

РАССМОТРЕНО
на заседании методической комиссии
ГБПОУ «ТКСиТ»
Протокол № 1 31 августа 2021 г.



УТВЕРЖДАЮ
Директор ГБПОУ «ТКСиТ»
Е.А. Кузнецова
31 августа 2021 г.

СОГЛАСОВАНО
И.о. зам. директора по УМР ГБПОУ «ТКСиТ»
Е.П. Розова
Зам. директора по УПР ГБПОУ «ТКСиТ»
Е.С. Рязанцева
31 августа 2021 г.

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

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

**ПМ 01. РАЗРАБОТКА И СОЗДАНИЕ ДИЗАЙНА РЕКЛАМНОЙ
ПРОДУКЦИИ**

МДК 01.01 Художественное проектирование рекламного продукта
МДК 01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта
МДК 01.03 Создание, сборка, подготовка к печати и публикации
графических дизайн-макетов

для 42.02.01 Реклама

2021 г.

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее СПО) 42.02.01 Реклама (утв. приказом Министерства образования и науки РФ от 12 мая 2014 г. № 510) с учетом региональных требований рынка труда и стандарта WorldSkills по компетенции «Реклама».

Организация-разработчик: ГБПОУ «Тверской колледж сервиса и туризма»

Разработчики:

Лебедева Регина Сергеевна, преподаватель информатики и специальных дисциплин

Горячева Светлана Вадимовна, преподаватель специальных дисциплин

© ГБПОУ «ТКСиТ»

© Лебедева Регина Сергеевна, преподаватель информатики и специальных дисциплин

© Горячева Светлана Вадимовна специальных дисциплин

СОДЕРЖАНИЕ

	Стр.
1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	7
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	8
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	24
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	28

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ 01. РАЗРАБОТКА И СОЗДАНИЕ ДИЗАЙНА РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ

1.1. Область применения программы

Программа профессионального модуля является частью программы подготовки специалистов среднего звена (далее – ППСЗ) в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама.

1.2. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

В результате изучения профессионального модуля студент должен освоить основной вид деятельности: разработка и создание дизайна рекламной продукции.

1.2.1. Перечень общих компетенций

Код 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

1.2.2. Перечень профессиональных компетенций

Код ПК	Индикаторы достижения компетенции
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.

1.2.3. В результате освоения профессионального модуля студент должен:

Иметь практический опыт	<ul style="list-style-type: none"> - выбора художественной формы реализации рекламной идеи; - создания визуального образа с рекламными функциями; - художественного конструирования рекламных продуктов по заданию;
уметь	<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;
знать	<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.

1.2.4. Формируемые личностные результаты:

Перечень личностных результатов
<p>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.</p> <p>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».</p> <p>ЛР 10: Заботящийся о защите окружающей среды, собственной и чужой безопасности, в том числе цифровой.</p> <p>ЛР 11: Проявляющий уважение к эстетическим ценностям, обладающий основами эстетической культуры.</p> <p>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.</p> <p>ЛР 14: Проявляющий сознательное отношение к непрерывному образованию как условию успешной профессиональной и общественной деятельности.</p> <p>ЛР 16: Выполняющий профессиональные навыки с учетом специфики субъекта Российской Федерации.</p> <p>ЛР 18: Проявляющий стремление к личностному саморазвитию и непрерывному профессиональному образованию.</p>

1.3. Количество часов на освоение рабочей программы профессионального модуля:

всего – **858** часов, в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося
МДК.01.01 – 150 часов;

внеаудиторной самостоятельной работы обучающегося – **75** часов;

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося
МДК. 01.02 – 102 часа;

внеаудиторной самостоятельной работы обучающегося – **51** час;

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося
МДК. 01.03 – 200 часов;

внеаудиторной самостоятельной работы обучающегося – **100** часов;

учебной и производственной практики всего – **180** часов:

учебной практики – **72** часа;

производственной практики – **108** часов.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

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

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Тематический план профессионального модуля ПМ 01. Разработка и создание дизайна рекламной продукции

Коды ПК	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики)	в т.ч. в форме практической подготовки	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)				Практика	
				Обязательные аудиторные учебные занятия			внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа	УП, часов	ПП, часов
				всего, часов	в т.ч. практические занятия, часов	в т.ч. лабораторные занятия, часов			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ПК 1.1 - 1.5	Раздел 1. Художественное проектирование рекламного продукта	225	108	150	72	34	75		
ПК 1.1 - 1.5	Раздел 2. Разработка творческой концепции рекламного продукта	153	82	102	36	36	51		
ПК 1.1 - 1.5	Раздел 3. Создание, сборка, подготовка к печати и публикации графических дизайн-макетов	300	280	200	144	36	100		
ПК 1.1 - 1.5	Учебная практика	72	72					72	
	Производственная практика	108	108						108
	Всего:	858	650	452	252	106	226	72	108

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю ПМ 01. «Разработка и создание дизайна рекламной продукции»

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, практических и лабораторных занятий, внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся	Объем часов
МДК.01.01. Художественное проектирование рекламного продукта		225
Раздел 1. Художественное проектирование рекламного продукта		150+вср75
Тема 1.1 Реклама как средство передачи информации	Содержание учебного материала	2
	1 Понятие и виды рекламы. Исторические примеры рекламного продукта	1
	2 Образовательный аспект рекламы	1
	Лабораторные занятия	4
	3-6 № 1.1: Выполнение форм, эскизов заданий по рекламе определённых видов деятельности. <i>в форме практической подготовки с использованием учебного оборудования лаборатории «Реклама»</i>	4
Тема 1.2. Классификация по целевой аудитории.	Содержание учебного материала	3
	7 Потребительская реклама, деловая реклама.	1
	8 Выбор художественной формы реализации рекламной идеи.	1
	9 Поиск выразительных средств цветового решения	1
	Лабораторные занятия	4
	10-13 № 1.2: Создание эскиза потребительской рекламы, в форме рекламного объявления <i>в форме практической подготовки с использованием учебного оборудования лаборатории «Реклама»</i>	4
Тема 1.3. Форма и содержание рекламного продукта	Содержание учебного материала	2
	14 Понятие творческих рекламных разработок. Технологические виды рекламного продукта. Основные этапы разработки рекламного продукта	1
	15 Выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы. Характеристики процесса разработки рекламного обращения	1
Тема 1.4. Цвет в декоративной	Содержание учебного материала	6
	16 Понятие «композиция». Определение композиции. Художественные средства	1

