщения.
5. Принципы построения слогана.

Практическое занятие №1.

Проверяемые результаты обучения: ПК 1.5, ОК.4, ЗЗ, У1

Текст задания:

«Разработать рекламное сообщение»

Критерии оценки:

За правильное выполнение задания – 4 балла

За неправильное выполнение задания – 0 балл

Время на выполнение: 90 мин.

Внеаудиторная самостоятельная работа № 1

Проверяемые результаты обучения: У1, З1

Текст задания:

«Составить креативный бриф на произвольную услугу/продукт»

Критерии оценки:

За правильное выполнение задания – 1 балл

За неправильное выполнение задания – 0 балл

Время на выполнение: 90 мин.

Тема 4.2 Информационно-графический комплекс и его направления. Печатная реклама.**Тема 4.2.1. Изобразительный рекламный плакат.****Практическое занятие №2**

«Изобразительный рекламный плакат»

Проверяемые результаты обучения: ПК 1.5, ОК.4, ЗЗ, У1

Текст задания:

«Разработать рекламный плакат на тему по выбору обучающего с использованием изобразительных элементов»

Критерии оценки:

За правильное выполнение задания – 4 балла

За неправильное выполнение задания – 0 балл

Время на выполнение: 90 мин.

Внеаудиторная самостоятельная работа № 2

Проверяемые результаты обучения: У1, З1

Текст задания:

«Подготовить презентацию на тему формирования рекламного образа в плакате»

Критерии оценки:

За правильное выполнение задания – 1 балл

За неправильное выполнение задания – 0 балл

Время на выполнение: 90 мин.

Тема 4.2.2 Дизайн-проект рекламной листовки.

1 Этот графический знак, является структурной единицей письма:

- a) буква;
- b) фраза;
- c) текстовый блок;
- d) точка.

2 Шрифт передает настроение и является элементом:

- a) художественным;
- b) изобразительным;
- c) информационным;
- d) векторным.

3 Графическое видоизменение — это процесс который состоит из этапов:

- a) аналитического и синтетического;
- b) исторического и формообразующего;
- c) синтетического и стилистического;
- d) аналитического и исторического.

4 Этот этап предполагает анализ смыслового содержания текста, поиск ассоциативного ряда?

- a) аналитического и синтетического;
- b) исторического и формообразующего;
- c) синтетического и стилистического;
- d) аналитического и исторического.

5 При работе над художественной формой шрифта, необходимо опираться на следующие факторы:

- a) формообразующие;
- b) стилистические;
- c) исторические;
- d) композиционные.

6 При графическом видоизменении шрифта выделяют три уровня графики:

- a) буквы;
- b) знака;
- c) фразы;
- d) слова.

Практическое занятие №2

«Разработать дизайн макет рекламной листовки»

Проверяемые результаты обучения: ПК 1.5, ОК.4, ЗЗ, У1

Текст задания:

«Разработать _____ --»

Критерии оценки:

За правильное выполнение задания – 4 балла

За неправильное выполнение задания – 0 балл

Время на выполнение: 90 мин.

Внеаудиторная самостоятельная работа № 2

Проверяемые результаты обучения: У1, З1

Текст задания:

«Законспектировать лекцию на тему «Реклама и пресса». Составить глоссарии по теме»

Критерии оценки:

За правильное выполнение задания – 1 балл

За неправильное выполнение задания – 0 балл

Время на выполнение: 90 мин.

Тема 4.2.3 Дизайн-проект рекламного буклета.

1 Этот графический знак, является структурной единицей письма:

- a) буква;
- b) фраза;
- c) текстовый блок;
- d) точка.

2 Шрифт передает настроение и является элементом:

- a) художественным;
- b) изобразительным;
- c) информационным;
- d) векторным.

3 Графическое видоизменение — это процесс который состоит из этапов:

- a) аналитического и синтетического;
- b) исторического и формообразующего;
- c) синтетического и стилистического;
- d) аналитического и исторического.

4 Этот этап предполагает анализ смыслового содержания текста, поиск ассоциативного ряда?

- a) аналитического и синтетического;
- b) исторического и формообразующего;
- c) синтетического и стилистического;
- d) аналитического и исторического.

5 При работе над художественной формой шрифта, необходимо опираться на следующие факторы:

- a) формообразующие;
- b) стилистические;
- c) исторические;
- d) композиционные.

6 При графическом видоизменении шрифта выделяют три уровня графики:

- a) буквы;
- b) знака;
- c) фразы;
- d) слова.

Практическое занятие №2

«Дизайн макет рекламного буклета»

Проверяемые результаты обучения: ПК 1.5, ОК.4, З3, У1

Текст задания:

«Разработать макет рекламного буклета»

Критерии оценки:

За правильное выполнение задания – 4 балла

За неправильное выполнение задания – 0 балл

Время на выполнение: 90 мин.

Внеаудиторная самостоятельная работа № 2

Проверяемые результаты обучения: У1, З1

Текст задания:

«Законспектировать лекцию на тему «Рекламный каталог». Выполнить эскизный вариант рекламного каталога»

Критерии оценки:

За правильное выполнение задания – 1 балл

За неправильное выполнение задания – 0 балл

Время на выполнение: 90 мин.

Тема 4.3 Реклама товарной продукции.

Тема 4.3.1 Дизайн упаковки

1. Упаковка как вид рекламной продукции.

2. Роль упаковки в повышении рейтинга товарной продукции.

3. Виды и качественные различия упаковок.

4. Реклама товара, её виды, функциональные задачи.

5. Дизайн и современные технологии, материалы изготовления упаковочной продукции.

Практическое занятие №1

Дизайн-проект упаковки

Проверяемые результаты обучения: ПК 1.5, ОК.4, ЗЗ, У1

Текст задания:

Разработать дизайн – проект упаковки на заданную тему

Критерии оценки:

За правильное выполнение задания – 4 балла

За неправильное выполнение задания – 0 балл

Время на выполнение: 90 мин.

Внеаудиторная самостоятельная работа № 1

Проверяемые результаты обучения: У1, З1

Текст задания:

Законспектировать тему «Дизайн и современные технологии, материалы изготовления упаковочной продукции». Составить глоссарий по теме.

Критерии оценки:

За правильное выполнение задания – 1 балл

За неправильное выполнение задания – 0 балл

Время на выполнение: 180 мин.

Тема 4.3.2 Реклама торгового предприятия. Дизайн - проект фасада (вывески, витрины)

1. Функциональные особенности и роль фасадной рекламы.

2. Методика разработки дизайн -проекта витрины

3. Визуализация рекламной идеи.

4. Технологические возможности и современные материалы, используемые для изготовления витрин.

5. Виды фасадной рекламы.

Практическое занятие №2

Дизайн-проект рекламной вывески

Проверяемые результаты обучения: ПК 1.5, ОК.4, ЗЗ, У1

Текст задания:

Разработать макет рекламной вывески.

Критерии оценки:

За правильное выполнение задания – 4 балла

За неправильное выполнение задания – 0 балл

Время на выполнение: 90 мин.

Внеаудиторная самостоятельная работа № 3

Проверяемые результаты обучения: У1, З1

Текст задания:

Разработать витрину на заданную тему.

Критерии оценки:

За правильное выполнение задания – 1 балл

За неправильное выполнение задания – 0 балл

Время на выполнение: 90 мин.

3.2.2. Задания к промежуточной аттестации по МДК.01.01. (другие формы контроля)

3 семестр

Текст задания:

Вариант 1

- 1 Что такое ритм и метр? Почему ритмичная композиция воспринимается легче, чем композиция, не имеющая ритма?
- 2 Выполнить 2 поисковых варианта метрической и ритмической композиций размером 80x80 мм, размещенных на одном листе. Формат А4.

Вариант 2

- 1 Что такое пропорциональность?
- 2 Построить 2 графические композиции, попытаться передать конструктивную жесткость и мягкость, используя графические средства (точка, линия, пятно). Размер 80x80 мм, 2 композиции, размещенных на одном листе (Формат А4).

Вариант 3

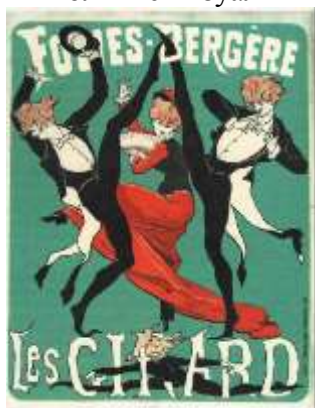
- 1 Что такое «золотое сечение»?
- 2 Построить спираль по принципу золотого сечения.

Вариант 4

- 1 Расскажите принцип построения золотого прямоугольника по методу квадрата.
- 2 Построить динамический прямоугольник №2 по методу квадрата.

Вариант 5

- 1 Дайте определения способам цветовой гармонизации.
- 2 Выполните визуальный анализ плаката «Folies-Bergere», Жюль Шере 1877г.



Вариант 6

- 1 Что такое модульная сетка?
- 2 Выполните визуальный анализ плаката «Job», Жюль Шере 1889г.



Вариант 7

- 1 Принципы эффективной композиции на сетке.

- 2 Выполните визуальный анализ плаката выставки «Баухауз», Фриц Шлейфер 1922 г.



Вариант 8

- 1 Охарактеризуйте основные принципы использования цвета в рекламе.
- 2 Изобразите две графические композиции на выступающие и отступающие цвета. Оформить на формате А4.

Вариант 9

- 1 Основные характеристики цвета.
- 2 Выполнить три формальных композиции с использованием цветов разной насыщенности и светлоты (по схемам цветового круга). Формат А4.



Вариант 10

- 1 Назовите основные системы гармонизации цвета.
- 2 Выполните хроматические композиции на различные виды сочетаний цветов с использованием различной техники и фактуры: орнаментальные, стилизация природных мотивов растительный и животный мир, декоративная трансформация натюрморта, трансформация пейзажа, архитектурных элементов и пр. (две на выбор). Формат А4.

Проверяемые результаты обучения: У.1, У.3, 3.2, 3.1

Формируемые компетенции: ПК.1.2, ОК.2, ОК.5

Критерии оценки:

Оценка «5» ставится в том случае, студент демонстрирует знания фактов, правовых норм, дает примеры по разъяснению теоретических положений, грамотно формулирует сущность понятий, умеет делать выводы и обобщения, высказывает самостоятельные суждения.

Оценка «4» ставится в том случае, когда при всей верности ответа есть некоторые неточности в изложении материала.

Оценка «3» ставится в том случае, когда в ответе обнаруживается недостаточно глубокое понимание проблемы, отсутствуют собственные оценки сказанного, проявляются умения лишь репродуктивно излагать материал.

Оценка «2» выставляется в том случае, когда студент не знает материал.

Время на выполнение: 90 мин.

Шкала оценки образовательных достижений

Баллы	Качественная оценка	Количественная оценка
91-100	отлично	«5»
76-90	хорошо	«4»
61-75	удовлетворительно	«3»
менее 61	неудовлетворительно	«2»
более 60	зачтено	

менее 61	не зачтено	
----------	------------	--

3.3. Задания для оценки освоения МДК 01.01 Художественное проектирование рекламного продукта (4 семестр):

3.3.1 Задания текущего контроля.

Тема 4.3.3 POS-материалы.

1. На какие группы можно подразделить рекламу на местах продаж?
2. Перечислите преимущество светового короба?
3. Каким требованиям отвечает информационная листовка
4. Какой каталог является имиджевый?
5. Назовите отличительные признаки проспекта? Каким требованиям он должен отвечать?

Практическое занятие №3

Проспект как вид POS - материала

Проверяемые результаты обучения: ПК 1.5, ОК.4, ЗЗ, У1

Текст задания:

Разработать рекламный проспект

Критерии оценки:

- За правильное выполнение задания – 4 балла
- За неправильное выполнение задания – 0 балл

Время на выполнение: 90 мин.

Внеаудиторная самостоятельная работа № 3

Проверяемые результаты обучения: У1, З1

Текст задания:

Подготовить доклад на тему «Рекламные продукт в местах продаж»

Критерии оценки:

- За правильное выполнение задания – 1 балл
- За неправильное выполнение задания – 0 балл

Время на выполнение: 90 мин.

Тема 4.3.4 Реклама на транспорте.

1. Что означает реклама на транспорте?
2. Функциональность и психология восприятия рекламы на транспорте.
3. Целесообразность размещения рекламы на транспортных средствах.
4. Особенности композиционного построения, графического, шрифтового и колористического решений рекламы, размещаемой на транспорте.
5. Современные технологии реализации проекта.

Практическое занятие № 4

Дизайн-проект рекламы на транспорте

Проверяемые результаты обучения: ПК 1.5, ОК.4, ЗЗ, У1

Текст задания:

Разработать дизайн-проект на транспорте на заданную тему

Критерии оценки:

- За правильное выполнение задания – 4 балла
- За неправильное выполнение задания – 0 балл

Время на выполнение: 90 мин.

Внеаудиторная самостоятельная работа № 4

Проверяемые результаты обучения: У1, З1

Текст задания:

Выполнить презентацию на тему «Технология нанесения рекламы на транспорт». Составить глоссарий.

Критерии оценки:

- За правильное выполнение задания – 1 балл
- За неправильное выполнение задания – 0 балл

Время на выполнение: 90 мин.

Тема 5 Объёмно-пространственные рекламные конструкции

Тема 5.1 Наружная реклама

- 1. Рекламная композиция в пространстве города.*
- 2. Виды, функциональное назначение, психология воздействия наружной рекламы.*
- 3. Специфика проектирования наружной рекламы, технические особенности и возможности конструкций.*
- 4. Материалы и технологии изготовления наружной рекламы.*
- 5. Световая реклама и светотехника.*

Практическое занятие №1

Дизайн-проект наружной рекламы

Проверяемые результаты обучения: ПК 1.4, ОК.4, ЗЗ, У1

Текст задания:

Разработать дизайн-проект наружной рекламы на заданную тему

Критерии оценки:

За правильное выполнение задания – 4 балла

За неправильное выполнение задания – 0 балл

Время на выполнение: 90 мин.

Внеаудиторная самостоятельная работа № 1

Проверяемые результаты обучения: У1, З1

Текст задания:

Выполнить презентацию на тему «Материалы и технологии изготовления наружной рекламы».

Составить глоссарий.

Критерии оценки:

За правильное выполнение задания – 1 балл

За неправильное выполнение задания – 0 балл

Время на выполнение: 90 мин.

Тема 5.2 Экспозиционная реклама

- 1. Экспозиционно-рекламные комплексы, их роль и задачи.*
- 2. Последовательность процесса создания экспозиции.*
- 3. Приёмы режиссуры пространства, реализации рекламной идеи, творческого замысла.*
- 4. Методы организации экспозиционного пространства, создания функциональных объёмов и структур.*
- 5. Типовые стендовые конструкции.*

Практическое занятие №2

Дизайн-проект экспозиционной рекламы

Проверяемые результаты обучения: ПК 1.5, ОК.4, ЗЗ, У1

Текст задания:

Разработать дизайн-проект выставочного стенда на заданную тему

Критерии оценки:

За правильное выполнение задания – 4 балла

За неправильное выполнение задания – 0 балл

Время на выполнение: 90 мин.

Внеаудиторная самостоятельная работа № 2

Проверяемые результаты обучения: У1, З1

Текст задания:

Выполнить презентацию на тему «Современные материалы и технологии изготовления экспозиций.

Свет и цвет в рекламной экспозиции». Составить глоссарий.

Критерии оценки:

За правильное выполнение задания – 1 балл

За неправильное выполнение задания – 0 балл

Время на выполнение: 90 мин.

Тема 6 Формирование корпоративного стиля

Тема 6.1 Комплексная разработка корпоративного /фирменного/ стиля. Проект-концепция.

1. *Определение корпоративного /фирменного/ стиля.*
2. *Значение корпоративного стиля как вида рекламы, его роль в формировании имиджа фирмы /предприятия/. Задачи фирменного стиля.*
3. *Дизайн-проект корпоративного стиля, основные этапы процесса проектирования.*
4. *Составляющие фирменного стиля. Основные концептуальные стилеобразующие элементы.*
5. *Охарактеризуйте носители фирменного стиля.*

Практическое занятие №1

Проект – концепция фирменного стиля.

Проверяемые результаты обучения: ПК 1.4, ОК.4, ЗЗ, У1

Текст задания:

Разработать проект – концепцию фирменного стиля на заданную тему

Критерии оценки:

За правильное выполнение задания – 4 балла

За неправильное выполнение задания – 0 балл

Время на выполнение: 90 мин.

Внеаудиторная самостоятельная работа № 1

Проверяемые результаты обучения: У1, З1

Текст задания:

Создать зрительный образ фирмы выбор обучающего.

