

РАССМОТРЕНО
на заседании методической комиссии
ГБПОУ «ТКСиТ»
Протокол № 1 31 августа 2022 г.



УТВЕРЖДАЮ
Директор ГБПОУ «ТКСиТ»
Е.А. Кузнецова
31 августа 2022 г.

СОГЛАСОВАНО
Зам. директора по УМР ГБПОУ «ТКСиТ»
Е.П. Розова
Зам. директора по УПР ГБПОУ «ТКСиТ»
Е.С. Рязанцева
31 августа 2022 г

**ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ**
«Тверской колледж сервиса и туризма»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ОП.10 РАЗРАБОТКА РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА

для
42.02.01 Реклама

2022 г.

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе требований регионального рынка труда и учебного пособия Попковой Е. Г. «Основы рекламы» для специальности среднего профессионального образования (далее СПО) 42.02.01 Реклама (утв. приказом Министерства образования и науки РФ от 12 мая 2014 г. № 510).

Организация-разработчик: ГБПОУ «ТКСиТ»

Разработчики:

Горячева Светлана Вадимовна, преподаватель

© ГБПОУ «ТКСиТ»

© Горячева Светлана Вадимовна, преподаватель

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	<i>4</i>
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	<i>6</i>
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	<i>9</i>
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	<i>10</i>

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.10 РАЗРАБОТКА РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА

1.1 Область применения программы

Программа учебной дисциплины является вариативной частью программы подготовки специалистов среднего звена (далее – ППССЗ) по специальности СПО 42.02.01 Реклама.

1.2. Место дисциплины в ППССЗ: является вариативной общепрофессиональной дисциплиной и входит в профессиональный цикл профессиональной подготовки.

1.3. Цели и задачи учебной дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины:

Перечень личностных результатов

ЛР 2: Проявляющий активную гражданскую позицию, демонстрирующий приверженность принципам честности, порядочности, открытости, экономически активный и участвующий в студенческом и территориальном самоуправлении, в том числе на условиях добровольчества, продуктивно взаимодействующий и участвующий в деятельности общественных организаций.

ЛР 4: Проявляющий и демонстрирующий уважение к людям труда, осознающий ценность собственного труда. Стремящийся к формированию в сетевой среде лично и профессионального конструктивного «цифрового следа».

ЛР 10: Заботящийся о защите окружающей среды, собственной и чужой безопасности, в том числе цифровой.

ЛР 11: Проявляющий уважение к эстетическим ценностям, обладающий основами эстетической культуры.

ЛР 13: Демонстрирующий готовность и способность вести диалог с другими людьми, достигать в нем взаимопонимания, находить общие цели и сотрудничать для их достижения в профессиональной деятельности.

ЛР 14: Проявляющий сознательное отношение к непрерывному образованию как условию успешной профессиональной и общественной деятельности.

ЛР 15: Проявляющий гражданское отношение к профессиональной деятельности как к возможности личного участия в решении общественных, государственных, общенациональных проблем.

ЛР 16: Выполняющий профессиональные навыки с учетом специфики субъекта Российской Федерации.

ЛР 18: Проявляющий стремление к личностному саморазвитию и непрерывному профессиональному образованию.

Код ПК, ОК	Индикаторы достижения компетенции
ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес
ОК 2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество

ОК 3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность
ОК 4	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями
ОК 7	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий
ОК 8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации
ОК 9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.
ОК 10	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности
ОК 11	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке
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

Умения	Знания
<ul style="list-style-type: none"> - 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. 	<ul style="list-style-type: none"> - выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы; - приемы и принципы составления рекламного текста; - композицию, шрифтовую и художественную графику в рекламе; - методы проектирования рекламного продукта; - методы психологического воздействия на потребителя

1.4. Количество часов на освоение рабочей программы учебной дисциплины:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося **70** часов;