КОМПОЗИЦИИ		построения композиции.	
	17	Две основные группы цветов: хроматические и ахроматические цвета. Основные признаки цвета. Цветовой контраст	1
	18	Тёплые и холодные цвета. Цветовой круг. Гармонические цветовые сочетания.	1
	19	Пространственные свойства цвета, основанные на тёпло - холодности.	1
	20-21	Выполнение формальной композиции из геометрических или абстрактных элементов <i>в форме практической подготовки с использованием учебного оборудования лаборатории «Реклама»</i>	2
	Лабораторные занятия		2
22-23	№ 1.3: Выполнение композиции из простых геометрических форм или плоскостей, в которой чётко просматриваются три пространственных плана (передний, средний и дальний) <i>в форме практической подготовки с использованием учебного оборудования лаборатории «Реклама»</i>	2	
Тема 1.5. Стилизация в композиции	Содержание учебного материала		3
	24	Понятие стилизации и стиля (стилизация как процесс работы представляет собой обобщение изображаемых объектов). Средства гармонизации композиции. Равновесие и баланс.	1
	25	Статика и динамика. Симметрия и асимметрия. Нюанс и контраст.	1
	26	Стилизация природных форм.	1
	Лабораторные занятия		6
	27-29	№ 1.4: Выполнение композиции из геометрических элементов или форм приближенных к ним <i>в форме практической подготовки с использованием учебного оборудования лаборатории «Реклама»</i>	3
	30-32	№ 1.5: Выполнение композиции в стиле известного художника (Матисса, Пикассо, Лентулова, Миро). <i>в форме практической подготовки с использованием учебного оборудования лаборатории «Реклама»</i>	3
Тема 1.6. Приемы и принципы составления рекламного текста	Содержание учебного материала		4
	33	Рекламный текст: приемы и принципы разработки. Восприятие в рекламном тексте. Создание эффективного рекламного текста. Виды рекламы и рекламный текст.	1

	34	Особенности восприятия рекламных текстов на примере рекламных объявлений.	1
	35	Копирайтинг. Типы копирайтинга. SEO-копирайтинг, PR-копирайтинг, рерайтинг, спичрайтинг, постинг	1
	36	Рассмотрение рекламных текстов с точки зрения их принадлежности к различным типам копирайтинга	1
	Лабораторные занятия		5
	37-39	№ 1.6: Анализ печатной рекламной продукции <i>в форме практической подготовки с использованием учебного оборудования лаборатории «Реклама»</i>	3
	40-41	№ 1.7: Рассмотрение и анализ рекламных текстов с точки зрения их принадлежности к различным типам копирайтинга. <i>в форме практической подготовки с использованием учебного оборудования лаборатории «Реклама»</i>	2
Тема 1.7. Шрифтовая графика в рекламе	Содержание учебного материала		5
	42	Шрифт: термины и определения. Принципы построения шрифтов. Основные требования к выбору шрифта в рекламе. Психология восприятия шрифта в рекламе.	1
	43	Роль и значение шрифта в графическом дизайне и в рекламе. Выразительные возможности шрифтового изображения. Шрифтовой знак как средство коммуникации. Гармоничное единство изобразительного и текстового содержания.	1
	44	Особенности разработки макета рекламного шрифтового обращения. Рисунок – основа визуализации в рекламе.	1
	45	Структура рекламного текста. Виды слоганов	1
	46	Особенности разработки рекламных обращений	1
	Лабораторные занятия		8
	47-50	№ 1.8: Разработка рекламного продукта-листовка. <i>в форме практической подготовки с использованием учебного оборудования лаборатории «Реклама»</i>	4
	51-54	№ 1.9: Разработка графической концепции в рекламе. Защита дизайн - проекта. <i>в форме практической подготовки с использованием учебного оборудования лаборатории «Реклама»</i>	4
		Содержание учебного материала	
Тема 1.8			

Композиционное построение в рекламе	55	Особенности компьютерного оформления рекламных текстов в графических программах. Компьютерные шрифты	1
	56	Работа со шрифтами с помощью программного обеспечения при разработке рекламного текста	1
	57	Виды и характеристики композиции. Законы композиции. Основные принципы построения рекламы.	1
	58	5 секретов рекламной композиции. Основные принципы дизайна. Средства гармонизации в дизайне.	1
	59	Ознакомление с основами цветоведения.	1
	60	Работа с цветом в графической композиции. Графические средства визуализации	1
	61	Применение гармоничных цветовых сочетаний при разработке рекламного сообщения	1
	Лабораторные занятия		5
	62-64	№ 1.10: Работа со шрифтами с помощью программного обеспечения при разработке рекламного текста <i>в форме практической подготовки с использованием учебного оборудования лаборатории «Реклама»</i>	3
	65-66	№ 1.11: Освоение законов композиции в рекламном сообщении <i>в форме практической подготовки с использованием учебного оборудования лаборатории «Реклама»</i>	2
Тема 1.9 Фирменный стиль и его комплексная разработка	Содержание учебного материала		12
	65	Понятие фирменного стиля и его функции. Элементы фирменного стиля (логотип, товарный знак, эмблема фирмы и др). Принципы их разработки. Носители фирменного стиля.	1
	66	Концептуальные стилеобразующие элементы. Информационно-графический комплекс и его направления.	1
	67	Брендбук: понятие брендбука, содержание, этапы создания брендбука. Аналитический обзор брендбук на примере различных организаций	1
	68	Принципы разработки фирменного стиля. Влияние цвета, шрифта и композиции на фирменный стиль. Этапы разработки фирменного стиля. Товарный знак как элемент фирменного стиля	1
	69	Логотип как элемент фирменного стиля. Изображения для логотипов. Логотип в различных цветовых и тоновых сочетаниях. Эмблемы. Текст и знак в логотипе.	1