Критерии оценки:

За правильное выполнение задания – 1 балл

За неправильное выполнение задания – 0 балл

Время на выполнение: 90 мин.

Тема 6.2 Концептуальные стилеобразующие элементы / логотип, товарный знак, марка, эмблема фирмы.

1. *Историография появления и развития знаковых систем.*
2. *Концептуальные стилеобразующие элементы – логотип, товарный знак, торговая марка, эмблема фирмы.*
3. *Формообразующие принципы и графические приёмы, применяемые в проектировании стилеобразующих элементов.*
4. *Визуализация ассоциативного образа.*
5. *Единство, взаимосвязь и соподчинение изображения и шрифта в композиции знаковой формы.*

Практическое занятие №2

Дизайн-проект концептуального стилеобразующего элемента (логотип)

Проверяемые результаты обучения: ПК 1.4, ОК.4, ЗЗ, У1

Текст задания:

Разработать логотип с фирменным блоком.

Критерии оценки:

За правильное выполнение задания – 4 балла

За неправильное выполнение задания – 0 балл

Время на выполнение: 90 мин.

Внеаудиторная самостоятельная работа № 2

Проверяемые результаты обучения: У1, З1

Текст задания:

Подготовить доклад на тему «Товарный знак как стилеобразующий элемент фирменного стиля.

Разработать эскиз товарного знака.

Критерии оценки:

За правильное выполнение задания – 1 балл

За неправильное выполнение задания – 0 балл

Время на выполнение: 90 мин.

Тема 6.3 Составляющие и функциональные носители.

1. *Основные составляющие и функциональные носители корпоративного /фирменного/ стиля, их практическое значение.*

2. *Принципы конструктивного построения*
3. *Стилевое единство в комплексном проектировании элементов корпоративной рекламы.*
4. *Особенности системы идентификации.*

Практическое занятие №3

Дизайн-проект носителей фирменного стиля.

Проверяемые результаты обучения: ПК 1.4, ОК.4, ЗЗ, У1

Текст задания:

Разработать логотип с фирменным блоком.

Критерии оценки:

За правильное выполнение задания – 4 балла

За неправильное выполнение задания – 0 балл

Время на выполнение: 90 мин.

Внеаудиторная самостоятельная работа № 3

Проверяемые результаты обучения: У1, З1

Текст задания:

Подготовить доклад на тему «Товарный знак как стилеобразующий элемент фирменного стиля.

Разработать эскиз товарного знака.

Критерии оценки:

За правильное выполнение задания – 1 балл

За неправильное выполнение задания – 0 балл

Время на выполнение: 90 мин.

Тема 7 Реклама в интернете

1. *Назовите общие признаки дизайна web сайтов.*

2. *Расскажите структуру сайта.*

3. *Охарактеризуйте типы страниц.*

4. *Особенности отображения текста в Web*

5. *Особенности цвета в Web*

Практическое занятие №1

Дизайн Web страницы

Проверяемые результаты обучения: ПК 1.4, ОК.4, ЗЗ, У1

Текст задания:

Разработать структуру Web страницы

Критерии оценки:

За правильное выполнение задания – 4 балла

За неправильное выполнение задания – 0 балл

Время на выполнение: 180 мин.

Внеаудиторная самостоятельная работа № 3

Проверяемые результаты обучения: У1, З1

Текст задания:

Выполнить презентацию на тему «Перспективы развития web – дизайна»

Критерии оценки:

За правильное выполнение задания – 1 балл

За неправильное выполнение задания – 0 балл

Время на выполнение: 180 мин.

3.3.2. Задания к промежуточной аттестации по МДК.01.01. (дифференцированный зачет) 4 семестр

Текст задания:

Вариант 1

1. Охарактеризовать основные принципы создания наружных вывесок и витрин.
2. Выполнить художественно-графическое решение серии открыток (эскизный дизайн-проект серии в кол-ве 3 шт. на формате А4)

Вариант 2

1. Расскажите структуру сайта.
2. Выполнить художественно-графическое решение календаря

(эскизный дизайн-проект на формате А4)

Вариант 3

1. Концептуальные стилеобразующие элементы – логотип, товарный знак, торговая марка, эмблема фирмы.
2. Выполнить художественно-графическое решение рекламного буклета (эскизный дизайн-проект. На формате А4)

Вариант 4

1. Определение корпоративного /фирменного/ стиля.
2. Выполнить художественно-графическое решение упаковки (эскизный дизайн-проект серии. На формате А4)

Вариант 5

1. Экспозиционно-рекламные комплексы, их роль и задачи.
2. Выполнить художественно-графическое решение витрины (эскизный дизайн-проект серии. На формате А4)

Вариант 6

1. Каким требованиям отвечает информационная листовка?
2. Выполнить художественно-графическое решение наружной вывески (эскизный дизайн-проект серии на формате А4)

Вариант 7

1. Особенности цвета в Web
2. Выполнить художественно-графическое решение выставочного стенда (эскизный дизайн-проект серии на формате А4)

Вариант 8

1. Особенности системы идентификации.
2. Выполнить художественно-графическое решение рекламного плаката (эскизный дизайн-проект на формате А4)

Вариант 9

1. Что означает реклама на транспорте?
2. Выполнить художественно-графическое решение шрифтового плаката (эскизный дизайн-проект. На формате А4)

Вариант 10

1. Методы визуализация рекламной идеи.
2. Выполнить художественно-графическое решение web страницы (эскизный дизайн-проект на формате А4)

Проверяемые результаты обучения: У.1, У.2, У.3, У.4, З.2, З.1, З.3

Формируемые компетенции: ПК.1.2, ПК.1.3, ОК.2, ОК.5

Критерии оценки:

Оценка «5» ставится в том случае, студент демонстрирует знания фактов, правовых норм, дает примеры по разъяснению теоретических положений, грамотно формулирует сущность понятий, умеет делать выводы и обобщения, высказывает самостоятельные суждения.

Оценка «4» ставится в том случае, когда при всей верности ответа есть некоторые неточности в изложении материала.

Оценка «3» ставится в том случае, когда в ответе обнаруживается недостаточно глубокое понимание проблемы, отсутствуют собственные оценки сказанного, проявляются умения лишь репродуктивно излагать материал.

Оценка «2» выставляется в том случае, когда студент не знает материал.

Время на выполнение: 90 мин.

3.3.3. Перечень тем курсового проекта (6 семестр)

- 1 Шрифт как средство коммуникации. Разработка деловой корреспонденции для предприятия общественного питания.
- 2 Выразительные возможности шрифтового изображения. Разработка шрифтового рекламного плаката для фирменного магазина детских игрушек.

- 3 Выразительные средства рекламного плаката. Разработка рекламного плаката для музыкального фестиваля.
- 4 Особенности символики в рекламном плакате. Разработка рекламного плаката для авиакомпании.
- 5 Шрифтовая композиция в разработке фирменного наименования товарного знака предприятия.
- 6 Формирование корпоративного стиля. Разработка логотипа для фармацевтического предприятия.
- 7 Фотография в рекламном плакате. Разработка рекламного плаката для промышленного предприятия.
- 8 Полиграфическая реклама. Разработка рекламного буклета для промышленного предприятия.
- 9 Продвижение товара на рынке. Разработка рекламного каталога для торгового предприятия.
- 1 Реклама товарной продукции. Разработка дизайн-проекта упаковки товара.
- 1 Реклама торгового предприятия. Разработка вывески магазина женской обуви.
- 1 Особенности рекламы на транспорте. Разработка рекламного плаката для школы классического танца.
- 1 Объемно-пространственные рекламные конструкции. Разработка объемно-пространственной композиции для наружной рекламы торгового предприятия.
- 1 Экспозиционная реклама. Разработка выставочного комплекса социально-культурного сервиса и туризма.
- 1 Особенности сувенирной рекламной продукции. Разработка творческой концепции сувенирной продукции для туристической компании.
- 1 Шрифт, как символ, как знак. Шрифт в разработке логотипа для транспортного предприятия.
- 1 Реклама в интернете. Разработка дизайн-проекта web-сайта торговой компании.
- 1 Реклама товарной продукции. Разработка дизайн-проекта POS-материалов ветеринарной клиники.
- 1 Особенности наружной рекламы. Разработка наружной рекламы для салона красоты.
- 2 Реклама товарной продукции. Разработка витрины магазина спортивной одежды в торговом комплексе.

3.3.4 Задания текущего контроля для оценки МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта

Тема 1. Информационно-графический комплекс и его направления Проверяемые результаты обучения: У1,У2,У3,У4, З1,З3

Формируемые компетенции: ПК1.1, ПК1.2, ПК1.3, ПК1.4, ПК1.5, ОК1, ОК2, ОК3, ОК4, ОК6, ОК7, ОК8, ОК9, ОК10

План занятия:

1. Информационно-графический комплекс и его понятие. Направления информационно-графического комплекса. Концептуальный проект информационно-графического комплекса, его номенклатура.
2. Сквозной дизайн информационно-графического комплекса.
3. Рекламные тексты для информационно-графического комплекса.

Текст задания

Терминология.

Поясните сущность указанных слов и словосочетаний.

Арбитрон	Диспенсер	Копирайтер
Афиша	Жалон	Лефлетинг
Бенчмаркинг	Переменные внутренней	Мерчандайзинг
Биеннале	Жизненный цикл товара	Мотто
Бул-Марк	Защитная марка	Нонпарель
Воблер	Инверсия	Оферта
BTL (Below the Line)	Каттер	Парти-плэнт (Party-Plant)
Гарнитура	Кегль	Петит
Демпинг	Коммивояжер	Репринт
Диверсификация	Коммуникатор	Цветоделение

За правильный ответ на вопрос выставляется – 1 балл.

За неправильный ответ на вопрос выставляется – 0 баллов.

Время на выполнение: 80 мин.

Практическое занятие №1. Разработка рекламных тестов для информационно- графического комплекса.

Проверяемые результаты обучения: У1,У2 З1,З3

Формируемые компетенции: ПК1.1, ПК1.2, ПК1.3, ПК1.4, ПК1.5, ОК1, ОК2, ОК3, ОК4, ОК6, ОК7, ОК8, ОК9, ОК10

Критерии оценки:

Оценка «отлично»: обучающийся дает правильные ответы на все поставленные вопросы, обнаруживает осознанное усвоение правил, умеет самостоятельно использовать изученные понятия.

Оценка «хорошо»: ответ в основном соответствует требованиям, установленным для оценки «отлично», но при ответе допущены отдельные неточности в формулировках или при обосновании выполняемых действий. Обучающийся допускает в отдельных случаях негрубые ошибки.

Оценка «удовлетворительно»: обучающийся не смог сформулировать правильный ответ на 1-2 поставленных вопроса.

Оценка «неудовлетворительно»: обучающийся не смог сформулировать правильный ответ ни на один поставленный вопрос.

Посмотрите несколько примеров небольших рекламных тестов в интернете.

Создайте свой рекламный тест:

Для сайта аутсорсинговой бухгалтерской компании

Для сайта дизайнерских украшений

Для сайта рекламной кампании

Для сайта производителя сэндвич панелей

О компании для сайта по продаже авто запчастей

Для Главной страницы сервисного центра по ремонту ноутбуков

Написания статьи для википедии: Сенсорный костюм

Внеаудиторная самостоятельная работа №1

Подбор материалов для информационно-графического комплекса. Составление образа или вида деятельности.

Критерии оценки:

За правильный ответ на задание выставляется – 1 балл.

За неправильный ответ на вопрос выставляется – 0 баллов.

Время на выполнение: 80 мин.

Тема2 Шрифт как средство коммуникации

Проверяемые результаты обучения: У1,У2 У4,31,33

Формируемые компетенции: ПК1.1, ПК1.2, ПК1.3, ПК1.4, ПК1.5, ОК1, ОК2, ОК3, ОК4, ОК6, ОК7, ОК8, ОК9, ОК10

План занятия

1. Информационно-графический комплекс и его понятие. Направления информационно-графического комплекса. Концептуальный проект информационно-графического комплекса, его номенклатура.

2. Сквозной дизайн информационно-графического комплекса.

3. Рекламные тексты для информационно-графического комплекса.

Текст задания.**Вопросы для обсуждения:**

1. Влияет ли шрифт на эмоциональное восприятие потребителем бренда?
2. Какие виды шрифтов вы знаете?
3. Перечислите отличие восприятия шрифта с засечками и без них.
4. Какие шрифты подходят для наружной рекламы?
5. Сколько видов шрифтов рекомендуется использовать в одном рекламном объявлении?
6. Какие шрифты не подходят для рекламного объявления.

Критерии оценки:

За правильный ответ на вопрос выставляется – 1 балл.

За неправильный ответ на вопрос выставляется – 0 баллов.

Время на выполнение: 80 мин.

Внеаудиторная самостоятельная работа № 2. Изучение специальной литературы с подготовкой презентаций по теме «Шрифт как основа рекламной композиции».

Проверяемые результаты обучения: У1, У2 ,У3,У4,31,32, 33,34,35

Формируемые компетенции: ПК1.1, ПК1.2, ПК1.3, ПК1.4, ПК1.5, ОК1, ОК2, ОК3, ОК4, ОК6, ОК7, ОК8, ОК9, ОК10

За правильный ответ на задание выставляется – 1 балл.

За неправильный ответ на вопрос выставляется – 0 баллов.

Время на выполнение: 90 мин.

Практическое занятие №2. Анализ произвольного рекламного продукта с использованием шрифта.

Проверяемые результаты обучения: У1, У2 ,У3,У4,31,32, 33,34,35

Формируемые компетенции: ПК1.1, ПК1.2, ПК1.3, ПК1.4, ПК1.5, ОК1, ОК2, ОК3, ОК4, ОК6, ОК7, ОК8, ОК9, ОК10

Текст задания

Дайте пояснение по характеристикам и видам шрифтов результаты отразите в таблице

№	Типы шрифтов	Особенности	Что общего	Различия
1	С засечками (serif)			

2	Без засечек (sans-serif)			
3	Рукописные (script)			
4	Моноширинные (monospace)			
5	Экранные (display)			

Критерии оценки:

За правильный ответ на задание выставляется – 1 балл.

За неправильный ответ на вопрос выставляется – 0 баллов.

Время на выполнение: 80 мин

Внеаудиторная самостоятельная работа № 3. Изучение специальной литературы подготовкой презентаций по теме «Текст и изображение».

Проверяемые результаты обучения: У1, У2, У4, З1, З3

Формируемые компетенции: ПК1.1, ПК1.2, ПК1.3, ПК1.4, ПК1.5, ОК1, ОК2, ОК3, ОК4, ОК6, ОК7, ОК10

За правильный ответ на задание выставляется – 1 балл.

За неправильный ответ на вопрос выставляется – 0 баллов.

Время на выполнение: 90 мин.