внеаудиторной самостоятельной работы обучающегося **35** часов.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов	В т.ч. в форме практической подготовки
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	70	48
в том числе:		
лекционные занятия	32	10
лабораторные занятия	38	38
Внеаудиторная самостоятельная работа обучающегося (всего)	35	8
в том числе:		
подготовка презентации	10	-
подготовка сообщения	7	-
подготовка доклада	3	-
составления схем	3	-
составления таблиц	4	-
подготовка к лабораторным занятиям	8	8
Промежуточная аттестация в форме экзамена		

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины ОП.10 Разработка рекламного продукта

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторных занятий, внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся.		Объем часов	Результаты освоения
1	2		3	4
Раздел 1. Рекламный продукт			38+вср19	
Тема 1.1. Рекламный продукт: сущность, стратегии продвижения	Содержание учебного материала		9	
	1	Рекламный продукт. Специфика рекламного продукта. Специфика рекламного продукта. Стилиевые варианты современной рекламы.	1	1
	2	Этапы создания рекламного продукта. Этапы дизайн - проектирования. Становление дизайн -проектирования. Характеристики изделия.	1	1
	3	Стратегии рекламирования. Средства на развитие, продвижение товара, проведение PR-кампаний и рекламных акций. Стратегия продвижения нового продукта. Основные определения: продвижение продукта, маркетинговая стратегия, бренд-менеджер. Способы продвижения продукции: персональная продажа, презентации и др.	1	1
	4-5	Процесс формирования рекламного продукта. Модели разработки рекламного продукта. Выбор медийных платформ и каналов распространения. Технические аспекты производства Применение новых технологий в рекламном процессе.	2	1
	6	Основы выработки стратегии. Определение возможностей и угроз внешней среды. Влияние конкурентов и анализ отрасли. SWOT-анализ.	1	1
	7-8	Рекламные стратегии. Характеристики основных компонентов. Эффективные примеры использования рекламных стратеги. Определение USP и его роль в рекламной стратегии	2	1
	9	Целевая аудитория. Определение целевой аудитории и ее значения. Анализ потребительских инсайтов: понимание потребностей и желаний аудитории. Психографические и демографические характеристики целевой аудитории.	1	2
	Лабораторные занятия		3	
	10-12	№1: Разработка рекламной стратегии. <i>в форме практической подготовки</i>	3	2
Внеаудиторная самостоятельная работа: 1. Подготовка презентации. 2. Подготовка сообщения.			6	
Тематика внеаудиторной самостоятельной работы: 1.1. Рекламный продукт.				

2.1. Целевая аудитория рекламы.				
Тема 1.2. Дизайн и его роль в рекламе	Содержание учебного материала		4	
	13	Креативное обеспечение рекламного продукта. Дизайн рекламы как вид художественного проектирования. Определение целей и задач. Понятийно-терминологический аппарат. Классификация рекламы: функции, цели и виды. Взаимосвязь индивидуальности человека и дизайна рекламы. Психологические особенности и тип личности заказчика.	1	1
	14	Этапы разработки креативной рекламы. Этапы проектирования креативной рекламы. Составление проектной деятельности в графическом дизайне. Становление дизайн-проектирования. Этапы дизайн-проектирования. Характеристики изделия. Типологии объектов рекламного дизайна	1	1
	15	Основные схемы композиции рекламы. Композиция в дизайне рекламы. Конструктивная структура рекламы. Структурные элементы рекламы и способы работы с ними. Основные схемы композиции рекламы и их зрительное восприятие. Композиционный, смысловой, оптический центр. Доминанта композиции. Способы выделения элементов.	1	1
	16	Творческие аспекты рекламы. Художественные средства дизайна рекламы. Законы гармоничной композиции. Свет и форма в дизайне рекламы. Контраст. Ньюанс. Статика и динамика в композиции. Равновесие композиции рекламы. Ритм. Пропорции.	1	2
	Лабораторные занятия		4	
	17-20	№2: создание рекламного плаката торговой марки. <i>в форме практической подготовки</i>	4	3
Внеаудиторная самостоятельная работа: 1. Подготовка доклада.		3		
Тематика внеаудиторной самостоятельной работы: 1.1. Рекламная кампания.				
Тема 1.3. Принципы разработки креативного брифа	Содержание учебного материала		2	
	21-22	Бриф как основа создания рекламного продукта. Модели креативного брифа. Документационное обеспечение разработки креативной идеи. Главные цели создания разработки креативной идеи. Специфика целевой аудитории, особенности описания конечного продукта.	2	2
	Лабораторные занятия		5	
23-27	№3: Разработка креативного брифа <i>в форме практической подготовки</i>	5	3	
Внеаудиторная самостоятельная работа:		3		