	Тестирование логотипов	
70	Визитка как носитель фирменного стиля. Функции визиток. Особенности и основные элементы создания визиток. Главные принципы дизайна визиток	1
71	Сувенирная продукция как элемент фирменного стиля. Понятия и определения сувенирной продукции. Главные принципы дизайна сувенирной продукции.	1
72	Упаковка как вид рекламной продукции. Роль упаковки в повышении рейтинга товарной продукции. Виды и качественные различия упаковок.	1
73	Дизайн и современные технологии, материалы изготовления упаковочной продукции. Макетирование и моделирование упаковки (конструирование).	1
74	Разработка графических элементов. Проработка упаковочной коробки в цвете.	1
75	Объемно-пространственные рекламные конструкции. Рекламные конструкции в пространстве города. Виды наружной рекламы. Виды, функциональное назначение, психология воздействия наружной рекламы	1
76	Типовые стендовые конструкции. Современные материалы и технологии изготовления экспозиций. Свет и цвет в рекламной экспозиции.	1
Практические занятия (в форме практической подготовки)		72
1.	№1.1: Разработка концепции и элементов фирменного стиля собственной торговой марки	4
2.	№ 1.2: Разработка брендбука для организации.	8
3.	№ 1.3: Защита дизайн-проекта	4
4.	№ 1.4: Основы разработки логотипов в конструкторе	4
5.	№ 1.5: Основы разработки товарных знаков в конструкторе	4
6.	№ 1.6: Основы разработки макета визитки в конструкторе	4
7.	№ 1.7: Основы разработки сувенирной продукции в конструкторе	4
8.	№ 1.8: Выполнение эскиза упаковки	4
9.	№ 1.9: Основы разработки дизайн макета упаковки в конструкторе	4
10.	№ 1.10: Основы разработки дизайн макета наружной рекламы в конструкторе	4
11.	№ 1.11: Основы разработки логотипов в конструкторе	4
12.	№ 1.12: Основы разработки товарных знаков в конструкторе	4
13.	№ 1.13: Основы разработки макета визитки в конструкторе	4
14.	№ 1.14: Основы разработки сувенирной продукции в конструкторе	4
15.	№ 1.15: Выполнение эскиза упаковки	4
16.	№ 1.16: Основы разработки дизайн макета упаковки в конструкторе	4

17.	№ 1.17: Основы разработки дизайн макета наружной рекламы в конструкторе		4
Внеаудиторная самостоятельная работа:			75
1. Создание презентаций по теме. 2. Выполнение композиции. 3. Разработка проекта. 4. Выполнение практических заданий.			
Тематика внеаудиторной самостоятельной работы:			75
1.1. Создание презентации (6). 1.2. Выполнение композиций из геометрических фигур (6). 2.1. Брендбук (6). 3.1. Выполнение композиции в стиле известного художника (Матисса, Пикассо, Лентулова, Миро) (6). 4.1 Разработка рекламных обращений и слоганов (6). 4.2 Разработка логотипа, эмблемы, товарного знака (6). 4.3 Разработка визитной карточки (6). 4.4 Разработка сувенирной продукции (6). 4.5 Разработка буклета (6). 4.6 Разработка рекламной листовки (6). 4.7 Разработка рекламного билборда (6). 4.8 Разработка мокапа (9).			
Промежуточная аттестация в форме экзамена			6
Всего МДК 01.01			225
МДК.01.02. Разработка творческой концепции рекламного продукта			
Раздел 2. Разработка творческой концепции рекламного продукта			102+ вср51
Тема 2.1. Творческая концепция рекламного продукта: понятие, вариации, формы воплощения	Содержание учебного материала		3
	1	Вариации творческих концепций в современной рекламе: примеры известных брендов	1
	2	Креативность: понятие, виды, проблематика. Разновидности креатива в рекламе. Креативбриф. Специфика кретива в рекламе: возможности и ограничения	1
	3	Алгоритм творческого процесса создания рекламы. Характеристика этапов творческого процесса	1
	Лабораторные занятия		14
4-5	№ 2.1: Обзор готовых рекламных продуктов. Полиграфическая продукция: визитка, листовка, флаер. <i>в форме практической подготовки</i>	2	

		с использованием учебного оборудования лаборатории «Реклама»	
	6-7	<p>№ 2.2: Рекламное обращение. Его роль в продвижении товаров и услуг. Виды рекламных обращений. Правила создания рекламных сообщений. Творческая концепция рекламного продукта.</p> <p><i>в форме практической подготовки</i></p> <p>с использованием учебного оборудования лаборатории «Реклама»</p>	2
	8-9	<p>№ 2.3: Структура рекламного обращения. Анализ готовых рекламных обращений.</p> <p><i>в форме практической подготовки</i></p> <p>с использованием учебного оборудования лаборатории «Реклама»</p>	2
	10-11	<p>№ 2.4: Слоган, заголовок, основной рекламный текст, рекламные реквизиты. Их практическое применение.</p> <p><i>в форме практической подготовки</i></p> <p>с использованием учебного оборудования лаборатории «Реклама»</p>	2
	12-13	<p>№ 2.5: Художественная и текстовая основа рекламных сообщений. Приемы привлечения внимания к рекламе.</p> <p><i>в форме практической подготовки</i></p> <p>с использованием учебного оборудования лаборатории «Реклама»</p>	2
	14-15	<p>№ 2.6: Этапы разработки рекламного сообщения. Особенности подготовительного этапа. Этап маркетинговых исследований. Этап разработки дизайна. Этап производства.</p> <p><i>в форме практической подготовки</i></p> <p>с использованием учебного оборудования лаборатории «Реклама»</p>	2
	16-17	<p>№ 2.7: Разработка авторского рекламного обращения.</p> <p><i>в форме практической подготовки</i></p> <p>с использованием учебного оборудования лаборатории «Реклама»</p>	2
Тема 2.2. Информационно-графический комплекс и его направления	Содержание учебного материала		5
	18	Современные направления в информационной рекламе. Концептуальный проект ин-формационно-графического комплекса: новизна мысли, рекламная стратегическая идея, функциональность, оригинальный графический ход, выразительность общего решения	1
	19	Информационно-графический комплекс, его рекламные функции. Разработка концептуального проекта информационно – графического рекламного комплекса. Виды печатной продукции	1
	20	Специфические приёмы и язык изобразительного рекламного плаката.	1