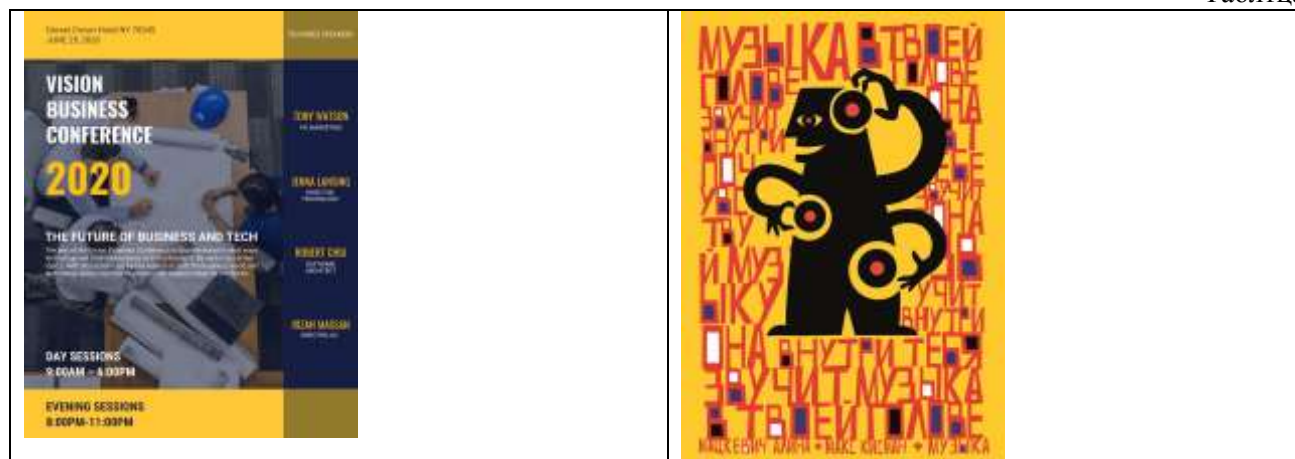
Практическое занятие №3. Выполнение шрифтового рекламного плаката в заданном стилевом формате

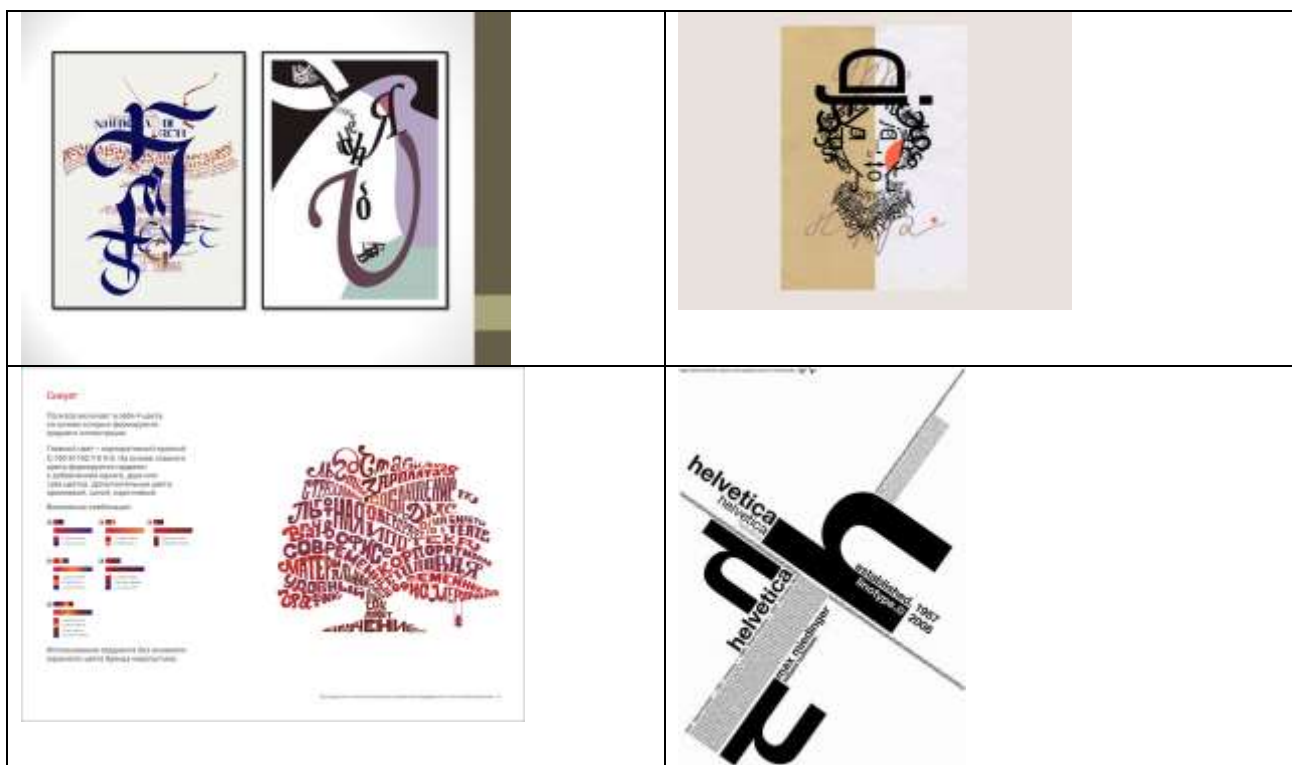
Проверяемые результаты обучения: У1, У2, У3, У4, З1, З2, З3, З4, З5

Формируемые компетенции: ПК1.1, ПК1.2, ПК1.3, ПК1.4, ПК1.5, ОК1, ОК2, ОК3, ОК4, ОК6, ОК7, ОК8, ОК9, ОК10

Задание: Изучив, полученные аналоги изготовить свой шрифтового рекламного плаката в заданном стилевом формате (Таблтца 1.)

Таблтца.1





Критерии оценки:

За правильный ответ на задание выставляется – 3 балл.

За неправильный ответ на вопрос выставляется – 0 баллов.

Время на выполнение: 80 мин.

Внеаудиторная самостоятельная работа №4. Оформление практических работ и подготовка их к защите.

Проверяемые результаты обучения: У1, У2, У3, У4, 31, 32, 33, 34, 35

Формируемые компетенции: ПК1.1, ПК1.2, ПК1.3, ПК1.4, ПК1.5, ОК1, ОК2, ОК3, ОК4, ОК6, ОК7, ОК8, ОК9, ОК10

Критерии оценки:

Оценка «отлично»: обучающийся защищает свою концепцию, владеет всеми законами композиции, правильно выстраивает композиционное поле плаката, умело использует цветовые и шрифтовые сочетания.

Оценка «хорошо»: ответ в основном соответствует требованиям, установленным для оценки «отлично», но при защите допущены отдельные неточности в формулировках или при обосновании выполняемых действий. Обучающийся допускает в отдельных случаях негрубые ошибки.

Оценка «удовлетворительно»: обучающийся не смог сформулировать правильный ответ на 1-2 поставленных вопроса.

Оценка «неудовлетворительно»: обучающийся не смог сформулировать правильный ответ ни на один поставленный вопрос.

За правильный ответ на задание выставляется – 3 балл.

За неправильный ответ на вопрос выставляется – 0 баллов.

Время на выполнение: 80 мин.

Тема 2.3. Выразительные возможности шрифтового изображения

Проверяемые результаты обучения: У1, У2, У3, У4, 31, 32, 33, 34, 35

Формируемые компетенции: ПК1.1, ПК1.2, ПК1.3, ПК1.4, ПК1.5, ОК1, ОК2, ОК3, ОК4,

ОК6, ОК7, ОК8, ОК9, ОК10

За правильный ответ на задание выставляется – 3 балл.

За неправильный ответ на вопрос выставляется – 0 баллов.

Время на выполнение: 80 мин.

Практическое занятие №5. Выполнение шрифтовых изображений с помощью применения различных видов шрифтов: с засечками, без засечек, моноширинные

Проверяемые результаты обучения: У1, У2, У3, У4, З1, З2, З3

Формируемые компетенции: ПК1.1, ПК1.2, ПК1.3, ПК1.4, ПК1.5, ОК1, ОК2, ОК3, ОК4, ОК6, ОК7, ОК10

Шрифты оформить в виде таблицы:

Шрифт	Описание	
Arial	Шрифт без засечек	Пропорциональный
Arial Black	Шрифт без засечек	Пропорциональный
Times New Roman	Шрифт с засечками	Пропорциональный
Comic Sans MF	Шрифт без засечек	Пропорциональный
Courier New	Шрифт с засечками	Моноширинный
<i>Monotype Corsiva</i>	<i>Шрифт с засечками</i>	<i>Пропорциональный</i>
Ижца (Iz'itsa)	Шрифт с засечками	Пропорциональный

Критерии оценки:

За правильный ответ на задание выставляется – 3 балла.

За неправильный ответ на вопрос выставляется – 0 баллов.

Время на выполнение: 90 мин.

Внеаудиторная самостоятельная работа № 5. Изучение специальной литературы с подготовкой презентаций по теме «Рукописные шрифты и их виды».

Проверяемые результаты обучения: У1, У2, У3, У4, З1, З2, З3

Формируемые компетенции: ПК1.1, ПК1.2, ПК1.3, ПК1.4, ПК1.5, ОК1, ОК2, ОК3, ОК4, ОК6, ОК7, ОК10

Критерии оценки:

За правильный ответ на задание выставляется – 1 балл.

За неправильный ответ на вопрос выставляется – 0 баллов.

Время на выполнение: 90 мин.

Внеаудиторная самостоятельная работа № 6. Изучение специальной литературы с подготовкой презентаций по теме «Историческая классификация шрифтов (антиква, египетские, гротески)»

Проверяемые результаты обучения: У1, У2, У3, У4, З1, З2, З3

Формируемые компетенции: ПК1.1, ПК1.2, ПК1.3, ПК1.4, ПК1.5, ОК1, ОК2, ОК3, ОК4, ОК6, ОК7, ОК10

Критерии оценки:

За правильный ответ на задание выставляется – 1 балл.

За неправильный ответ на вопрос выставляется – 0 баллов.

Время на выполнение: 90 мин.

Внеаудиторная самостоятельная работа №7. Оформление практических работ и подготовка их к защите.

Проверяемые результаты обучения: У1, У2, У3, У4, З1, З2, З3

Формируемые компетенции: ПК1.1, ПК1.2, ПК1.3, ПК1.4, ПК1.5, ОК1, ОК2, ОК3, ОК4, ОК6, ОК7, ОК10

Критерии оценки:

За правильный ответ на задание выставляется – 1 балл.

За неправильный ответ на вопрос выставляется – 0 баллов.

Время на выполнение: 90 мин.

Тема 2.4 Виды печати и печатной продукции. Изобразительный рекламный плакат

Проверяемые результаты обучения: У1, У2, У3, У4, З1, З2, З3

Формируемые компетенции: ПК1.1, ПК1.2, ПК1.3, ПК1.4, ПК1.5, ОК1, ОК2, ОК3, ОК4, ОК6, ОК7, ОК10

План занятия:

1 Способы печати полиграфической рекламы и рекламы в прессе.

1. Плоская офсетная печать: особенности технологии, виды запечатываемых материалов, возможности для производства рекламного продукта.
2. Трафаретная печать: особенности технологии, виды запечатываемых материалов, возможности для производства рекламного продукта

Текст задания.

Ответьте на вопросы теста

1 Как называется декоративный шрифт крупного размера?

1 Рукописный

2* Акцидентный

3 Готический

3. Какой из элементов является «засечкой»



4. 1

5. 2

6. 3

7. 4

8. *5

9. 6

10. Что такое гарнитура?

1. *Группа шрифтов разных видов и кеглей (размеров), имеющих одинаковое начертание, единый стиль и оформление.
2. Графический рисунок начертаний букв и знаков, составляющих единую систему, набор символов определенного размера и рисунка.
3. Группа шрифтов разных видов одного размера, имеющих одинаковое начертание, единый стиль и оформление.

4 Какие бывают виды шрифтов?

1. *Нормальный

2. *Полужирный

3. *Наклонный
4. Декоративный
5. Текстовый

11. Что такое “рубленный” шрифт?

1. Полужирный
2. *Без засечек
3. Большого размера

12. Какой шрифт надо выбрать для подписи?

- 1 *Без засечек
- 2 Мелкого кегля
- 3 Декоративны



7. Каких элементов, описывающих шрифт, не бывает?

- 1 *Ширина прописных букв
- 2 Высота прописных букв
- 3 Выносной элемент
- 4 Высота строчных букв

Критерии оценки:

За правильный ответ на задание выставляется – 2 балл.

За неправильный ответ на вопрос выставляется – 0 баллов.

Время на выполнение: 15 мин.

Практическое занятие №1 Выполнение эскизов для полиграфической рекламы.

Проверяемые результаты обучения: У1, У2, У3, У4, 31, 32, 33, 34, 35

Формируемые компетенции: ПК1.1, ПК1.2, ПК1.3, ПК1.4, ПК1.5, ОК1, ОК2, ОК3, ОК4, ОК6, ОК7, ОК8, ОК9, ОК10

Текст задания.

1. Ответьте на вопросы:

1. Что относится к полиграфической продукции?
2. Какие виды полиграфической продукции вы знаете?
3. Сколько существует видов календарей?
4. Какие виды визиток вы знаете?
5. Перечислите плюсы и минусы печатной продукции

За правильный ответ на задание выставляется – 1 балл.

За неправильный ответ на вопрос выставляется – 0 баллов.

Время на выполнение: 10 мин.

2. Выполните на выбор три эскиза полиграфической продукции.

За правильный ответ на задание выставляется – 5 баллов.

За неправильный ответ на вопрос выставляется – 0 баллов.

Время на выполнение: 80 мин.

Практическое занятие №2 по теме «Особенности технологии, виды запечатываемых материалов».

Проверяемые результаты обучения: У1, У2, У3, У4, 31, 32, 33, 34, 35

Формируемые компетенции: ПК1.1, ПК1.2, ПК1.3, ПК1.4, ПК1.5, ОК1, ОК2, ОК3, ОК4, ОК6, ОК7, ОК8, ОК9, ОК10

Текст задания: Проанализировав, виды печатной продукции, выявить особенности технологии, виды запечатываемых материалов, материалов, создающих изображение, отделочных материалов и составьте таблицу.

Критерии оценки:

За правильный ответ на задание выставляется – 2 балла.

За неправильный ответ на вопрос выставляется – 0 баллов.

Время на выполнение: 80 мин.

Практическое занятие №3 Выполнение эскизов для рекламы в прессе.

Проверяемые результаты обучения: У1, У2, У3, У4, З1, З2, З3

Формируемые компетенции: ПК1.1, ПК1.2, ПК1.3, ПК1.4, ПК1.5, ОК1, ОК2, ОК3, ОК4, ОК6, ОК7, ОК10

Текст задания: Выберите продукцию известной компании и выполните эскиз.

Критерии оценки:

За правильный ответ на задание выставляется – 5 баллов.

За неправильный ответ на вопрос выставляется – 0 баллов.

Время на выполнение: 80 мин.

Внеаудиторная самостоятельная работа № 8. Изучение специальной литературы с подготовкой презентаций по теме «Плоская офсетная печать»

Проверяемые результаты обучения: У1, У2, У3, У4, З1, З2, З3, З4, З5

Формируемые компетенции: ПК1.1, ПК1.2, ПК1.3, ПК1.4, ПК1.5, ОК1, ОК2, ОК3, ОК4, ОК6, ОК7, ОК8, ОК9, ОК10

Критерии оценки:

За правильный ответ на задание выставляется – 1 балл.

За неправильный ответ на вопрос выставляется – 0 баллов.

Время на выполнение: 90 мин.

Внеаудиторная самостоятельная работа № 9. Изучение специальной литературы с подготовкой презентаций по теме «Трафаретная печать»

Проверяемые результаты обучения: У1, У2, У3, У4, З1, З2, З3, З4, З5

Формируемые компетенции: ПК1.1, ПК1.2, ПК1.3, ПК1.4, ПК1.5, ОК1, ОК2, ОК3, ОК4, ОК6, ОК7, ОК8, ОК9, ОК10

Критерии оценки:

За правильный ответ на задание выставляется – 1 балл.

За неправильный ответ на вопрос выставляется – 0 баллов.

Время на выполнение: 90 мин.

Внеаудиторная самостоятельная работа №10. Оформление лабораторных работ и подготовка их к защите.

Проверяемые результаты обучения: У1, У2, У3, У4, З1, З2, З3, З4, З5

Формируемые компетенции: ПК1.1, ПК1.2, ПК1.3, ПК1.4, ПК1.5, ОК1, ОК2, ОК3, ОК4, ОК6, ОК7, ОК8, ОК9, ОК10

Критерии оценки:

За правильный ответ на задание выставляется – 1 балл.

За неправильный ответ на вопрос выставляется – 0 баллов

Время на выполнение: 90 мин.

Тема 2.5. Правила создания баннерной рекламы

Проверяемые результаты обучения: У1, У2, У3, У4, З1, З2, З3, З4, З5

Формируемые компетенции: ПК1.1, ПК1.2, ПК1.3, ПК1.4, ПК1.5, ОК1, ОК2, ОК3, ОК4, ОК6, ОК7, ОК8, ОК9, ОК10

План занятия:

1. Приемы и принципы составления рекламного (слоганы и рекламные идеи)
2. Порядок воздействия баннера: текстом, цветом и графикой.
3. Цветовые предпочтения при создании баннера

Найдите лишнюю рекомендацию при составлении баннера:

1. Принцип пустого пространства.
2. *На баннере используйте минимум две фотографии.
3. Один баннер – одно сообщение.
4. Один баннер – один визуал.
5. Краткость – сестра таланта.
6. Раз контакт. Точка.
7. Порядок на баннере – порядок на предприятии.
8. Грамотность превыше красоты.
9. Баннер не для красоты города, а для прочтения клиентом.
10. Дизайнер нужен. Точка.
11. Брендирование

Критерии оценки:

За правильный ответ на задание выставляется – 1 балл.

За неправильный ответ на вопрос выставляется – 0 баллов.

Время на выполнение: 80 мин

Практическое занятие №4 Создание рекламного слогана на заданную тему.

Проверяемые результаты обучения: У1, У2, У3, У4, З1, З2, З3, З4, З5

Формируемые компетенции: ПК1.1, ПК1.2, ПК1.3, ПК1.4, ПК1.5, ОК1, ОК2, ОК3, ОК4, ОК6, ОК7, ОК8, ОК9, ОК10

Задание: Используя 17 правил создайте креативный слоган на заданную тему.