1. Подготовка презентации.				
Тематика внеаудиторной самостоятельной работы:				
1.1. Разработка рекламной кампании.				
Тема 1.4. Планирование рекламного продукта	Содержание учебного материала	3		
	28	Инструменты эфирного рекламного продукта. Значение эфирной рекламы в современном мире. Тенденции и вызовы в области эфирной рекламы. Создание персонажей для эфирной рекламы Сценарий и режиссура эфирного рекламного продукта	1	1
	29-30	Основные этапы проработки рекламной кампании. Основные этапы планирования рекламного продукта. Анализ конкурентов и их рекламных стратегий. Определение ключевых особенностей продукта. Разработка ключевых идей и тем для рекламного продукта. Разработка рекламных материалов и контента.	2	2
	Лабораторные занятия		8	
	31-34	№4: Разработка и продвижение эфирного рекламного продукта <i>в форме практической подготовки</i>	4	3
35-38	№5: Разработка рекламных материалов <i>в форме практической подготовки</i>	4	3	
Внеаудиторная самостоятельная работа:		7		
1. Составление схем.				
2. Составление таблиц.				
Тематика внеаудиторной самостоятельной работы:				
1.1. Этапы разработки рекламной кампании.				
2.1 Планирование рекламной кампании.				
Раздел 2. Проектирование и технологии производства рекламного продукта		32+вср16		
Тема 2.1. Разработка ключевых элементов рекламной кампании	Содержание учебного материала	6		
	39-40	Разработка нейма и тестирование его на оригинальность. Понятие торговой марки. Понятие нейма и нейминга. Основные принципы и подходы к поиску нейма. Определение оригинальности нейма. Практические тренировки нейминга. <i>в форме практической подготовки</i>	2	2
	41-42	Разработка слогана рекламной кампании (на основе ранее выделенного инсайта) и тестирование его на оригинальность. Рекламный лозунг и слоган. Значение слогана при организации и проведении РК. Основные принципы и подходы к поиску оригинального слогана. Проверка слогана на оригинальность.	2	2

		<i>в форме практической подготовки</i>		
	43-44	Визуализация торговой марки (логотип, инфографика). Фирменный стиль и его значение для продвижения торговой марки и брэнда. Отличие торговой марки и брэнда. Элементы фирменного стиля. Понятие логотипа. Виды логотипа. Требования к логотипу. <i>в форме практической подготовки</i>	2	2
	Лабораторные занятия		8	
	45-48	№6: Разработка рекламного текста <i>в форме практической подготовки</i>	4	3
	49-52	№7: Разработка ключевых элементов рекламной кампании <i>в форме практической подготовки</i>	4	3
Тема 2.2. Продвижение в интернете. SEO-Копирайтинг	Содержание учебного материала		8	
	53-54	Поисковые системы и их возможности для интернета продвижения. Продвижение в интернете. Интернет-маркетинг и его основные направления. Копирайтинг. Задачи копирайтера. Основные направления работ копирайтера.	2	2
	55-56	Яндекс.Директ. Яндекс.Директ и его возможности по продвижению по ключевым словам. Понятие оптимизации. Бюджет продвижения, по ключевым словам, в Яндексе.	2	2
	57-58	Разработка рекламных носителей. Создание мудборда. С Визуализация рекламных носителей с помощью мокапов. <i>в форме практической подготовки</i>	2	2
	59-60	Разработка визуальной концепции мини-сайта (лендинг-пейджа). Основные виды мини-сайтов. Сайт-визитка. Лендинг-пейдж. Структуры мини-сайтов. Варианты дизайнов. <i>в форме практической подготовки</i>	2	2
	Лабораторные занятия		10	
	61-64	№8: Разработка графики и инфографики <i>в форме практической подготовки</i>	4	3
	65-68	№9: WEB-визуализация <i>в форме практической подготовки</i>	4	3
	69-70	№10: Создание и проведение презентации <i>в форме практической подготовки</i>	2	3
	Внеаудиторная самостоятельная работа: 1. Подготовка презентации. 2. Подготовка сообщения. 3. Подготовка к лабораторным занятиям.			7