		Классификация плакатов	
	21	Функциональные задачи буклета. Единство стиля и композиции дизайна формы и графического содержания буклета	1
	22	Фотография и шрифт, типографика и цвет в буклете	1
	Лабораторные занятия		12
	23-24	№ 2.8: Новые технологии проектирования и производства печатной продукции. <i>в форме практической подготовки</i> с использованием учебного оборудования лаборатории «Реклама»	2
	25-26	№ 2.9: Шрифтовой рекламный плакат. Лаконичная выразительность формы и содержания. Использование фототехнологий в работе над плакатом <i>в форме практической подготовки</i> с использованием учебного оборудования лаборатории «Реклама»	2
	29-30	№ 2.10: Разработка дизайн-проекта рекламного буклета. <i>в форме практической подготовки</i> с использованием учебного оборудования лаборатории «Реклама»	4
	31-32	№ 2.11: Разработка дизайн-проекта визитки. <i>в форме практической подготовки</i> с использованием учебного оборудования лаборатории «Реклама»	2
	3-34	№ 2.12: Разработка дизайн-проекта открытки. <i>в форме практической подготовки</i> с использованием учебного оборудования лаборатории «Реклама»	2
Тема 2.3 Реклама товарной продукции	Содержание учебного материала		9
	35-36	Реклама товара, её виды, функциональные задачи. Принципы проектирования рекламы товара, способствующее его продвижению в условиях современных рыночных отношений	2
	37	Упаковка как вид рекламной продукции. Роль упаковки в повышении рейтинга товарной продукции.	1
	38	Виды и качественные различия упаковок	1
	39	Функциональные особенности и роль фасадной рекламы. Рекламная композиция в пространстве города.	1
	40	Материалы и технологии изготовления наружной рекламы	1
	41	Световая реклама и светотехника	1
	42	Реклама на транспорте. Функциональность и психология восприятия рекламы на	1

	транспорте		
43	Особенности композиционного построения, решения рекламы, размещаемой на транспорте.	1	
Лабораторные занятия		10	
44-45	№ 2.13: Дизайн и современные технологии, материалы изготовления. <i>в форме практической подготовки с использованием учебного оборудования лаборатории «Реклама»</i>	2	
46-49	№ 2.14: Проект упаковки товара. Разработка дизайн -проекта креативной упаковки товара. <i>в форме практической подготовки с использованием учебного оборудования лаборатории «Реклама»</i>	4	
50-53	№ 2.15: Особенности разработки дизайн-проекта витрины. Специфика проектирования наружной рекламы, технические особенности и возможности конструкций. <i>в форме практической подготовки с использованием учебного оборудования лаборатории «Реклама»</i>	4	
Тема 2.4 Специфика разработки теле- и радиорекламы	Содержание учебного материала	4	
	54-55	Креатив в теле и радиорекламе. Требования к телевизионной рекламе и действующие ограничения. Специфика телевизионной рекламы	2
	56	Создание сценария рекламных роликов для различных категорий товаров. Этапы процесса производства телевизионной рекламы. <i>в форме практической подготовки</i>	1
	57	Специфика радиорекламы. Требования к радиорекламе и действующие ограничения. Этапы процесса производства радиорекламы	1
Тема 2.5 Создание визуальных образов с рекламными функциями	Содержание учебного материала	3	
	58	Разработка концепции фирменного стиля. Концептуальные стилеобразующие элементы <i>в форме практической подготовки</i>	1
	59	Информационно-графический комплекс и особенности его разработки. <i>в форме практической подготовки</i>	1
	60	Брендбук: понятие брендбука, содержание, этапы создания брендбука. <i>в форме практической подготовки</i>	1
Практические занятия (в форме практической подготовки)		36	
1-6	№ 2.1: Разработка дизайн -проекта вывески.	6	

7-12	№ 2.2: Особенности графического, шрифтового и колористического решений в рекламы, размещаемой на транспорте. Проектное предложение размещения рекламы на транспорте	6
13-18	№ 2.3: Написание сценариев для рекламных радиороликов различных товаров	6
19-24	№ 2.4: Написание сценариев для рекламных телевизионных роликов различных товаров	6
25-30	№ 2.5: Разработка рекламного продукта бренда с использованием авторской идеи (слоган, визуальный образ, заголовки и др.)	6
31-36	№ 2.6: Цветовое решение авторского рекламного продукта. Создание рекламного сообщения, объявления для газеты, журнала выбранного бренда	6
Внеаудиторная самостоятельная работа: 1. Составление эскизов для разработки рекламного продукта. 2. Подготовка к практическим занятиям с использованием методических рекомендаций преподавателя. 3. Подготовка докладов. 4. Подбор материала для занятия		51
Тематика внеаудиторной самостоятельной работы: 1.1 Креативные упаковки (6). 1.2 Брендбук. Особенности разработки (6). 2.1 Разработка творческой концепции рекламного продукта (6). 3.1 Цвет в декоративной композиции (6). 3.2 Фирменный стиль (6). 3.3 Реклама товарной продукции (6). 3.4 Реклама товара на транспорте (6). 4.1 Специфика разработки теле- и радиорекламы (6). 4.2 Создание визуальных образов с рекламными функциями (3).		
Промежуточная аттестации в форме защиты курсовой работы		6
Всего МДК 01.02		153
МДК 01.03 Создание, сборка, подготовка к печати и публикации графических дизайн-макетов		
Раздел 3. Создание, сборка, подготовка к печати и публикации графических дизайн-макетов		200+100 вср
Тема 3.1 Макетирование	Содержание учебного материала	2
1-2	Понятие макет. Виды макетов и их применения. Способы и методики макетирования. Материалы и инструменты для макетирования. Макетирование продуктов графического дизайна.	2
Лабораторные занятия		6
3-4	№ 3.1: Макетирование с помощью карандаша и бумаги <i>в форме практической подготовки</i>	2