1. **Определите, что Вы хотите добиться с помощью слогана?**
2. **Правильно, если слоган содержит имя компании (Бренда) или перекликается с ним (с именем).**
3. **Говорите на языке целевой аудитории.**
4. **Чем проще, – тем лучше!**
5. **Эпатируйте! Ломайте стереотипы (если конечно жанр бренда это позволяет, а чаще всего – да!).**
6. **Используйте чужой успех (используйте фразы, которые уже на слуху, при условии, что Вы не нарушаете чужих авторских прав).**
7. **Не сливайтесь с «толпой».**
8. **Плохой ли у Вас слоган сейчас?**
9. **Основные критерии успешного слогана:**
10. Идеальность (связан с рекламируемым продуктом и плохо подходит к другим товарным категориям) Лучший пример: «Не тормози! Сникерсни!».
11. Уникальность (яркое отличие в лучшую сторону от слоганов-конкурентов).
12. Эмоциональность (должен быть характер, как у Nike: Just do it! (Просто сделай это, прямо сейчас!))
13. **Не заблуждайтесь.**
14. **. Сколько стоит правильно работающий слоган. И стоит ли он этого?**
15. **Примеры удачных слоганов (все они разработаны в профессиональных**

агентствах):

16. Как оценить роль слогана?

17. Ваше преимущество перед конкурентами.

Критерии оценки:

За правильный ответ на задание выставляется – 1 балл.

За неправильный ответ на вопрос выставляется – 0 баллов

Время на выполнение: 90 мин.

Практическое занятие №5 Создание эскиза баннера растяжки

Проверяемые результаты обучения: У1, У2, У3, У4, 31, 32, 33, 34, 35

Формируемые компетенции: ПК1.1, ПК1.2, ПК1.3, ПК1.4, ПК1.5, ОК1, ОК2, ОК3, ОК4, ОК6, ОК7, ОК8, ОК9, ОК10

Критерии оценки:

За правильный ответ на задание выставляется – 1 балл.

За неправильный ответ на вопрос выставляется – 0 баллов

Время на выполнение: 90 мин.

Внеаудиторная самостоятельная работа №11. Оформление лабораторных работ и подготовка их к защите.

Проверяемые результаты обучения: У1, У2, У3, У4, 31, 32, 33, 34, 35

Формируемые компетенции: ПК1.1, ПК1.2, ПК1.3, ПК1.4, ПК1.5, ОК1, ОК2, ОК3, ОК4, ОК6, ОК7, ОК8, ОК9, ОК10

Критерии оценки:

За правильный ответ на задание выставляется – 1 балл.

За неправильный ответ на вопрос выставляется – 0 баллов

Время на выполнение: 90 мин.

Тема 2.6 Дизайн-проект рекламного буклета

Проверяемые результаты обучения: У1, У2, У3, У4, 31, 32, 33, 34, 35

Формируемые компетенции: ПК1.1, ПК1.2, ПК1.3, ПК1.4, ПК1.5, ОК1, ОК2, ОК3, ОК4, ОК6, ОК7, ОК8, ОК9, ОК10

План занятия:

1. Технологии оперативной полиграфии для производства рекламного продукта: --

1) ризография

2) цифровая печать

Критерии оценки:

За правильный ответ на задание выставляется – 1 балл.

За неправильный ответ на вопрос выставляется – 0 баллов

Время на выполнение: 80 мин.

Практическое занятие №6. Создание эскиза рекламного буклета Текст задания.

Разработать дизайн буклета, изучив аналоги (Таблица.1)

(Таблица.1)



Из пяти видов фальцовки выбрать один(Таблица.2)

Таблица.2



Критерии оценки:

За правильный ответ на задание выставляется – 1 балл.

За неправильный ответ на вопрос выставляется – 0 баллов

Время на выполнение: 80 мин.

Внеаудиторная самостоятельная работа №12. Оформление лабораторной работы и подготовка её к защите.

Проверяемые результаты обучения: У1, У2, У3, У4, 31, 32, 33, 34, 35

Формируемые компетенции: ПК1.1, ПК1.2, ПК1.3, ПК1.4, ПК1.5, ОК1, ОК2, ОК3, ОК4, ОК6, ОК7, ОК8, ОК9, ОК10

Критерии оценки:

За правильный ответ на задание выставляется – 1 балл.

За неправильный ответ на вопрос выставляется – 0 баллов

Время на выполнение: 90 мин.

Тема 2.7 Дизайн упаковки и этикетки

Проверяемые результаты обучения: У1, У2, У3, У4, 31, 32, 33, 34, 35

Формируемые компетенции: ПК1.1, ПК1.2, ПК1.3, ПК1.4, ПК1.5, ОК1, ОК2, ОК3, ОК4, ОК6, ОК7, ОК8, ОК9, ОК10

План занятия:

1. Технологии печати упаковки и этикетки: флексография.
2. Почему важен дизайн этикетки?
3. Эффективный дизайн этикетки: какой он?

Критерии оценки:

За правильный ответ на задание выставляется – 1 балл.

За неправильный ответ на вопрос выставляется – 0 баллов

Время на выполнение: 890 мин.

Практическое занятие №7. Выполнение эскиза упаковки и этикетки

Проверяемые результаты обучения: У1, У2, У3, У4, 31, 32, 33, 34, 35

Формируемые компетенции: ПК1.1, ПК1.2, ПК1.3, ПК1.4, ПК1.5, ОК1, ОК2, ОК3, ОК4, ОК6, ОК7, ОК8, ОК9, ОК10

1. Ответить на вопросы устно:

– Перечислите какой должен быть эффективный дизайн упаковки и этикетки.

– Перечислите в каком стиле может быть выполнен дизайн упаковки, этикетки.

2. Текст задания: Выполнить эскиз упаковки и этикетки для конкретного предприятия.

Используя аналоги (Таблица. 1)

Таблица. 1





Критерии оценки:

За правильный ответ на задание выставляется – 1 балл.

За неправильный ответ на вопрос выставляется – 0 баллов

Время на выполнение: 80 мин.

Внеаудиторная самостоятельная работа №13. Оформление лабораторной работы и подготовка её к защите.

Проверяемые результаты обучения: У1, У2, У3, У4, 31, 32, 33, 34, 35

Формируемые компетенции: ПК1.1, ПК1.2, ПК1.3, ПК1.4, ПК1.5, ОК1, ОК2, ОК3, ОК4, ОК6, ОК7, ОК8, ОК9, ОК10

Критерии оценки:

За правильный ответ на задание выставляется – 1 балл.

За неправильный ответ на вопрос выставляется – 0 баллов

Время на выполнение: 90 мин.

Тема 2.8 Рекламный текст печатной продукции

Проверяемые результаты обучения: У1, У2, У3, У4, 31, 32, 33, 34, 35

Формируемые компетенции: ПК1.1, ПК1.2, ПК1.3, ПК1.4, ПК1.5, ОК1, ОК2, ОК3, ОК4, ОК6, ОК7, ОК8, ОК9, ОК10

Критерии оценки:

За правильный ответ на задание выставляется – 1 балл.

За неправильный ответ на вопрос выставляется – 0 баллов

Время на выполнение: 80 мин.

Практическое занятие №8. Выполнение эскиза рекламного текста

Проверяемые результаты обучения: У1, У2, У3, У4, 31, 32, 33, 34, 35

Формируемые компетенции: ПК1.1, ПК1.2, ПК1.3, ПК1.4, ПК1.5, ОК1, ОК2, ОК3, ОК4, ОК6, ОК7, ОК8, ОК9, ОК10

Текст задания: Выполните рекламный текст для конкретного предприятия,

Изучив 15 профессиональных правил:

1. Представьте себя на месте клиента.
3. Проявляйте уважение и сдержанность.
4. Напишите о преимуществах для клиента.
5. Не забудьте про призыв к действию.
6. Ясность и четкость изложения.
7. Цепкий заголовок – это половина успеха.
8. Рекламная статья – это тема одной идеи.
9. Будьте по-возможности кратки и лаконичны.
10. Форматирование и структура материала.
11. Не используйте клише.
12. Используйте технику диалога.
14. Типографика – это важно!

15. Не помешает капелька юмора.

Критерии оценки:

За правильный ответ на задание выставляется – 1 балл.

За неправильный ответ на вопрос выставляется – 0 баллов

Внеаудиторная самостоятельная работа №14. Оформление лабораторной работы и подготовка её к защите

Проверяемые результаты обучения: У1, У2, У3, У4,31,32, 33,34,35

Формируемые компетенции: ПК1.1, ПК1.2, ПК1.3, ПК1.4, ПК1.5, ОК1, ОК2, ОК3, ОК4, ОК6, ОК7, ОК8, ОК9, ОК10

: ПК1.1, ПК1.2, ПК1.3, ПК1.4, ПК1.5, ОК1, ОК2, ОК3, ОК4, ОК6, ОК7, ОК10

Критерии оценки:

За правильный ответ на задание выставляется – 1 балл.

За неправильный ответ на вопрос выставляется – 0 баллов

Время на выполнение: 90 мин.

Тема 2.9 Рекламные конструкции, размещаемые на зданиях и сооружениях.

Проверяемые результаты обучения: У1, У2, У3, У4,31,32, 33,34,35

Формируемые компетенции: ПК1.1, ПК1.2, ПК1.3, ПК1.4, ПК1.5, ОК1, ОК2, ОК3, ОК4, ОК6, ОК7, ОК8, ОК9, ОК10

План занятия:

1. Технологии печати наружной рекламы.
 - 1) широкоформатная офсетная печать.
 - 2) широкоформатная растровая шелкография
 - 3) струйная широкоформатная печать

Критерии оценки:

За правильный ответ на задание выставляется – 1 балл.

За неправильный ответ на вопрос выставляется – 0 баллов

Время на выполнение: 80 мин.

Практическое занятие №9. Выполнение эскиза наружной рекламы

Проверяемые результаты обучения: У1, У2, У3, У4,31,32, 33,34,35

Формируемые компетенции: ПК1.1, ПК1.2, ПК1.3, ПК1.4, ПК1.5, ОК1, ОК2, ОК3, ОК4, ОК6, ОК7, ОК8, ОК9, ОК10

Текст задания: Выполнить эскиз наружной рекламы для конкретного предприятия. Используя аналоги (Таблица.1)

Таблица.1







Критерии оценки:

За правильный ответ на задание выставляется – 1 балл.

За неправильный ответ на вопрос выставляется – 0 баллов

Время на выполнение: 80 мин.

Внеаудиторная самостоятельная работа №15. Оформление лабораторной работы и подготовка её к защите.

Проверяемые результаты обучения: У1, У2, У3, У4,31,32, 33,34,35

Формируемые компетенции: ПК1.1, ПК1.2, ПК1.3, ПК1.4, ПК1.5, ОК1, ОК2, ОК3, ОК4, ОК6, ОК7, ОК8, ОК9, ОК10

Критерии оценки:

За правильный ответ на задание выставляется – 1 балл.

За неправильный ответ на вопрос выставляется – 0 баллов

Время на выполнение: 90 мин.

Тема 2.10 Отдельно установленные рекламные конструкции

Проверяемые результаты обучения: У1, У2, У3, У4,31,32, 33,34,35

Формируемые компетенции: ПК1.1, ПК1.2, ПК1.3, ПК1.4, ПК1.5, ОК1, ОК2, ОК3, ОК4, ОК6, ОК7, ОК8, ОК9, ОК10

1. Технологии печати наружной рекламы.

- 1) широкоформатная офсетная печать.
- 2) широкоформатная растровая шелкография
- 3) струйная широкоформатная печать

Общие требования к выполнению эскизов средств наружной рекламы

Эскиз средства наружной рекламы выполняется на листе формата А-4 в трех экземплярах в цвете. В эскизе в обязательном порядке должны содержаться следующие сведения:

1. адрес места размещения средства наружной рекламы;
2. выкопировка из топогеосъемки участка местности (ситуационный план) с обозначением места размещения средства наружной рекламы (не требуется в случае оформления разрешения на размещение средства наружной рекламы на здании (сооружении)).
3. фотография места размещения (панорамная съемка, с расстояния) с нанесенным средством наружной рекламы;
4. дневной и ночной виды, если конструкция предусматривает подсветку;
5. наличие подсветки (с указанием внутренней или внешней);
6. размеры средства наружной рекламы;
7. конструкция средства наружной рекламы, используемые материалы и способ крепления;
8. количество рекламных полей;
9. при рекламировании деятельности организации, индивидуального предпринимателя (если эскиз совмещен с макетом рекламы) на рекламном сюжете обязательно должно быть указано полное

наименование этой организации и учетный номер плательщика (УНП). А в случае, если деятельность подлежит лицензированию – также номер лицензии, дата выдачи, орган, выдавший лицензию и срок ее действия.

Критерии оценки:

За правильный ответ на задание выставляется – 1 балл.

За неправильный ответ на вопрос выставляется – 0 баллов

Время на выполнение: 80 мин.

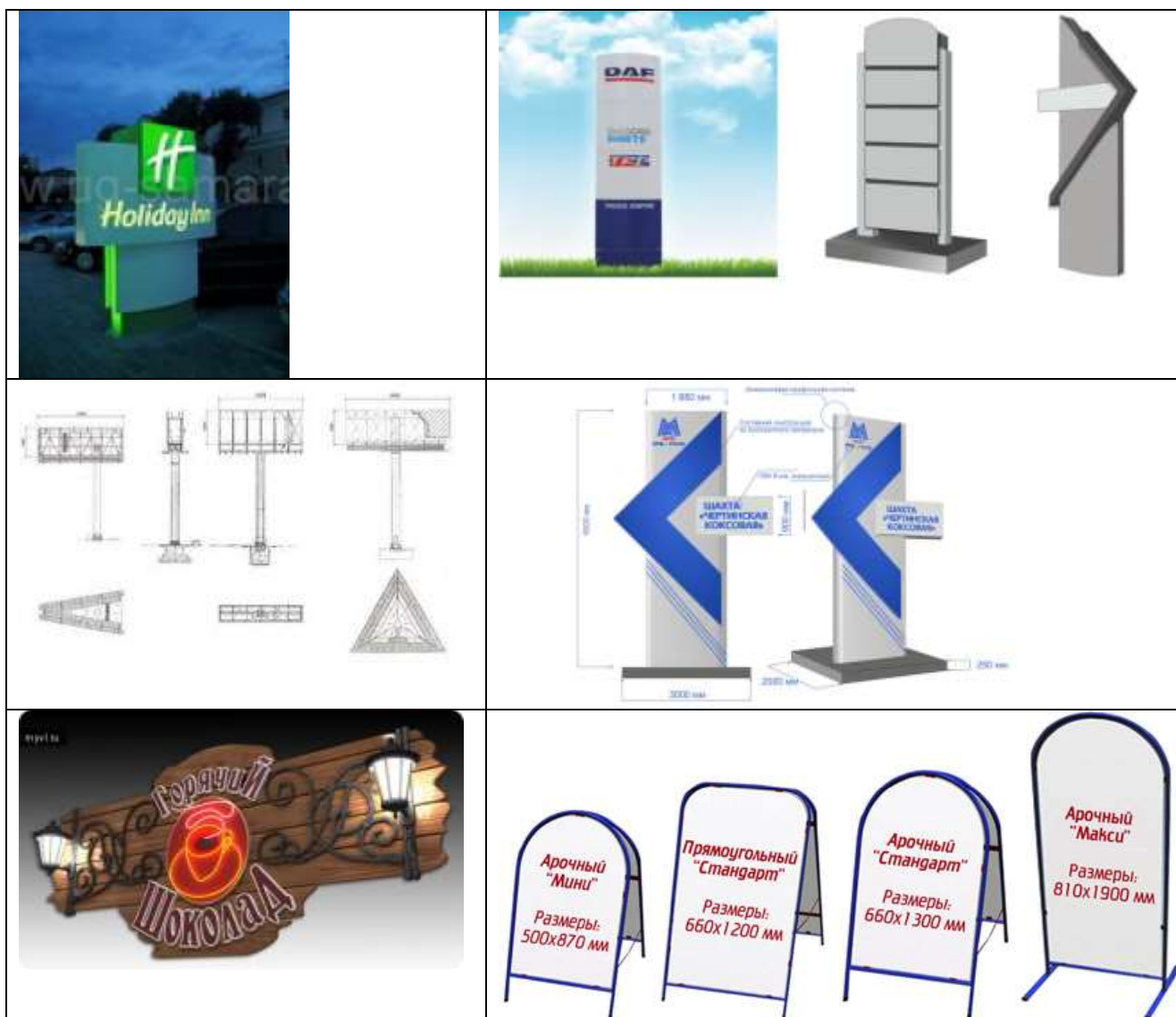
Практическое занятие №10. Выполнение эскиза отдельно установленной наружной рекламы.