Тематика внеаудиторной самостоятельной работы: 1.1. Ключевые элементы рекламной кампании (4). 2.1 Продвижение в интернете. SEO-Копирайтинг (4) 3.1 Разработка рекламных носителей (4). 3.2 Разработка визуальной концепции мини-сайта (4).		
Промежуточная аттестация в форме экзамена	6	
Всего	105	

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).

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы модуля предполагает наличие
- **лаборатории и мастерской** по направлению «Реклама».

Оборудование лаборатории «Реклама»:

- рабочее место обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- ширмы – перегородки;
- мебель для рисования и экспозиции;
- набор для рисования;
- МФУ;
- маркерная учебная доска.

Оборудование мастерской «Реклама»:

- рабочее место обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- базовый набор фотостудии и видеостудии;
- компьютер, 3D принтер, многофункциональное устройство;
- прибор для художественной резки пенопласта, пластика;
- оборудование для изготовления рекламной и сувенирной продукции;
- мебель производственная;
- МФУ;
- маркерная учебная доска.

Технические средства обучения:

- стационарные компьютеры и ноутбук с лицензионным программным обеспечением;
- мультимедиа – проектор;
- экран.

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

Учебники и учебные пособия

1. Попкова, Е. Г., Основы рекламы: учебник / Е. Г. Попкова. —

Москва : КноРус, 2022. — 194 с.

Дополнительные источники:

1. Антипов К.В. Основы рекламы: Учебник. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2019. -328 с.
2. Васильев Г.А., Поляков В.А. Основы рекламы: Учеб. пособие.- М.: Вузовский учебник, 2019.-407 с.
3. Музыкант В.Л. Реклама в действии: стратегия продвижения: учебное пособие.- М.: Эксмо, 2017.- 240 с.

Электронные источники:

1. <https://www.sostav.ru/>
2. <https://www.advertology.ru/>
3. <https://www.adme.ru/>
4. <https://www.advesti.ru/>

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий и лабораторных работ, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, исследований.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
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	- обоснованность художественной формы рекламной идеи; - аргументированность выбора рекламной идеи; - точность и скорость поиска различных решений при создании рекламного продукта - правильность и обоснованность художественного конструирования рекламных продуктов; - правильность композиционного решения рекламного продукта; - точность использования выразительных и художественно-изобразительных средств при создании рекламного продукта; - соответствие выразительных и художественно-изобразительных средств	Наблюдение и оценка результатов деятельности студентов теоретических и практических занятиях, при проведении: - устных опросов - лабораторных занятий №1-4; - выполнения внеаудиторной самостоятельной работы; - экзамена по учебной дисциплине.

текста; - композицию, шрифтовую и художественную графику в рекламе; - методы проектирования рекламного продукта; - методы психологического воздействия на потребителя.	рекламы; - правильность построения композиции, шрифтовой и художественной графики в рекламе - соответствие методов проектирования рекламного продукта - правильность составления рекламных текстов; - точность и правильность приемов и принципов составления рекламного текста; - соответствие визуального образа рекламным функциям;	
---	---	--

Оценка индивидуальных образовательных достижений по результатам текущего контроля производится в соответствии с универсальной шкалой.

Процент результативности (правильных ответов)	Качественная оценка индивидуальных образовательных достижений	
	балл (отметка)	вербальный аналог
85 ÷ 100	5	отлично
70 ÷ 84	4	хорошо
50 ÷ 69	3	удовлетворительно
менее 50	2	неудовлетворительно

На этапе промежуточной аттестации по медиане качественных оценок индивидуальных образовательных достижений определяется преподавателем интегральная оценка освоенных обучающимися знаний, умений, профессиональных и общих компетенций как результатов освоения учебной дисциплины.