		с использованием учебного оборудования лаборатории «Реклама»	
	5-6	№ 3.2: Конструирование и дизайн упаковки с помощью бумажного макета <i>в форме практической подготовки</i> с использованием учебного оборудования лаборатории «Реклама»	2
	7-8	№ 3.3: Создание буклета на бумажном макете <i>в форме практической подготовки</i> с использованием учебного оборудования лаборатории «Реклама»	2
Тема 3.2 Фирменный стиль как необходимость в рекламной коммуникации	Содержание учебного материала		10
	9-10	Фирменный стиль: его функции и основные элементы, и носители. Понятие и формирование айдентики. Понятие ребрендинга. Визитные карточки и их виды. Бланки. Конверты. Виды календарей. Правила создания.	2
	11-12	Понятие фирменного логотипа, знака и эмблемы. Виды логотипов	2
	13-14	Интерфейс программы Adobe Illustrator	2
	15-16	Основные приемы работы с инструментами в программе Adobe Illustrator	2
	17-18	Фирменный блок: его функции и элементы. Понятие фирменного персонажа. Рекламная, сувенирная и презентационная продукция.	2
	Лабораторные занятия		14
	19-20	№ 3.4: Работа с основными инструментами в программе Adobe Illustrator <i>в форме практической подготовки</i> с использованием учебного оборудования лаборатории «Реклама»	2
	21-22	№ 3.5: Создание логотипа в программе Adobe Illustrator <i>в форме практической подготовки</i> с использованием учебного оборудования лаборатории «Реклама»	2
	23-24	№ 3.6: Создание визитки в программе Adobe Illustrator <i>в форме практической подготовки</i> с использованием учебного оборудования лаборатории «Реклама»	2
	25-26	№ 3.7: Создание бланка в программе Adobe Illustrator <i>в форме практической подготовки</i> с использованием учебного оборудования лаборатории «Реклама»	2
	27-28	№ 3.8: Разработка дизайн макета упаковки в программе Adobe Illustrator <i>в форме практической подготовки</i> с использованием учебного оборудования лаборатории «Реклама»	2
	29-30	№ 3.9: Разработка сувенирной продукции в программе Adobe Illustrator	2

		<i>в форме практической подготовки</i> с использованием учебного оборудования лаборатории «Реклама»	
	31-32	№ 3.10: Разработка календаря домик в программе Adobe Illustrator <i>в форме практической подготовки</i> с использованием учебного оборудования лаборатории «Реклама»	2
Тема 3.3 Информационный дизайн и медиа	Содержание учебного материала		4
	33-34	Виды листовок. Правила создания листовок и флаеров. Правила составления рекламных макетов.	2
	35-36	Основные правила разработки плакатов. Основные правила создания баннеров и билбордов. Основные форматы ролл апов, штендеров. Правила создания и разработки.	2
	Лабораторные занятия		10
	37-38	№ 3.11: Разработка дизайн макета рекламной листовки в программе Adobe Illustrator <i>в форме практической подготовки</i> с использованием учебного оборудования лаборатории «Реклама»	2
	39-40	№ 3.12: Разработка дизайн макета флаера в программе Adobe Illustrator <i>в форме практической подготовки</i> с использованием учебного оборудования лаборатории «Реклама»	2
	41-42	№ 3.13: Разработка дизайн макета плаката в программе Adobe Illustrator <i>в форме практической подготовки</i> с использованием учебного оборудования лаборатории «Реклама»	2
	43-44	№ 3.14: Разработка дизайн макета банера в программе Adobe Illustrator <i>в форме практической подготовки</i> с использованием учебного оборудования лаборатории «Реклама»	2
	45-46	№ 3.15: Разработка дизайн макета роллапа и штендера в программе Adobe Illustrator <i>в форме практической подготовки</i> с использованием учебного оборудования лаборатории «Реклама»	2
Тема 3.4 Многостраничный дизайн	Содержание учебного материала		2
	47-48	Особенности оформления текстового и графического материала в рекламе. Понятие, виды и правила создания дизайн-макета буклета. Буклеты, брошюры, каталоги. Их отличие по оформлению.	2
	Лабораторные занятия		6
	49-50	№ 3.16: Разработка дизайн макета буклета в программе Adobe Illustrator	2