Проверяемые результаты обучения: У1, У2, У3, У4,31,32, 33,34,35

Формируемые компетенции: ПК1.1, ПК1.2, ПК1.3, ПК1.4, ПК1.5, ОК1, ОК2, ОК3, ОК4, ОК6, ОК7, ОК8, ОК9, ОК10

Текст задания: Выполнить эскиз отдельно установленной наружной рекламы для конкретного предприятия. Используя аналоги (Таблица.1)

Таблица.1



Критерии оценки:

За правильный ответ на задание выставляется – 1 балл.

За неправильный ответ на вопрос выставляется – 0 баллов

Время на выполнение: 80 мин.

Внеаудиторная самостоятельная работа №16. Оформление лабораторной работы и подготовка её к защите.

Проверяемые результаты обучения: У1, У2, У3, У4, 31, 32, 33,34,35

Формируемые компетенции: ПК1.1, ПК1.2, ПК1.3, ПК1.4, ПК1.5, ОК1, ОК2, ОК3, ОК4, ОК6, ОК7, ОК8, ОК9, ОК10

Критерии оценки:

За правильный ответ на задание выставляется – 1 балл.

За неправильный ответ на вопрос выставляется – 0 баллов

Время на выполнение: 90 мин.

Тема 2.11 Реклама на транспорте

Проверяемые результаты обучения: У1, У2, У3, У4,31,32, 33,34,35

Формируемые компетенции: ПК1.1, ПК1.2, ПК1.3, ПК1.4, ПК1.5, ОК1, ОК2, ОК3, ОК4, ОК6, ОК7, ОК8, ОК9, ОК10

Критерии оценки:

За правильный ответ на задание выставляется – 1 балл.

За неправильный ответ на вопрос выставляется – 0 баллов

Время на выполнение: 80 мин.

Практическое занятие №11. Выполнение эскиза рекламы на транспорте

Проверяемые результаты обучения: У1, У2, У3, У4, З1,З2, З3,З4,З5

Формируемые компетенции: ПК1.1, ПК1.2, ПК1.3, ПК1.4, ПК1.5, ОК1, ОК2, ОК3, ОК4, ОК6, ОК7, ОК8, ОК9, ОК10

Текст задания: Выполнить эскиз рекламы на транспорте для конкретного предприятия.

Используя аналоги (Таблица.1)

Таблица.1





Критерии оценки:

За правильный ответ на задание выставляется – 1 балл.

За неправильный ответ на вопрос выставляется – 0 баллов

Время на выполнение: 80 мин.

Внеаудиторная самостоятельная работа №17. Оформление лабораторной работы и подготовка её к защите.

Проверяемые результаты обучения: У1, У2, У3, У4, З1,З2, З3,З4,З5

Формируемые компетенции: ПК1.1, ПК1.2, ПК1.3, ПК1.4, ПК1.5, ОК1, ОК2, ОК3, ОК4, ОК6, ОК7, ОК8, ОК9, ОК10

Критерии оценки:

За правильный ответ на задание выставляется – 1 балл.

За неправильный ответ на вопрос выставляется – 0 баллов

Время на выполнение: 90 мин.

Тема2.12 Требования к выставочному стенду

Проверяемые результаты обучения: У1, У2, У3, У4,З1,З2, З3,З4,З5

Формируемые компетенции: ПК1.1, ПК1.2, ПК1.3, ПК1.4, ПК1.5, ОК1, ОК2, ОК3, ОК4, ОК6, ОК7, ОК8, ОК9, ОК10

План занятия:

1. Требования к выставочному стенду.
2. Элементы выставочного стенда

Критерии оценки:

За правильный ответ на задание выставляется – 1 балл.

За неправильный ответ на вопрос выставляется – 0 баллов

Время на выполнение: 80 мин.

Практическое занятие №12. Выполнение эскиза выставочного стенда

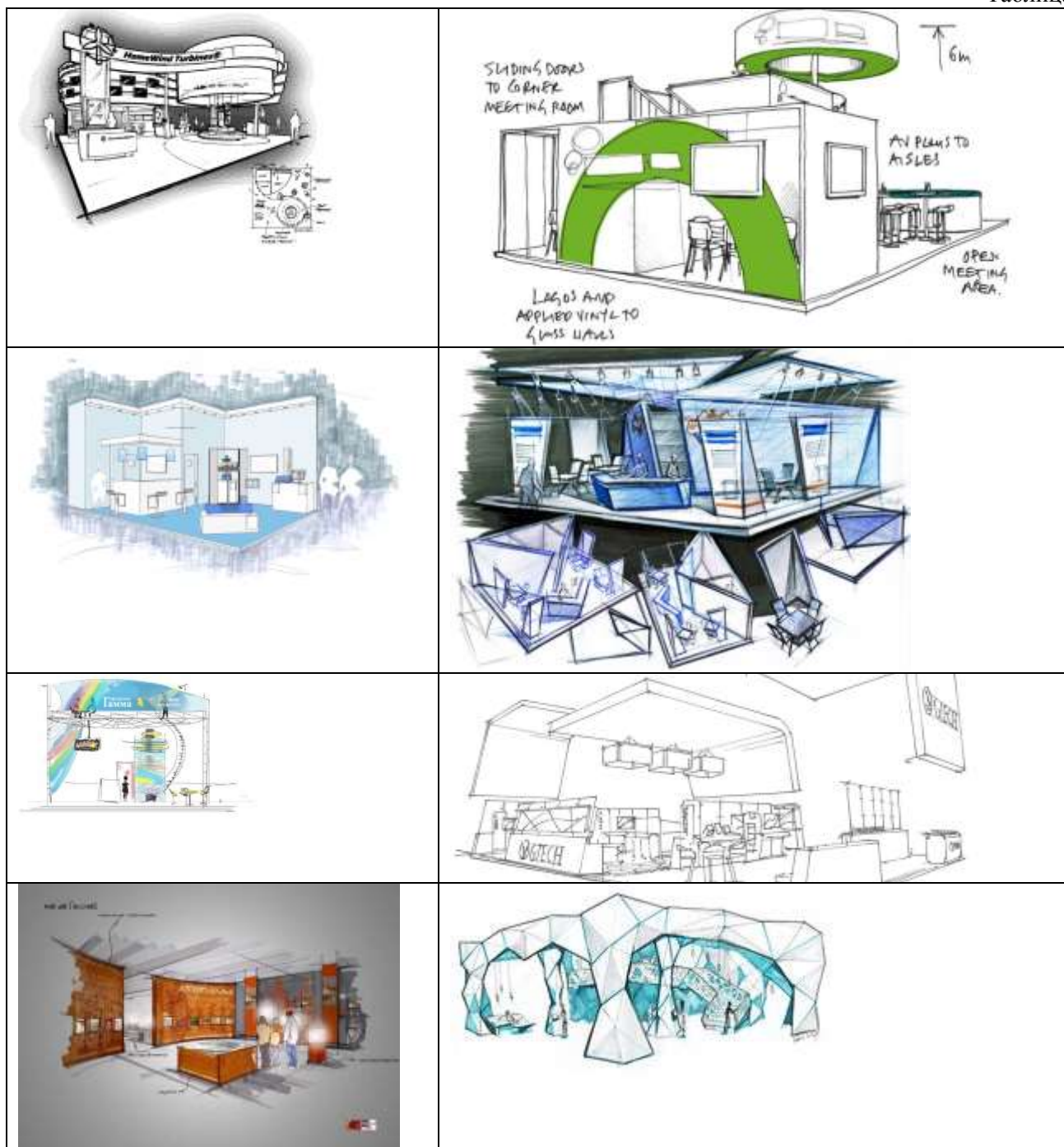
Проверяемые результаты обучения: У1, У2, У3, У4, З1, З2, З3

Формируемые компетенции: ПК1.1, ПК1.2, ПК1.3, ПК1.4, ПК1.5, ОК1, ОК2, ОК3, ОК4,

ОК6, ОК7, ОК10

Текст задания: Выполнить эскиз выставочного стенда по заданной тематике Используя аналоги (Таблица.1)

Таблица.1





Критерии оценки:

За правильный ответ на задание выставляется – 1 балл.

За неправильный ответ на вопрос выставляется – 0 баллов

Время на выполнение: 80 мин.

Внеаудиторная самостоятельная работа №18. Оформление лабораторной работы и подготовка её к защите.

Проверяемые результаты обучения: У1, У2, У3, У4, 31,32, 33,34,35

Формируемые компетенции: ПК1.1, ПК1.2, ПК1.3, ПК1.4, ПК1.5, ОК1, ОК2, ОК3, ОК4, ОК6, ОК7, ОК8, ОК9, ОК10

Критерии оценки:

За правильный ответ на задание выставляется – 1 балл.

За неправильный ответ на вопрос выставляется – 0 баллов

Время на выполнение: 90 мин.

Тема2.13 Проектирование эксклюзивного выставочного стенда

Проверяемые результаты обучения: У1, У2, У3, У4, 31, 32, 33

Формируемые компетенции: ПК1.1, ПК1.2, ПК1.3, ПК1.4, ПК1.5, ОК1, ОК2, ОК3, ОК4, ОК6, ОК7, ОК10

План занятия:

1. Проектирование эксклюзивного выставочного стенда.
2. Элементы эксклюзивного выставочного стенда.

Критерии оценки:

За правильный ответ на задание выставляется – 1 балл.

За неправильный ответ на вопрос выставляется – 0 баллов

Время на выполнение: 80 мин.

Практическое занятие №13. Выполнение эскиза эксклюзивного выставочного стенда

Проверяемые результаты обучения: У1, У2, У3, У4, З1, З2, З3

Формируемые компетенции: ПК1.1, ПК1.2, ПК1.3, ПК1.4, ПК1.5, ОК1, ОК2, ОК3, ОК4, ОК6, ОК7, ОК10

Критерии оценки:

За правильный ответ на задание выставляется – 1 балл.

За неправильный ответ на вопрос выставляется – 0 баллов

Время на выполнение: 80 мин.

Внеаудиторная самостоятельная работа №19. Оформление лабораторной работы и подготовка её к защите.

Проверяемые результаты обучения: У1, У2, У3, У4, З1, З2, З3

Формируемые компетенции: ПК1.1, ПК1.2, ПК1.3, ПК1.4, ПК1.5, ОК1, ОК2, ОК3, ОК4, ОК6, ОК7, ОК10

Критерии оценки:

За правильный ответ на задание выставляется – 1 балл.

За неправильный ответ на вопрос выставляется – 0 баллов

Время на выполнение: 90 мин.

Тема2.14 Образы функций. Рекламные технологии

Проверяемые результаты обучения: У1, У2, У3, У4, З1, З2, З3

Формируемые компетенции: ПК1.1, ПК1.2, ПК1.3, ПК1.4, ПК1.5, ОК1, ОК2, ОК3, ОК4, ОК6, ОК7, ОК10

План занятия:

1. Образы функций рекламы.
2. Типы функций рекламы.
3. Образы сенсорно-логических, сенсорно-этических, интуитивно-логических и интуитивно-этических типов.
4. Метафоры обыгрывающие «естественные» элементы образа женщины, мужчины и отношений между ними.
5. Визуальное поле через понятия «изображения» и «взгляда»

Критерии оценки:

За правильный ответ на задание выставляется – 1 балл.

За неправильный ответ на вопрос выставляется – 0 баллов

Время на выполнение: 180 мин.

Практическое занятие №14. Составление таблицы образов функций.

Проверяемые результаты обучения: У1, У2, У3, У4, З1, З2, З3, З4, З5

Формируемые компетенции: ПК1.1, ПК1.2, ПК1.3, ПК1.4, ПК1.5, ОК1, ОК2, ОК3, ОК4, ОК6, ОК7, ОК8, ОК9, ОК10

Критерии оценки:

За правильный ответ на задание выставляется – 1 балл.

За неправильный ответ на вопрос выставляется – 0 баллов

Время на выполнение: 80 мин.

Практическое занятие №15. Разработка эскиза композиционного решения рекламного продукта.

Проверяемые результаты обучения: У1, У2, У3, У4, З1, З2, З3, З4, З5

Формируемые компетенции: ПК1.1, ПК1.2, ПК1.3, ПК1.4, ПК1.5, ОК1, ОК2, ОК3, ОК4, ОК6, ОК7, ОК8, ОК9, ОК10

Критерии оценки:

За правильный ответ на задание выставляется – 1 балл.

За неправильный ответ на вопрос выставляется – 0 баллов

Время на выполнение: 80 мин.

Практическое занятие №16. Создание рекламного продукта по заданию преподавателя.

Проверяемые результаты обучения: У1, У2, У3, У4, З1, З2, З3

Формируемые компетенции: ПК1.1, ПК1.2, ПК1.3, ПК1.4, ПК1.5, ОК1, ОК2, ОК3, ОК4, ОК6, ОК7, ОК10

Критерии оценки:

За правильный ответ на задание выставляется – 1 балл.

За неправильный ответ на вопрос выставляется – 0 баллов

Время на выполнение: 180 мин.

Практическое занятие №17. Создание рекламного продукта по заданию преподавателя.

Дифференцированный зачёт.

Проверяемые результаты обучения: У1, У2, У3, У4, З1, З2, З3

Формируемые компетенции: ПК1.1, ПК1.2, ПК1.3, ПК1.4, ПК1.5, ОК1, ОК2, ОК3, ОК4, ОК6, ОК7, ОК10

Критерии оценки:

За правильный ответ на задание выставляется – 1 балл.

За неправильный ответ на вопрос выставляется – 0 баллов

Время на выполнение: 180 мин.

13. Задания промежуточной аттестации МДК.01.02 . Дифференцированный зачёт. (6 семестр)

1.Текст задания. Выберите правильный вариант ответа:

I вариант.

14. Что выполняет постоянная концентрация рекламной деятельности, поглощение крупными рекламными агентствами и средств распространения рекламы более мелкими:

- а) основная задача
- б) *процесс рынка
- в) полная информация

2. Укажите количество этапов, согласно стратегии рекламы:

- а) *5
- б) 4
- в) 6

3. Как называются виды деятельности и мероприятия, осуществление которых привлекает внимание потребителей, продавцов, посредников к продукции предприятия и стимулирует их к покупке:

- а) персональные продажи
- б) имидж
- в)*стимулирование сбыта

4. Как называется достижение высокой общественной репутации фирмы:

- а) *паблик – рилейшнз
- б) таргетинг
- в) директ – маркетинг

5. Необходимо выбрать два понятия, между которыми разница только в том, что конечная цель у одного – увеличение сбыта товаров и услуг, а у другого – не только увеличение сбыта товаров и услуг, но и

использование мероприятий против использования отдельных видов товаров:

- а) пропаганда и рекламный слоган
- б) реклама и фирменный стиль
- в) *реклама и пропаганда

6. Необходимо выбрать лишнее: по распространению рекламные обращения бывают:

- а) *престижная реклама +
- б) безличная реклама
- в) прямая реклама
- г) *товарная реклама

7. Как называется малоформатное нефальцованное или односгибное издание, выпускаемое в силу своей экономичности большим тиражом:

- а) плакат
- б) проспект
- в) *листовка

8. Как называется программа из автоматически сменяющихся цветных диапозитивов, процентируемых на одном или нескольких экранах:

- а)* слайд – фильм
- б) кинофильм
- в) видеофильм

9. Как называется информация, которая зачитывается диктором:

- а) радиоролик
- б) поздравление
- в) *радиообъявление

10. Эффективное средство преимущественно для рекламы потребительских товаров

- а) почтовая реклама
- б) *наружная реклама
- в) подарочные изделия

11. Как называется подготовка клиентов к покупке путем прохождения их через определенные этапы:

- а) стратегия рекламы
- б) *понимание
- в) задача рекламы

12. Как называется распространение информации о существовании продукта:

- а) понимание
- б)* знание
- в) отношение

13. Как называется установление долгосрочных двухсторонних коммуникаций между производителем и потребителем:

- а)* директ – маркетинг
- б) сейлз – промоушн
- в) таргетинг

14. Канал информации, по которому рекламное сообщение доходит до потребителя называется:

- а) рынок
- б) *средство распространения рекламы +
- в) рекламное агентство

15. К какому виду рекламы относится информирование покупателя об особенностях и достоинствах услуг, пробуждает интерес к ним:

- а) информативная реклама
- б) престижная реклама
- в) *товарная реклама

16. Процесс создания рекламного продукта включает в себя именно такое количество действий:

- а) 7
- б) *6
- в) 11

17. Выберите правильное определение: издание, не сброшюрованное, а многократно сфальцованное – это:

- а) проспект
- б) плакат
- в) *буклет

18. Как называется тематическая радиопередача информационно – рекламного характера:

- а) радиообъявление
- б) * радиожурнал +
- в) радиорепортаж

19. Рекламно – информационное письмо относится к:

- а) *почтовой рекламе
- б) рекламным сувенирам
- в) наружной рекламе

20. Изделия, которые используются в ходе деловых встреч руководителей высшего звена организаций по случаю различных юбилеев называются:

- а) фирменные упаковочные материалы
- б) фирменные сувенирные изделия
- в) * подарочные изделия

II вариант.

1. Что такое средство рекламы:

- а) * материальное средство, которое служит для распространения рекламного сообщения и способствует достижению необходимого рекламного эффекта
- б) действие по разработке товарного предложения предприятия и его имиджа, направленные на то, чтобы занять обособленное благоприятное положение в сознании целевой группы потребителей
- в) программа коммуникаций, имеющая общие цели, стратегию, бюджет, и часто ориентированная на одну и ту же целевую аудиторию

2. Что стремится сделать рекламодатель, с помощью рекламных средств:

- а) показать себя
- б) * оказать воздействие на потенциальных потребителей объекта рекламирования
- в) побудить потребителей не совершать никаких действий

3. Основным элементом, определяющим рекламное сообщение, является (ются):

- а) звук
- б) свет, рисунок
- в) * изображение, текст

4. Что необходимо сделать, прежде чем выбрать тот или иной вид рекламы:

- а) изучить целевую аудиторию
- б) *определить цель рекламного мероприятия
- в) изучить рынок

5. Что относится к видам основных рекламных средств:

- а) телереклама
 - б) наружная реклама
 - в) радиореклама
 - г)* все варианты верны
6. Главное преимущество прямой почтовой рекламы:
- а) имеет самые высокие затраты на тысячу адресатов из всех основных рекламных средств
 - б) *позволяет донести информацию до клиентов в любом географическом поясе
 - в) рассылку можно персонализировать
7. Самый известный недостаток журналов:
- а)* ограниченная гибкость
 - б) визуальное качество
 - в) обладают самым длительным жизненным циклом из всех СМИ
8. Что такое транзитная реклама:
- а) рекламное объявление, которое предшествует фильму в кинотеатре
 - б) современный канал распространения рекламы по мобильным телефонам
 - в) *форма городской рекламы, которая использует транспортные средства, чтобы донести до людей обращение
9. Что является основными носителями рекламы в Интернете:
- а) компьютерная сеть
 - б) *электронная почта, баннеры
 - в) вирусы
10. Самое влиятельное средство рекламы:
- а)* телевизионная реклама
 - б) интернет
 - в) реклама в газетах
11. Отметьте, кто в модели речевой коммуникации является адресантом:
- а) *источник сообщения;
 - б) получатель сообщения;
 - в) специфические обстоятельства, которые характеризуют данную коммуникацию;
 - г) то, что передается адресату.
12. Что не включает в себя набор инструментов маркетинговых коммуникаций?
- А) выставки/ярмарки;
 - б) спонсорство;
 - в)* маркетинговую информационную систему;
 - г) рекламу.
13. Основными адресантами маркетинговых коммуникаций не являются:
- а) сотрудники данной фирмы;
 - б) действительные и потенциальные потребители (целевой рынок);
 - в) *коммуникационные шумы;
 - г) поставщики.
14. В чем важно убедиться, для того чтобы охарактеризовать некое сообщение как рекламное?
- А) неличный характер представления и продвижения идей, товаров или услуг;
 - б) оплачиваемость сообщения заинтересованным в продаже определенным лицом;
 - в) неверно и той другое;
 - г)* верно, если первое сочетается со вторым.
15. Характерными чертами рекламы не являются:
- а) неличная коммуникация;

- б) *двусторонняя коммуникация;
- в) экспрессивность;
- г) способность к убеждению.

16. Целями продвижения не являются:

- а) формирование спроса и стимулирования сбыта;
- б) *уменьшение целевого рынка фирмы;
- в) увеличение объема продаж;
- г) создание и укрепление имиджа фирмы.

17. Какие функции рекламы не различают?

- А) экономическую;
- б) социальную;
- в)* политическую;
- г) брендосоздающую.

18. Выберите, что не относится к типовым задачам бизнеса, не решаемым с помощью рекламы:

- а) неверная товарная политика и формирование ассортимента;
- б) неудовлетворительный сервис;
- в)* нераспространение информации о фирме и ее товарах;
- г) неразработанная система заработной платы на фирме.

19. Кто проводит рекламную кампанию при маркетинговой стратегии «вытягивания» (pull strategy) рекламную кампанию чаще всего?

- А)* производители продукции;
- б) торговые посредники;
- в) производители и торговые посредники вместе;
- г) правительство и другие общественные институты.

20. В зависимости от охватываемой рекламной деятельностью территории не выделяют:

- а) локальную рекламу;
- б) региональную рекламу;
- в) *массовую рекламу;
- г) общенациональную рекламу.

2.Текст задания. Создание рекламного продукта:

1. Разработка авторского веб-сайта
2. Разработка титульной страницы журнала
3. Разработка наружной рекламы бутика женской одежды.
4. Разработка вывески и режимника студии дизайна.
5. Разработка элементов фирменного стиля торгово-развлекательного комплекса.
6. Разработка упаковочной продукции
7. Разработка веб-сайта фитнес-клуба «Верд Класс»
8. Разработка веб-сайта мастера по изготовлению национальных инструментов
9. Разработка веб-сайта для кафе «Хандервассер»
10. Разработка титульной страницы журнала «Салон»
11. Разработка веб-сайта для он-лайн игры
12. Разработка сайта фотографа
13. Разработка веб-сайта детского стадиона
14. Разработка элементов фирменного стиля семейного гипермаркета
15. Разработка серии плакатов
16. Разработка наружной рекламы кафе сладостей
17. Разработка наружной рекламы магазина товаров для творчества.
18. Разработка наружной рекламы свадебного агентства
19. Разработка серии плакатов.
20. Разработка серии объявлений для детского магазина.

21. Разработка наружной рекламы детского магазина игрушек
22. Разработка логотипа строительной компании.
23. Рекламы для серии одежды для отдыха
24. Разработка серии плакатов
25. Разработка логотипа для салона красоты

Оценка «отлично»: обучающийся дает правильные ответы на все поставленные вопросы, обнаруживает осознанное усвоение правил, умеет самостоятельно использовать изученные понятия.

Оценка «хорошо»: ответ в основном соответствует требованиям, установленным для оценки «отлично», но при ответе допущены отдельные неточности в формулировках или при обосновании выполняемых действий. Обучающийся допускает в отдельных случаях негрубые ошибки.

Оценка «удовлетворительно»: обучающийся не смог сформулировать правильный ответ на 1-2 поставленных вопроса.

Оценка «неудовлетворительно»: обучающийся не смог сформулировать правильный ответ ни на один поставленный вопрос.

Время на выполнение: 180 мин.

15. Шкала оценки образовательных достижений

Баллы	Качественная оценка	Количественная оценка
91-100	отлично	«5»
76-90	хорошо	«4»
61-75	удовлетворительно	«3»
менее 61	неудовлетворительно	«2»
более 61	зачтено	
менее 61	не зачтено	

16. Информационное обеспечение реализации программы

МДК.01.01 Художественное проектирование рекламного продукта

1 Основная литература

17. Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 514 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10539-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/456737>

2 Дополнительная литература

1. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 514 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-05261-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/432145>
3. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и PR-текста : учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 159 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04084-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/453912>

МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта

1 Основная литература

18. Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 514 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10539-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/456737>

2 Дополнительная литература

19. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 514 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-05261-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/432145>

2. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и PR-текста : учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 159 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04084-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/453912>

20. Кузвесо́ва, Н. Л. Графический дизайн: от викторианского стиля до ар-деко : учебное пособие для вузов / Н. Л. Кузвесо́ва. — 2-е изд., испр. И доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 139 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11344-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/454598>

4. Тугендхольд, Я. А. Художественная культура Запада / Я. А. Тугендхольд. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 169 с. — (Антология мысли). — ISBN 978-5-534-13489-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/460146>

Электронные ресурсы

1. ЭБС «Book.ru» <https://www.book.ru>
2. Elibrary (НЭБ) <http://elibrary.ru>
3. ЭБС «Юрайт» www.biblio-online.ru
4. ЭБС «Лань» e.lanbook.com
5. СПС «Консультант Плюс»

21. Общие положения

Целью оценки учебной и производственной практике (по профилю специальности) является оценка профессиональных и общих компетенций; практического опыта и умений.

Оценка по производственной практике (по профилю специальности) выставляется на основании данных аттестационного листа (характеристики профессиональной деятельности обучающегося/студента на практике) с указанием видов работ, выполненных обучающимся во время практики, их объема, качества выполнения в соответствии с технологией и (или) требованиями организации, в которой проходила практика.

22. Виды работ практики и проверяемые результаты обучения по профессиональному модулю

23. Учебная практика

Наименование раздела, темы, этапа, вида работы	Содержание раздела, темы, этапа, вида работы	Проверяемые результаты (ПК, ОК, ПО, У)
<p>Вводное занятие</p> <p>Ознакомление с организацией</p>	<p>Виды работ</p> <p>Задачи практики. Инструктаж о прохождении практики: знакомство с программой практики и порядком её проведения, с графиком перемещения студентов по рабочим местам. Ознакомление с рекламной организацией : её организационно-правовой формой, категорией, местом расположения, режимом работы, перечнем предоставляемых услуг, основными клиентами, правилами трудового распорядка</p> <p>Ознакомление с Правилами техники безопасности, пожарной безопасности.</p>	<p>ОК.1, ОК.2, ОК.3, ОК.4, ОК.5, ОК.6,</p>
<p>Тема 1.1</p> <p>Фирменный стиль как элемент маркетинговых коммуникаций</p>	<p>Виды работ</p> <p>Ознакомление с процессом разработки и производства рекламного продукта: основные стадии рекламного процесса .</p> <p>Ознакомление с производством рекламного продукта и его участниками, реакцией потребителей на результат изготовленной рекламной продукции.</p> <p>Ознакомление с моделями восприятия рекламных обращений: AIDA, AIDMA, DAGMAR и др.</p> <p>Выполнение пробных работ по теме.</p>	<p>ПК.1.1, ПК.1.4, ОК.1, ОК.2, ОК.3, ОК.4, ОК.5, ОК.6, ОК.7, ОК.10, ОК.11, У1 У3, У6, ПО1</p>
<p>Тема 1.2.</p> <p>Основные стилеобразующие элементы</p>	<p>Виды работ</p> <p>Ознакомление с базовыми моделями организации, работами по модели Г.Уоллеса.</p> <p>Изучение методик поиска идей для креативной концепции рекламы. Ознакомление с групповыми методами творчества: мозговой атакой (А.Ф. Осборн), методом групповой дискуссии, методом фокальных объектов и др. Изучение практики применения теории решения изобретательских задач (ТРИЗ). (Г.С. Альтшулер и И.Л.Викентьев), методики стратегического креатива - «Disruption» Ж.М. Дрю.</p> <p>Выполнение пробных работ по данной теме.</p> <p>Ознакомление с организацией креативного процесса: с работой креативного отдела рекламного агентства: функциями, перечнем сотрудников, их должностными обязанностями. Наблюдение и анализ творческой связки артдиректора/копирайтера при разработке креативной стратегии. Выполнение пробных работ на основе наблюдений и анализа работы креативного отдела по теме «Создание эскиза потребительской рекламы в форме рекламного объявления».</p>	<p>ПК.1.1, ПК.1.4, ОК.1, ОК.2, ОК.3, ОК.4, ОК.5, ОК.6, ОК.7, ОК.10, ОК.11, У1 У3, У6, ПО1</p>
<p>Тема 1.3 Бриф для создания фирменного стиля</p>	<p>Виды работ</p> <p>Ознакомление с принципами формирования эффективного креативного брифа, с технологией работы по его реализации.</p> <p>Изучение классических ошибок, допускаемых работниками при разработке креативной стратегии рекламы, практики применения образа – вампира Р Ривса. Выполнение пробных работ на основе изучения предложенного материала по теме «Выполнение уравновешенной композиции из различных по величине элементов».</p>	<p>ПК.1.1, ПК.1.4, ОК.1, ОК.2, ОК.3, ОК.4, ОК.5, ОК.6, ОК.7, ОК.10, ОК.11, У1 У3, У6, ПО1</p>

<p>Тема 1.4 Товарный знак и логотип в системе фирменного стиля</p>	<p>Виды работ Ознакомление с принципами оформления рекламного текста: подбором шрифтов, версткой, цветовым решением. Выполнение пробных работ по оформлению рекламного текста. Изучение технологии применения фирменного стиля в целях повышения запоминаемости рекламы. Выполнение пробных работ по оформлению рекламного продукта с использованием товарного знака и логотипа по теме «Создание образа и обеспечение пролонгированной узнаваемости торговой марки».</p>	<p>ПК.1.1, ПК.1.4, ОК.1, ОК.2, ОК.3, ОК.4, ОК.5, ОК.6, ОК.7, ОК.10, ОК.11, У1 У3, У6, ПО1</p>
<p>Тема 1.5 Цвет и символ в системе фирменной символике</p>	<p>Виды работ Наблюдение за методикой подбора цвета в рекламе. Выполнение пробных работ по подбору цвета с учётом композиции рекламы как способа привлечения и удержания внимания потребителя. Изучение технологии применения рекламной иллюстрации, требований и приёмов разработки рекламной продукции такого типа. Определение роли образов – продавцов и образов-вампилов в создании фирменной рекламной продукции. Выполнение пробных работ по теме «Выполнение композиции из простых геометрических форм или плоскостей, в которой чётко просматриваются три пространственных плана (передний, средний и дальний)».</p>	<p>ПК.1.1, ПК.1.4, ОК.1, ОК.2, ОК.3, ОК.4, ОК.5, ОК.6, ОК.7, ОК.10, ОК.11, У1 У3, У6, ПО1</p>
<p>Подготовка к защите учебной практики Защита практики.</p>	<p>Виды работ Оформление дневника практики. Подготовка доклада к защите. Решения организационных вопросов: получение характеристики руководителя практики от организации. Подготовка пробного проекта рекламы к защите. Защита практики. Дифференцированный зачёт.</p>	

24. Производственная практика (по профилю специальности)

Таблица

№ п/п	Наименование раздела, темы, этапа, вида работы	Содержание раздела, темы, этапа, вида работы	Проверяемые результаты (ПК, ОК, ПО, У)
1	2	3	
1. Инструктаж и получение индивидуального задания			
1	<p><i>Этап 1.</i> Инструктаж студентов по производственной практике (по профилю специальности). Получение студентами индивидуального задания.</p>	<p>Инструктаж студентов по производственной практике (по профилю специальности) предполагает рассмотрение следующих основных вопросов: - успеваемость по результатам сессии для выявления студентов, имеющих академическую задолженность, и установление сроков ее ликвидации. На практику направляются только успевающие студенты; - ознакомление студентов с программой практики; - назначение и порядок заполнения дневника и других документов по практике;</p>	<p>ОК.1, ОК.2, ОК.3, ОК.4, ОК.5, ОК.6,</p>

		<ul style="list-style-type: none"> - вопросы трудовой дисциплины во время прохождения практики; - учет выхода студентов на практику руководителями от предприятий. - получение индивидуального задания (в соответствии с программой практики или производственной необходимостью объекта практики) 	
2. Ознакомление с общей организацией деятельности предприятия			
2	<p><i>Этап 2.</i> Ознакомление с предприятием и общей организацией деятельности на нем.</p>	<p>Производственная практика (по профилю специальности) начинается с общего ознакомления с предприятием. По результатам предварительного ознакомления с особенностями деятельности предприятия студент готовит его краткую организационно-хозяйственную характеристику, в которой должны быть отражены:</p> <ul style="list-style-type: none"> - общая характеристика объекта практики, исходная база предприятия рекламного агентства или рекламного отдела фирмы (полное наименование предприятия, история становления и развития, его организационно-правовая форма, форма собственности, учредительная документация, их соответствие требованиям закона, зона, основные направления деятельности (специализация), основные проекты последних двух лет, конкретные рекламные проекты, реализованные в период прохождения практики, формы и методы работы с клиентами); - организационная структура управления и состав основных функциональных служб, отделов, с указанием отделов, должностей, характеристики органов управления; Структуру в виде схемы приложить к отчету по производственной (по профилю специальности) практике. Копии должностных инструкций и т.д. студенту следует приложить к отчету по производственной практике (по профилю специальности). - экономическая характеристика деятельности предприятия (объем и структура оборота, прибыль и рентабельность, и др.). <p>Данные представляются в виде таблицы, на основании которой осуществляется анализ показателей деятельности, указываются причины и факторы, повлиявшие на результаты деятельности;</p> <ul style="list-style-type: none"> - информационное обеспечение и его роль в управлении коммерческой деятельностью: технические средства для сбора, обработки и выдачи информации, автоматизированная технология обработки информации для выработки коммерческих решений; - вопросы безопасности, касающиеся жизни работающих, коммерческой информации о клиентах, доступа к компьютерам и перспективным планам фирмы, соблюдение санитарных правил. 	<p>ПК.1.1, ПК.1.4, ОК.1, ОК.2, ОК.3, ОК.4, ОК.5, ОК.6, ОК.7, ОК.10, ОК.11, У1 У3, У6, ПО1</p>
3	<p><i>Этап 3.</i> Маркетинговое</p>	<p>Маркетинговая деятельность предприятия предполагает:</p>	