		<i>в форме практической подготовки</i> с использованием учебного оборудования лаборатории «Реклама»	
51-52	№ 3.17: Разработка дизайн макета буклета в программе Adobe Illustrator	<i>в форме практической подготовки</i> с использованием учебного оборудования лаборатории «Реклама»	2
53-54	№ 3.18: Разработка дизайн макета брошюры в программе Adobe Illustrator	<i>в форме практической подготовки</i> с использованием учебного оборудования лаборатории «Реклама»	2
Содержание учебного материала			2
55-56	Виды печати полиграфической продукции графического дизайна. Форматы файлов для печати. Алгоритмы подготовки файлов к печати. Способы контроля готовности файла к печати. Требования к публикации сайтов. Требования к публикации электронных изданий. Форматы публикации.		2
Практические занятия (в форме практической подготовки)			144
1-18	№ 3.1: Изучение деятельности организации. Применение ребрендинга к основным элементам или разработка: * логотип компании, слоган, нейм, УТП; * фирменный шрифт и цветовая палитра.		18
19-36	№ 3.2: Разработка и создание дизайн макета визитки и рекламной листовки		18
37-54	№ 3.3: Разработка и создание макета буклета в два фальца		18
55-72	№ 3.4: Разработка и создание дизайн макета билборда		18
73-90	№ 3.5: Разработка и создание дизайн макета календаря домик		18
91-108	№ 3.6: Разработка и создание дизайн макета мудборда		18
109-126	№ 3.7: Разработка и создание дизайн макета сувенирной продукции		18
127-144	№ 3.8: Создание, сборка и подготовка отчета о выполненных работах в формате .pdf и .pptx для презентации, а также в распечатанном виде		18
Внеаудиторная самостоятельная работа: 1. Макетирование графических объектов. 2. Создание презентации по темам МДК 01.03. 3. Создание дизайн-макета.			100
Тематика внеаудиторной самостоятельной работы: 1.1 Создание объема: выполнение разверток и макетов тел вращения (цилиндр, конус) (6ч) 1.2 Создание макета упаковки и авторская композиция (8ч) 1.3 Создание макета многогранной коробочки с авторской композицией (8ч)			

2.1 Виды макетов и их применение. Материалы и инструменты для макетирования. (2ч)	
2.2 Фирменный стиль: его функции и основные элементы, и носители (2ч)	
2.3 Понятие фирменного логотипа, знака и эмблемы (2ч)	
2.4 Виды логотипов (2ч)	
2.5 Визитные карточки и их виды (2ч)	
2.6 Бланки и их виды (2ч)	
2.7 Конверты и их виды (2ч)	
2.8 Фирменный блок: его функции и элементы (2ч)	
2.9 Рекламная, сувенирная и презентационная продукция (2ч)	
2.10 Виды упаковок (2ч)	
2.11 Структура и правила создания брендбука (2ч)	
2.12 Структура и правила создания логобука (2ч)	
2.13 Виды буклетов и виды фальцовки (2ч)	
2.14 Виды брошюр (2ч)	
2.15 Виды электронных изданий (2ч)	
3.1 Макетирование объектов дизайна (4ч)	
3.2 Логотипа (4ч)	
3.3 Знака (4ч)	
3.4 Эмблемы (4ч)	
3.5 Визитки (4ч)	
3.6 Бланка (4ч)	
3.7 Конверта (4ч)	
3.8 Сувенирной продукции (4ч)	
3.9 Подарочной или сувенирной упаковки (4ч)	
3.10 Буклета (4ч)	
3.11 Брошюры (4ч)	
3.12 Рекламного плаката (4ч)	
Промежуточная аттестация в форме экзамена	6
	Всего МДК 01.03
	300
Учебная практика	
Виды работ:	
- осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги;	
- разрабатывать композиционное решение рекламного продукта;	
- использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы;	
	72

- составлять рекламные тексты.	
Производственная практика Виды работ: - выбора художественной формы реализации рекламной идеи; - создания визуального образа с рекламными функциями; - художественного конструирования рекламных продуктов по заданию.	108
Всего:	858

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы дисциплины требует наличия:

- **учебного кабинета:** *проектирование рекламного продукта*
- **лаборатории и мастерской** по направлению «Реклама» *компьютерного дизайна.*

Оборудование учебного кабинета:

- рабочие места по количеству обучающихся (25);
- рабочее место преподавателя;
- комплект учебно-методической документации.

Оборудование лаборатории «Реклама»:

- рабочее место обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- 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.

4.2. Информационное обеспечение обучения

Основные источники:

1. Д.А. Трищенко разработка творческой концепции рекламного продукта Учебное пособие Издательство Белгородского университета кооперации, экономики и права 2016 г.

2. Блюм М.А., Герасимов Б.И., Молоткова Н.В. Маркетинг рекламы: Учебное пособие / М.А. Блюм. Герасимов Б.И. Молоткова Н.В.- Васильев Г.А., Профессиональное образование. Гриф. – М., 2015 г.

3. Мазилкина Е.И., Паничкина Г.Г., Ольхова Поляков В.А., Романов А.А. Технологии производства рекламной продукции: Учеб. Пособие.- М. Вузовский учебник, 2016 г.

4. Мазилкина Л.А. Основы рекламы: учебное пособие.- М.: Издательство «Альфа – М», 2016

5. Сухов В.Д. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта: Учебник для студ. Учреждений сред.проф.образования/ В.Д. Сухов.-М.: Издательский центр «Академия», 2016 г..

6. Хапенков В.Н., Сагинова О.В., Федюнин Д.В. Организация рекламной деятельности: учеб.пособие для нач. проф.образования – 6-е изд. Испр. – М.: Издательский центр «Академия», 2017 г.

Дополнительные источники:

1. Антипов К. Основы рекламы: учебник.- М.: Дашков и К, 2017 г.

2. Бернадская Ю.С.и др. Основы рекламы: Учебник / Ю.С. Бернадская, С.С. Марочкина, Л.Ф.Смотрова. Под ред. Л.М. Дмитриевой. – М.: Наука, 2015 г.

3. Васильев Г.А. Основы рекламы: учебное пособие.- М.: ИНФРА-М, 2016 г.

4. Капран В.И., Капран О.В. Психология и разработка рекламной продукции: учебное пособие для высш.проф.образования. – М.: Издательский центр «Академия», 2015 г.

5. Костина А.В. Основы рекламы: учебное пособие / А.В.Костина, Э.Ф. Макаревич, О.И. Карпухин.-4-е изд., испр. И допол. – М.: КНОРУС, 2012

6. Логвиненко Г.М. Декоративная композиция: учебное пособие для вузов. – М.: Изда-тельство Владос, 2018 г.

7. Смирнов С.И. Шрифт и шрифтовой плакат Москва издательство «Плакат», 2017 г.

8. Сулягин Ю.А., Петров В.В. – Реклама.- Учебник. СПб. Изд-во Михайлова В.А. 2018 г.