	обеспечение реализации рекламного продукта.	<ul style="list-style-type: none"> - изучение исследовательской деятельности рыночной среды; - изучение использования агентством (отделом) материалов маркетинговых исследований (товаров, потребителей и т.д.) - исследование внешней и внутренней коммуникативной политики предприятия; - выявление факторов конкурентоспособности продукции и предприятия <p>Этап предполагает изучение внешнего окружения предприятия. Это означает:</p> <ul style="list-style-type: none"> -изучение и анализ места предприятия на рекламном рынке; -описание основных конкурентов. Следует исследовать не только организационно – правовую форму предприятия. <p>Студенту следует приложить результаты маркетинговых исследований к отчету по производственной практике (по профилю специальности).</p>	
3. Разработка рекламного продукта			
4	<p><i>Этап 4.</i></p> <p>Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих. Выполнение работ по профессии.</p>	<p>В ходе производственной практики (по профилю специальности) студенты вовлекаются в реальную рекламную деятельность предприятия в зависимости от сферы его деятельности, в том числе:</p> <ul style="list-style-type: none"> – редактирование, разработка макетов рекламных продуктов (описание приемов разработки, композиция, стилистика и др). <p>Студентам следует описать в отчете, что конкретно было сделано в рамках производственной (по профилю специальности) практики, какие работы были проведены в рамках профессии. Часть работ по профессии может быть сформулирована в рамках индивидуального задания.</p> <p>Студентам (в рамках выполнения программы практики и/или индивидуального задания) следует приложить диск с готовой продукцией.</p>	
5	<p><i>Этап 5.</i></p> <p>Разработка и создание дизайна рекламной продукции</p>	<p>Включает в себя индивидуальные задания</p> <ul style="list-style-type: none"> -изучение практики художественного проектирования рекламного продукта; -опыт разработки творческой концепции рекламного продукта; -создание композиции; -изучение особенностей фирменного стиля предприятия; -изучение применения психологии в рекламной деятельности предприятия. <p>Студенту следует описать данные аспекты в отчете и приложить диск с готовой продукцией.</p>	
4. Эффективность коммуникативной (рекламной) деятельности предприятия.			
6	<p><i>Этап 6.</i></p> <p>Анализ собранной и</p>	<p>Анализ собранной и полученной информации, разработка на его основе рекомендаций по улучшению коммуникативной (рекламной)</p>	

<p>полученной информации, разработка на его основе рекомендаций по улучшению коммуникативной (рекламной) деятельности предприятия. Подготовка письменного отчета.</p>		<p>деятельности предприятия. Подготовка письменного отчета. Анализ и оценка информации, необходимой для организации и управления рекламной деятельностью осуществляется студентом на завершающем этапе производственной практики (по профилю специальности). Анализ является методом научного исследования путем разложения предмета на составные части. Методы анализа в зависимости от глубины изучения сущности объекта могут быть различной формы. Прямой или эмпирический анализ дает возможность поверхностно ознакомиться с объектом: отдельными его частями, свойствами, числовыми значениями. Для проникновения в сущность исследуемого явления используется элементарно-теоретический анализ, который позволяет сделать предположение о причинно – следственной связи различных явлений, о действии какой-либо закономерности. На основании собранного и обработанного практического материала студенту необходимо сформулировать выводы и предложить конкретные рекомендации по повышению качества создания рекламного продукта, повышению эффективности коммуникативной (рекламной) деятельности, повышению результативности рекламной деятельности, по совершенствованию организации и управления коммуникативной (рекламной) деятельностью и т.п., подготовить отчет.</p>	
--	--	---	--

25. Форма аттестационного листа

Характеристика профессиональной деятельности студента во время учебной и производственной практики (по профилю специальности)

ФИО _____,

обучающийся (-аяся) по специальности **42.02.01 Реклама**

успешно прошел (-ла) производственную практику (по профилю специальности) по

профессиональному модулю **ПМ 01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции**

в объеме _____ час. С «__» _____ 20__ г. По «__» _____ 20__ г.

В организации _____
наименование организации, юридический адрес

Виды и объем работ, выполненные обучающимся во время практики	Качество выполнения работ в соответствии с технологией и (или) требованиями организации, в которой проходила практика

«__» _____ 20__ г. Подпись руководителя практики

Подпись руководителя организации

7. Контрольно-оценочные материалы для экзамена (квалификационного)

7.1. Паспорт

Назначение:

КОМ предназначен для контроля и оценки результатов освоения профессионального модуля **ПМ 01 Разработка и создание дизайна рекламной** по специальности СПО **42.02.01 Реклама**

7.2. Задание для экзаменуемого

Вариант № 1

Проверяемые профессиональные и общие компетенции:

ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.

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

ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.

ПК 1.4. Составлять и оформлять рекламные объявления.

ПК В. 1.4. Составлять техническое задание (бриф) на разработку печатного рекламного проекта

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, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях.

ОК 4. Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения заданий.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 9. Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности.

ОК 10. Исполнять воинскую обязанность, в том числе с применением полученных профессиональных знаний (для юношей).

ОК 11. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.

Инструкция:

1. Внимательно прочитайте задание.

2. Рационально распределите время на выполнение задания.

3. Выполните задание.

Время выполнения задания – 90 минут

Задание:

Вы являетесь менеджером-дизайнером в самарском цирке. К вам поступила информация о том, что 17 июля в 12.00 на арене цирка будет выступать Юрий Куклачев с программой «Коты-мореходы». Ваша задача составить бриф на разработку афиши для цирка, а затем разработать ее дизайн и подготовить к печати.

Выполните следующие виды работ, используя необходимое техническое задание:

- сделайте анализ аналогов рекламного продукта (в папке Экзамен по ПМ 01 Реклама)
- заполните бриф (по форме в папке Экзамен по ПМ 01 Реклама);
- сформулируйте концепцию дизайна рекламного продукта;
- создайте в графическом редакторе файл формата А 2;
- составьте рекламный текст для афиши на основе задания и текста «Театр кошек»
- поместите рекламный текст и иллюстрации в афишу;
- создайте макет афиши согласно техническим требованиям (в папке Экзамен по ПМ 01 Реклама)
- сохраните макет в формате ai (psd), eps, pdf;
- афишу разместите на тоскуп в программе Adobe Photoshop;
- сохраните работу в папке Экзамен по ПМ 01 Реклама в формате pdf;
- сдайте работу преподавателю вместе с заполненным брифом.

Вариант № 2

Проверяемые профессиональные и общие компетенции:

ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.

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

ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.

ПК 1.4. Составлять и оформлять рекламные объявления.

ПК В. 1.4. Составлять техническое задание (бриф) на разработку печатного рекламного проекта

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, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях.

ОК 4. Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения заданий.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 9. Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности.

ОК 10. Исполнять воинскую обязанность, в том числе с применением полученных профессиональных знаний (для юношей).

ОК 11. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.

Инструкция:

1. Внимательно прочитайте задание.

2. Рационально распределите время на выполнение задания.

3. Выполните задание.

Время выполнения задания – 90 минут

Задание:

К вам поступила информация о том, что на рынок поступил новый продукт женская туалетная вода «Экстаз». Ваша задача составить бриф на разработку рекламного плаката для женского журнала, а затем разработать ее дизайн и подготовить к печати.

Выполните следующие виды работ, используя необходимое техническое задание:

- сделайте анализ аналогов рекламного продукта (в папке Экзамен по ПМ 01 Реклама)
- заполните бриф (по форме в папке Экзамен по ПМ 01 Реклама);
- сформулируйте концепцию дизайна рекламного продукта;
- создайте в графическом редакторе файл формата А 2;
- составьте рекламный текст для афиши на основе задания и текста «Театр кошек»
- поместите рекламный текст и иллюстрации в афишу;
- создайте макет афиши согласно техническим требованиям (в папке Экзамен по ПМ 01 Реклама)
- сохраните макет в формате ai (psd), eps, pdf;
- афишу разместите на mockup в программе Adobe Photoshop;
- сохраните работу в папке Экзамен по ПМ 01 Реклама в формате pdf;
- сдайте работу преподавателю вместе с заполненным брифом.

Вариант № 3

Проверяемые профессиональные и общие компетенции:

ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.

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

ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.

ПК 1.4. Составлять и оформлять рекламные объявления.

ПК В. 1.4. Составлять техническое задание (бриф) на разработку печатного рекламного проекта

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, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях.

ОК 4. Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности.

- ОК 6. Работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
- ОК 7. Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения заданий.
- ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
- ОК 9. Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности.
- ОК 10. Исполнять воинскую обязанность, в том числе с применением полученных профессиональных знаний (для юношей).
- ОК 11. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.

Инструкция:

1. Внимательно прочитайте задание.
2. Рационально распределите время на выполнение задания.
3. Выполните задание.

Время выполнения задания – 90 минут

Задание:

В связи с выпуском торговой компании новой продукции массового потребления, а именно шоколадных конфет вам необходимо создать рекламную упаковку. Ваша задача составить бриф на разработку, а затем разработать ее дизайн и подготовить к печати.

Выполните следующие виды работ, используя необходимое техническое задание:

- сделайте анализ аналогов рекламного продукта (в папке Экзамен по ПМ 01 Реклама)
- заполните бриф (по форме в папке Экзамен по ПМ 01 Реклама);
- сформулируйте концепцию дизайна рекламного продукта;
- создайте в графическом редакторе файл формата А 2;
- составьте рекламный текст для афиши на основе задания и текста «Театр кошек»
- поместите рекламный текст и иллюстрации в афишу;
- создайте макет афиши согласно техническим требованиям (в папке Экзамен по ПМ 01 Реклама)
- сохраните макет в формате ai (psd), eps, pdf;
- афишу разместите на mockup в программе Adobe Photoshop;
- сохраните работу в папке Экзамен по ПМ 01 Реклама в формате pdf;
- сдайте работу преподавателю вместе с заполненным брифом.

Вариант № 4

Проверяемые профессиональные и общие компетенции:

- ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.
- ПК 1.2. Осуществлять художественное конструирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.
- ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.
- ПК 1.4. Составлять и оформлять рекламные объявления.
- ПК В. 1.4. Составлять техническое задание (бриф) на разработку печатного рекламного проекта
- 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, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
- ОК 3. Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях.
- ОК 4. Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
- ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности.
- ОК 6. Работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
- ОК 7. Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения заданий.
- ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
- ОК 9. Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности.
- ОК 10. Исполнять воинскую обязанность, в том числе с применением полученных профессиональных знаний (для юношей).
- ОК 11. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.

Инструкция:

1. Внимательно прочитайте задание.
2. Рационально распределите время на выполнение задания.
3. Выполните задание.

Время выполнения задания – 90 минут

Задание:

Строительной компании «Примстрой» требуется элемент наружной рекламы. Ваша задача составить бриф на разработку билборда для компании, а затем разработать ее дизайн и подготовить к печати.

Выполните следующие виды работ, используя необходимое техническое задание:

- сделайте анализ аналогов рекламного продукта (в папке Экзамен по ПМ 01 Реклама)
- заполните бриф (по форме в папке Экзамен по ПМ 01 Реклама);
- сформулируйте концепцию дизайна рекламного продукта;
- создайте в графическом редакторе файл формата А 2;
- составьте рекламный текст для афиши на основе задания и текста «Театр кошек»
- поместите рекламный текст и иллюстрации в афишу;
- создайте макет афиши согласно техническим требованиям (в папке Экзамен по ПМ 01 Реклама)
- сохраните макет в формате ai (psd), eps, pdf;
- афишу разместите на mockup в программе Adobe Photoshop;
- сохраните работу в папке Экзамен по ПМ 01 Реклама в формате pdf;
- сдайте работу преподавателю вместе с заполненным брифом.

Вариант № 5

Проверяемые профессиональные и общие компетенции:

ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.

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

ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.

ПК 1.4. Составлять и оформлять рекламные объявления.

ПК В. 1.4. Составлять техническое задание (бриф) на разработку печатного рекламного проекта

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, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях.

ОК 4. Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения заданий.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 9. Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности.

ОК 10. Исполнять воинскую обязанность, в том числе с применением полученных профессиональных знаний (для юношей).

ОК 11. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.

Инструкция:

1. Внимательно прочитайте задание.
2. Рационально распределите время на выполнение задания.
3. Выполните задание.

Время выполнения задания – 90 минут

Задание:

Вы являетесь менеджером-дизайнером в самарском цирке. К вам поступила информация о том, что 17 июля в 12.00 на придет меховая ярмарка. Ваша задача составить бриф на разработку рекламного буклета, а затем разработать ее дизайн и подготовить к печати.

Выполните следующие виды работ, используя необходимое техническое задание:

- сделайте анализ аналогов рекламного продукта (в папке Экзамен по ПМ 01 Реклама)
- заполните бриф (по форме в папке Экзамен по ПМ 01 Реклама);
- сформулируйте концепцию дизайна рекламного продукта;
- создайте в графическом редакторе файл формата А 2;

- составьте рекламный текст для афиши на основе задания и текста «Театр кошек»
- поместите рекламный текст и иллюстрации в афишу;
- создайте макет афиши согласно техническим требованиям (в папке Экзамен по ПМ 01 Реклама)
- сохраните макет в формате ai (psd), eps, pdf;
- афишу разместите на mockup в программе Adobe Photoshop;
- сохраните работу в папке Экзамен по ПМ 01 Реклама в формате pdf;
- сдайте работу преподавателю вместе с заполненным брифом.

Вариант № 6

Проверяемые профессиональные и общие компетенции:

ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.

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

ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.

ПК 1.4. Составлять и оформлять рекламные объявления.

ПК В. 1.4. Составлять техническое задание (бриф) на разработку печатного рекламного проекта

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, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях.

ОК 4. Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения заданий.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 9. Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности.

ОК 10. Исполнять воинскую обязанность, в том числе с применением полученных профессиональных знаний (для юношей).

ОК 11. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.

Инструкция:

1. Внимательно прочитайте задание.

2. Рационально распределите время на выполнение задания.

3. Выполните задание.

Время выполнения задания – 90 минут

Задание:

Ювелирному дому «Алмаз» для выступления на международной выставке требуется разработать выставочный стенд. Ваша задача составить бриф на разработку, а затем разработать ее дизайн и подготовить к печати.

Выполните следующие виды работ, используя необходимое техническое задание:

- сделайте анализ аналогов рекламного продукта (в папке Экзамен по ПМ 01 Реклама)
- заполните бриф (по форме в папке Экзамен по ПМ 01 Реклама);
- сформулируйте концепцию дизайна рекламного продукта;
- создайте в графическом редакторе файл формата А 2;
- составьте рекламный текст для афиши на основе задания и текста «Театр кошек»
- поместите рекламный текст и иллюстрации в афишу;
- создайте макет афиши согласно техническим требованиям (в папке Экзамен по ПМ 01 Реклама)
- сохраните макет в формате ai (psd), eps, pdf;
- афишу разместите на mockup в программе Adobe Photoshop;
- сохраните работу в папке Экзамен по ПМ 01 Реклама в формате pdf;
- сдайте работу преподавателю вместе с заполненным брифом.

Вариант № 7

Проверяемые профессиональные и общие компетенции:

ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.

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

ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.

ПК 1.4. Составлять и оформлять рекламные объявления.

ПК В. 1.4. Составлять техническое задание (бриф) на разработку печатного рекламного проекта

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, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях.

ОК 4. Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения заданий.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 9. Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности.

ОК 10. Исполнять воинскую обязанность, в том числе с применением полученных профессиональных знаний (для юношей).

ОК 11. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.

Инструкция:

1. Внимательно прочитайте задание.