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Программа профессионального модуля ПМ 01. «Разработка и создание дизайна рекламной продукции» реализуется в течение 3 и 4 семестра курса обучения.

Освоению данного модуля должно предшествовать изучение дисциплин общего гуманитарного и социально-экономического, математического и естественнонаучного, профессионального циклов.

В процессе обучения студентов основными формами являются: аудиторные занятия, включающие лекции, лабораторные и практические занятия, проводимые в форме практической подготовки, а также внеаудиторная самостоятельная работа обучающегося. Тематика лекций, лабораторных и практических занятий соответствует содержанию программы профессионального модуля.

Лекции формируют у студентов системное представление об изучаемых разделах профессионального модуля, обеспечивают усвоение ими основных

дидактических единиц, готовность к восприятию профессиональных технологий и инноваций, а также способствуют развитию интеллектуальных способностей.

Лабораторные и практические занятия обеспечивают приобретение и закрепление необходимых навыков и умений, формирование профессиональных компетенций, готовность к самостоятельной и индивидуальной работе, принятию ответственных решений в рамках профессиональной компетенции.

Внеаудиторная самостоятельная работа студентов проводится вне аудиторных часов. Внеаудиторная самостоятельная работа включает в себя отработку практических умений и способствует развитию познавательной активности, творческого мышления обучающихся, прививает навыки самостоятельного поиска информации, а также формирует способность и готовность к самосовершенствованию, самореализации и творческой адаптации, формированию общих компетенций.

Оценка теоретических и практических знаний студентов осуществляется с помощью решения профессиональных задач, оценки практических умений. По завершению изучения раздела МДК 01.01 Художественное проектирование рекламного продукта проводится экзамен, по завершению изучения раздела МДК 01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта проводится защита курсовой работы (проекта), после завершения МДК 01.03 Создание, сборка, подготовка к печати и публикации графических дизайн-макетов проводится экзамен. В конце изучения ПМ проводится экзамен, кроме того, материалы профессионального модуля ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции, включаются в государственную (итоговую) аттестацию по специальности **42.02.01 Реклама**.

Учебная практика проводится непрерывным циклом.

Производственная практика проводится как итоговая практика по завершению модуля. Базами производственной практики являются предприятия и организации, с которыми колледж заключает договор о взаимном сотрудничестве. Основными условиями прохождения производственной практики в данных предприятиях и организациях являются наличие квалифицированного персонала, оснащенность современным технологическим оборудованием. Практика по профилю специальности проводится под руководством преподавателей и специалистов предприятия-базы практики. Руководитель от колледжа назначается приказом директора из числа преподавателей специальных дисциплин. В обязанности преподавателя-руководителя практики входит: контроль выполнения программы практики, оказание методической и практической помощи студентам при отработке практических профессиональных умений и приобретения практического опыта, проверка заполнения дневника по производственной практике. Руководители практики студентов от предприятия-базы практик назначаются приказом руководителя предприятия до начала практики, из числа специалистов, имеющих образование, соответствующее профилю преподаваемого профессионального модуля

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу: наличие профессионального образования, соответствующего профилю модуля «Разработка и создание дизайна рекламной продукции» и профессии 54.01.20 Графический дизайнер.

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой.

Преподаватели и специалисты предприятия-базы практики с опытом деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы (является обязательным).

**5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
(ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)**

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
<p>ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей</p> <p>ПК 1.2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.</p> <p>ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.</p> <p>ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.</p> <p>ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.</p>	<p>-соответствие правильности выбора рекламной идеи и анализ её художественной ценности;</p> <p>-правильность применения идеи и художественных средств выражения.</p> <p>-соответствие разработанных эскизов и обоснование правильности выбора изобразительных средств;</p> <p>-определение рациональных приемов конструктивного моделирования рекламных макетов, изделий;</p> <p>-обоснование выбора оптимальных конструктивных средств для построения рекламных конструкций с учетом законов композиции и основ художественного проектирования рекламы.</p> <p>-соответствие разработанных рекламных проектов всем видам техническим условиям;</p> <p>- выполнение требований по проведению этапов разработки проекта;</p> <p>- демонстрация навыков по нахождению верной идеи и средств художественного выражения при разработке проекта.</p> <p>- соответствие стилистической конструкции текста рекламного объявления требованиям заказчика;</p> <p>- выполнение оригинальных макетов в материале и контроль их соответствия</p> <p>соответствие созданных визуальных образов проектируемого продукта всем требованиям и функциям современной рекламы.</p>	<p>Наблюдение и оценка результатов деятельности студентов на теоретических и практических занятиях при проведении:</p> <p>- устных опросов;</p> <p>-практических занятий № 1.1 – 1.17; 2.1 – 2.6; 3.1 – 3.8;</p> <p>- лабораторных занятий № 1.1 – 1.17; 2.1. – 2.6;3.1. – 3.8;</p> <p>- при выполнении внеаудиторной самостоятельной работы;</p> <p>- при выполнении работ учебной и производственной практики;</p> <p>- промежуточной аттестации по завершению МДК, учебной и производственной практики;</p> <p>- по завершению ПМ.</p>