2. Рационально распределите время на выполнение задания.

3. Выполните задание.

Время выполнения задания – 90 минут

Задание:

Модному магазину женского белья «Флирт» требуется разработать наружную рекламу в виде витрины. Ваша задача составить бриф на разработку, а затем разработать ее дизайн и подготовить к печати.

Выполните следующие виды работ, используя необходимое техническое задание:

- сделайте анализ аналогов рекламного продукта (в папке Экзамен по ПМ 01 Реклама)
- заполните бриф (по форме в папке Экзамен по ПМ 01 Реклама);
- сформулируйте концепцию дизайна рекламного продукта;
- создайте в графическом редакторе файл формата А 2;
- составьте рекламный текст для афиши на основе задания и текста «Театр кошек»
- поместите рекламный текст и иллюстрации в афишу;
- создайте макет афиши согласно техническим требованиям (в папке Экзамен по ПМ 01 Реклама)
- сохраните макет в формате ai (psd), eps, pdf;
- афишу разместите на mockup в программе Adobe Photoshop;
- сохраните работу в папке Экзамен по ПМ 01 Реклама в формате pdf;
- сдайте работу преподавателю вместе с заполненным брифом.

Вариант № 8

Проверяемые профессиональные и общие компетенции:

ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.

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

ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.

ПК 1.4. Составлять и оформлять рекламные объявления.

ПК В. 1.4. Составлять техническое задание (бриф) на разработку печатного рекламного проекта

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, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях.

ОК 4. Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами,

руководством, потребителями.

ОК 7. Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения заданий.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 9. Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности.

ОК 10. Исполнять воинскую обязанность, в том числе с применением полученных профессиональных знаний (для юношей).

ОК 11. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.

Инструкция:

1. Внимательно прочитайте задание.

2. Рационально распределите время на выполнение задания.

3. Выполните задание.

Время выполнения задания – 90 минут

Задание:

Компания «Ратимир» заинтересована в изменении торгового знака. Ваша задача составить бриф на разработку торгового знака, и элементов деловой корреспонденции, а затем разработать ее дизайн и подготовить к печати.

Выполните следующие виды работ, используя необходимое техническое задание:

- сделайте анализ аналогов рекламного продукта (в папке Экзамен по ПМ 01 Реклама)
- заполните бриф (по форме в папке Экзамен по ПМ 01 Реклама);
- сформулируйте концепцию дизайна рекламного продукта;
- создайте в графическом редакторе файл формата А 2;
- составьте рекламный текст для афиши на основе задания и текста «Театр кошек»
- поместите рекламный текст и иллюстрации в афишу;
- создайте макет афиши согласно техническим требованиям (в папке Экзамен по ПМ 01 Реклама)
- сохраните макет в формате ai (psd), eps, pdf;
- афишу разместите на москит в программе Adobe Photoshop;
- сохраните работу в папке Экзамен по ПМ 01 Реклама в формате pdf;
- сдайте работу преподавателю вместе с заполненным брифом.

Вариант № 9

Проверяемые профессиональные и общие компетенции:

ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.

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

ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.

ПК 1.4. Составлять и оформлять рекламные объявления.

ПК В. 1.4. Составлять техническое задание (бриф) на разработку печатного рекламного проекта

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, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях.

ОК 4. Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения заданий.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 9. Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности.

ОК 10. Исполнять воинскую обязанность, в том числе с применением полученных профессиональных знаний (для юношей).

ОК 11. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.

Инструкция:

1. Внимательно прочитайте задание.

2. Рационально распределите время на выполнение задания.

3. Выполните задание.

Время выполнения задания – 90 минут

Задание:

Магазин детской одежды «Зайки» желает разместить рекламу на общественном транспорте. Ваша задача составить бриф на разработку, а затем разработать ее дизайн и подготовить к печати.

Выполните следующие виды работ, используя необходимое техническое задание:

- сделайте анализ аналогов рекламного продукта (в папке Экзамен по ПМ 01 Реклама)
- заполните бриф (по форме в папке Экзамен по ПМ 01 Реклама);
- сформулируйте концепцию дизайна рекламного продукта;
- создайте в графическом редакторе файл формата А 2;
- составьте рекламный текст для афиши на основе задания и текста «Театр кошек»
- поместите рекламный текст и иллюстрации в афишу;
- создайте макет афиши согласно техническим требованиям (в папке Экзамен по ПМ 01 Реклама)
- сохраните макет в формате ai (psd), eps, pdf;
- афишу разместите на mockup в программе Adobe Photoshop;
- сохраните работу в папке Экзамен по ПМ 01 Реклама в формате pdf;
- сдайте работу преподавателю вместе с заполненным брифом.

Вариант № 10

Проверяемые профессиональные и общие компетенции:

ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.

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

ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.

ПК 1.4. Составлять и оформлять рекламные объявления.

ПК В. 1.4. Составлять техническое задание (бриф) на разработку печатного рекламного проекта

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, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях.

ОК 4. Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения заданий.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 9. Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности.

ОК 10. Исполнять воинскую обязанность, в том числе с применением полученных профессиональных знаний (для юношей).

ОК 11. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.

Инструкция:

1. Внимательно прочитайте задание.

2. Рационально распределите время на выполнение задания.

3. Выполните задание.

Время выполнения задания – 90 минут

Задание:

Крупная логистическая компания «Компас» желает разработать интернет сайт. Ваша задача составить бриф на разработку, а затем разработать ее дизайн и подготовить к публикации.

Выполните следующие виды работ, используя необходимое техническое задание:

- сделайте анализ аналогов рекламного продукта (в папке Экзамен по ПМ 01 Реклама)
- заполните бриф (по форме в папке Экзамен по ПМ 01 Реклама);
- сформулируйте концепцию дизайна рекламного продукта;
- создайте в графическом редакторе файл формата А 2;
- составьте рекламный текст для афиши на основе задания и текста «Театр кошек»

- поместите рекламный текст и иллюстрации в афишу;
- создайте макет афиши согласно техническим требованиям (в папке Экзамен по ПМ 01 Реклама)
- сохраните макет в формате ai (psd), eps, pdf;
- афишу разместите на mockup в программе Adobe Photoshop;
- сохраните работу в папке Экзамен по ПМ 01 Реклама в формате pdf;
- сдайте работу преподавателю вместе с заполненным брифом.

7.3. Пакет экзаменатора

7.3.1. Условия

Количество вариантов каждого задания – **10 пакетов**.

Время выполнения каждого задания: **90 минут**

Перечень используемых материалов, оборудования и информационных источников

1. Оборудование кабинета проектирование рекламного продукта:

- автоматизированное рабочее место преподавателя;
- автоматизированные рабочие места обучающихся;
- компьютер с выходом в Интернет;
- интерактивная доска;
- компьютеры;
- программное обеспечение общего и профессионального назначения.
- пакет Adobe: Illustrator, Photoshop, Reader.
- OpenOffice, программа просмотра факсов и изображений

Расходные материалы:

- бумага;
- карандаши;
- шариковые ручки;
- ластик.

Документация:

- шаблон технического задания (брифа) на разработку креатива/дизайна (прилагается отдельным документом);
- текст ;
- технические требования к макету афиши (прилагается отдельным документом)

Норма времени на одного кандидата:

- изучение задания и технической документации, подготовка к работе – 15 минут;
- анализ аналогов – 10 минут;
- заполнение брифа, формулирование концепции – 20 минут;
- составление рекламного текста для афиши – 20 минут;
- создание макета афиши – 50 минут;
- сохранение макета – 15 минут;
- размещение макета афиши на mockup в программе Adobe Photoshop – 20 минут;
- сохранение работы в личной папке на диске D и проверка – 10 минут.

7.3.2. Ход проведения квалификационного экзамена

1. Прибыв на экзамен, зарегистрируйтесь у секретаря аттестационно-квалификационной комиссии и получите «Экзаменационный пакет кандидата».
2. Пройдите инструктаж по технике безопасности и распишитесь в соответствующем журнале учёта.
3. Пройдите в указанное место для выполнения практических заданий.
4. Изучите содержание «Экзаменационного пакета кандидата».
5. Выполните комплексное практическое задание в установленное время (указано в условиях выполнения задания), соблюдая правила охраны труда и установленный порядок ведения работ.
6. Во время выполнения задания Вам предоставляется возможность получить консультации у членов аттестационно-квалификационной комиссии по следующим вопросам:
 - неисправность или некомплектность предложенного оборудования, инструмента;
 - некомплектность или отсутствие должного качества расходных материалов;

- необходимость посещения туалетной комнаты;
- необходимость сделать срочный телефонный звонок;
- ухудшение самочувствия.

7. По завершению каждого практического задания отчитайтесь членам аттестационно-квалификационной комиссии (сдайте работу на экспертизу).

8. Приведите в порядок рабочее место.

2) Подготовленный продукт / осуществленный процесс:

Таблица 5

Коды проверяемых компетенций	Показатели оценки результата	Оценка (да/нет)
ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.	- демонстрация умений квалифицировано и грамотно подготавливать коммерческие договора, контролировать их выполнение, в случае необходимости готовить претензии и рассчитывать санкции	
ПК 1.2. Осуществлять художественное конструирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.	- демонстрация способности квалифицировано и грамотно готовить и обрабатывать статистические данные	
ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.	- понимание сущности и социальной значимости своей профессии	
ПК 1.4. Составлять и оформлять рекламные объявления.	- выбор и применение методов и способов решения профессиональных задач в стандартных и нестандартных ситуациях; - оценка эффективности и качество выполнения профессиональных задач студентом; - мотивированное обоснование выбора и применения методов и способов выполнения поставленной задачи; - объективная оценка своей работы	
ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.	- решения в стандартных и нестандартных профессиональных задач в области разработки технологических процессов обслуживания в юридической сфере;	
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	- эффективный поиск необходимой информации; - использование различных источников, включая электронные; - демонстрация способности творчески переосмысливать существующие в современной науке подходы к пониманию тех или иных проблем, критического мышления в профессиональной области, способность убедительно аргументировать собственную позицию при решении профессиональных задач	
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	- применение информационно-коммуникационных технологий в оформлении документации - демонстрация умения оперативно осуществлять операции, предлагаемые преподавателем, делать анализ и давать оценку	

	используемой информации, в том числе с применением программного обеспечения	
ОК 3. Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях.	- способность, работая в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями;	
ОК 4. Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	- постановка целей, мотивирование деятельность подчиненных, организация и контроль их работы с принятием на себя ответственности за результат выполнения заданий;	
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности.	- умения ясно и четко высказывать свое мнение, грамотно излагать свои мысли в письменном виде.	
ОК 6. Работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	- демонстрация умения соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий.	

26. Оценочная ведомость по профессиональному модулю

Оценочная ведомость по профессиональному модулю

МДК 01.01 Художественное проектирование рекламного продукта

Ф.И.О. _____,

обучающийся (-аяся) на _____ курсе программы подготовки специалистов среднего звена по специальности **42.02.01 Реклама**

освоил (-а) программу профессионального модуля **ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламного продукта**

в объеме _____ часа с «__» _____ 20__ г. По «__» _____ 20__ г.

Результаты промежуточной аттестации по элементам профессионального модуля

Элементы модуля	Формы промежуточной аттестации	Оценка
МДК.01.01 Художественное проектирование рекламного продукта	Дифференцированный зачет	
МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта	Дифференцированный зачет	
ПП.01.01 Производственная практика	Дифференцированный зачет	
Коды проверяемых компетенций	Показатели оценки результата	Оценка (да/нет)
ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.	Выбирает правильные изобразительные средства и материалы для передачи рекламной идеи. Рекламная идея соответствует тематике и характеру содержания рекламного объявления	

ПК 1.2. Осуществлять художественное конструирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.	Выполняет художественное конструирование в соответствии с техническими требованиями. Выполняет макеты рекламной деятельности с учетом выбранной технологии. Выбирает оптимальные изобразительные средства рекламы, соответствующие типу рекламной модели. Выбирает оптимальные изобразительные средства рекламы, соответствующие типу рекламной модели. Соблюдает правила охраны труда и техники безопасности при выполнении моделей (макеты, сценарии).	
ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.	Разрабатывает индивидуальный авторский проект. Делает проект в соответствии с требованиями. Созданный проект соответствует заданным условиям.	
ПК 1.4. Составлять и оформлять рекламные объявления.	Составляет рекламный текст для объявления. Грамотно оформляет рекламный текст	
ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.	Создает визуальный образ с рекламными функциями. Визуальный образ соответствует содержанию рекламного объявления.	

Дата « ___ » ___ 20 ___ г.

Подписи членов экзаменационной комиссии

Критерии оценок: «Освоен» - 39 баллов (65% от общей суммы баллов)

«Не освоен» - 38 баллов и ниже (меньше 65% от общей суммы баллов)

Оценка деятельности задания 1:

Результат	Текстовый файл сохраненный в папке студента.
20 баллов	Информация в инструкции имеет четкую структуру последовательности действий, использовано несколько источников, сохранение выполнено в соответствии с требованиями к заданию и форматирование текста соблюдено.
15 баллов	Информация в инструкции имеет четкую структуру последовательности действий, использовано несколько источников, допущены ошибки при сохранении или форматировании текста.
10 баллов	Представленная информация дает ответ на данный вопрос, но не представляет последовательность действий, а идет сплошным текстом. Требования к сохранению и форматированию соблюдены.
5 баллов	Представленная информация дает ответ на данный вопрос, но не представляет последовательность действий, а идет сплошным текстом, допущены ошибки при сохранении или форматировании текста.

Оценка деятельности задания:

Результат	
20 баллов	
15 баллов	
10 баллов	
5 баллов	

Оценка знаний, умений и навыков по результатам текущего контроля производится в соответствии с универсальной шкалой (таблица)

Процент результативности (правильных ответов)	Качественная оценка индивидуальных образовательных достижений	
	Балл (отметка)	Вербальный аналог

90-100	5	Отлично
80-89	4	Хорошо
70-79	3	Удовлетворительно
Менее 70	2	Неудовлетворительно

9. Основные источники:

МДК.01.01 Художественное проектирование рекламного продукта

1 Основная литература

1. Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 514 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10539-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/456737>

2 Дополнительная литература

1. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 514 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-05261-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/432145>

3. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и PR-текста : учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 159 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04084-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/453912>

МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта

1 Основная литература

1. Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 514 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10539-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/456737>

2 Дополнительная литература

1. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 514 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-05261-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/432145>

2. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и PR-текста : учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 159 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04084-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/453912>

3. Кузвесова, Н. Л. Графический дизайн: от викторианского стиля до ар-деко : учебное пособие для вузов / Н. Л. Кузвесова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 139 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11344-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/454598>

4. Тугендхольд, Я. А. Художественная культура Запада / Я. А. Тугендхольд. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 169 с. — (Антология мысли). — ISBN 978-5-534-13489-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/460146>

Электронные ресурсы

1. ЭБС «Book.ru» <https://www.book.ru>
2. Elibrary (НЭБ) <http://elibrary.ru>
3. ЭБС «Юрайт» www.biblio-online.ru
4. ЭБС «Лань» e.lanbook.com
5. СПС «Консультант Плюс»

Приложение 1
К контрольно-оценочным средствам

**ПМ.01 Разработка и создание дизайна
рекламной продукции**

Экспертиза
контрольно-оценочных средств профессионального модуля

ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции

Нами, инспекторами И.Н. Стасенко, руководителем центра по связям с общественностью, информации и рекламе, Н.А. Ивакаевой, преподавателем кафедры ТПСД, проведена содержательная экспертиза контрольно-оценочных средств профессионального модуля **ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции**, в ходе которой установлено:

- 1) Основные показатели оценки результатов обучения позволяют однозначно диагностировать сформированность соответствующих профессиональных компетенций (ПК).
- 2) Наименование форм и методов контроля и оценки освоения ПК точно и однозначно описывает процедуру аттестации.
- 3) Формы и методы контроля и оценки освоения ПК позволяют оценить сформированность ПК.
- 4) Основные показатели оценки результата позволяют однозначно диагностировать сформированность соответствующих общих компетенций (ОК).
- 5) Наименование форм и методов контроля и оценки освоения ОК точно и однозначно описывает процедуру аттестации.
- 6) Формы и методы контроля и оценки освоения ОК позволяют оценить сформированность ОК.

Разработанные филиалом федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Владивостокский государственный университет экономики и сервиса» в г. Артёме контрольно-оценочные средства позволяют оценить знания, умения и освоенные компетенции студентов программы подготовки специалистов среднего звена по специальности **42.02.01 Реклама** по профессиональному модулю **ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции**.

Эксперты:

_____ И.Н. Стасенко

_____ Н.А. Ивакаева