<p>ОК 01 Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес</p>	<p>- демонстрация умения объяснить социальную значимость получаемой специальности; - демонстрация интереса к будущей профессии; - стремление к освоению профессиональных компетенций, знаний и умений (участие в предметных конкурсах, олимпиадах и др.).</p>	<p>Наблюдение и оценка результатов деятельности студентов на теоретических и практических занятиях при проведении: - устных опросов; -практических занятий № 1.1 – 1.17; 2.1 – 2.6; 3.1 – 3.8; - лабораторных занятий № 1.1 – 1.17; 2.1. – 2.6;3.1. – 3.8; - при выполнении внеаудиторной самостоятельной работы; - при выполнении работ учебной и производственной практики; - промежуточной аттестации по завершению МДК, учебной и производственной практики; - по завершению</p>
<p>ОК 02 Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество</p>	<p>- способность организовать собственную деятельность в соответствии с поставленной целью; - определение и самостоятельный выбор способов (технологий) решения задачи в соответствии с заданными условиями и имеющимися ресурсами.</p>	<p>Наблюдение и оценка результатов деятельности студентов на теоретических и практических занятиях при проведении: - устных опросов; -практических занятий № 1.1 – 1.17; 2.1 – 2.6; 3.1 – 3.8; - лабораторных занятий № 1.1 – 1.17; 2.1. – 2.6;3.1. – 3.8; - при выполнении внеаудиторной самостоятельной работы; - при выполнении работ учебной и производственной практики; - промежуточной аттестации по завершению МДК, учебной и производственной практики; - по завершению</p>
<p>ОК 03 Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность</p>	<p>- демонстрация способностей определения и самостоятельного выбора способов разрешения проблемы в соответствии с заданными критериями; - способность провести анализ ситуации по заданным критериям, определять риски; - адекватность оценки последствия принятых решений.</p>	<p>Наблюдение и оценка результатов деятельности студентов на теоретических и практических занятиях при проведении: - устных опросов; -практических занятий № 1.1 – 1.17; 2.1 – 2.6; 3.1 – 3.8; - лабораторных занятий № 1.1 – 1.17; 2.1. – 2.6;3.1. – 3.8; - при выполнении внеаудиторной самостоятельной работы; - при выполнении работ учебной и производственной практики; - промежуточной аттестации по завершению МДК, учебной и производственной практики; - по завершению</p>
<p>ОК 04 Осуществлять</p>	<p>- нахождение и</p>	<p>Наблюдение и оценка результатов</p>

<p>поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития</p>	<p>использование информации для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.</p>	<p>деятельности студентов на теоретических и практических занятиях при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - устных опросов; - практических занятий № 1.1 – 1.17; 2.1 – 2.6; 3.1 – 3.8; - лабораторных занятий № 1.1 – 1.17; 2.1. – 2.6; 3.1. – 3.8; - при выполнении внеаудиторной самостоятельной работы; - при выполнении работ учебной и производственной практики; - промежуточной аттестации по завершению МДК, учебной и производственной практики; - по завершению
<p>ОК 05 Использовать информационно-коммуникационные технологии профессиональной деятельности</p>	<p>- нахождение и использование информации для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.</p>	<p>Наблюдение и оценка результатов деятельности студентов на теоретических и практических занятиях при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - устных опросов; - практических занятий № 1.1 – 1.17; 2.1 – 2.6; 3.1 – 3.8; - лабораторных занятий № 1.1 – 1.17; 2.1. – 2.6; 3.1. – 3.8; - при выполнении внеаудиторной самостоятельной работы; - при выполнении работ учебной и производственной практики; - промежуточной аттестации по завершению МДК, учебной и производственной практики; - по завершению
<p>ОК 06 Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями</p>	<p>- нахождение и использование информации для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.</p>	<p>Наблюдение и оценка результатов деятельности студентов на теоретических и практических занятиях при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - устных опросов; - практических занятий № 1.1 – 1.17; 2.1 – 2.6; 3.1 – 3.8; - лабораторных занятий № 1.1 – 1.17; 2.1. – 2.6; 3.1. – 3.8; - при выполнении внеаудиторной самостоятельной работы; - при выполнении работ учебной и производственной практики; - промежуточной аттестации по завершению МДК, учебной и производственной практики; - по завершению
<p>ОК 07 Брать на себя ответственность за</p>	<p>- проявление ответственности</p>	<p>Наблюдение и оценка результатов деятельности студентов на</p>

<p>работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий</p>	<p>результатам выполнения профессиональных обязанностей членами команды; - проведение самоанализа и корректировки результатов собственной работы.</p>	<p>теоретических и практических занятиях при проведении: - устных опросов; - практических занятий № 1.1 – 1.17; 2.1 – 2.6; 3.1 – 3.8; - лабораторных занятий № 1.1 – 1.17; 2.1. – 2.6; 3.1. – 3.8; - при выполнении внеаудиторной самостоятельной работы; - при выполнении работ учебной и производственной практики; - промежуточной аттестации по завершению МДК, учебной и производственной практики; - по завершению</p>
<p>ОК 08 Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации</p>	<p>- нахождение и использование информации для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.</p>	<p>Наблюдение и оценка результатов деятельности студентов на теоретических и практических занятиях при проведении: - устных опросов; - практических занятий № 1.1 – 1.17; 2.1 – 2.6; 3.1 – 3.8; - лабораторных занятий № 1.1 – 1.17; 2.1. – 2.6; 3.1. – 3.8; - при выполнении внеаудиторной самостоятельной работы; - при выполнении работ учебной и производственной практики; - промежуточной аттестации по завершению МДК, учебной и производственной практики; - по завершению</p>
<p>ОК 09 Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности</p>	<p>- нахождение и использование информации для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.</p>	<p>Наблюдение и оценка результатов деятельности студентов на теоретических и практических занятиях при проведении: - устных опросов; - практических занятий № 1.1 – 1.17; 2.1 – 2.6; 3.1 – 3.8; - лабораторных занятий № 1.1 – 1.17; 2.1. – 2.6; 3.1. – 3.8; - при выполнении внеаудиторной самостоятельной работы; - при выполнении работ учебной и производственной практики; - промежуточной аттестации по завершению МДК, учебной и производственной практики; - по завершению</p>
<p>ОК 10 Владеть основами предпринимательской</p>	<p>- демонстрация способностей определения и самостоятельного выбора</p>	<p>Наблюдение и оценка результатов деятельности студентов на теоретических и практических</p>

<p>деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.</p>	<p>способов разрешения проблемы в соответствии с заданными критериями; - способность провести анализ ситуации по заданным критериям, определять риски; - адекватность оценки последствия принятых решений.</p>	<p>занятиях при проведении: - устных опросов; - практических занятий № 1.1 – 1.17; 2.1 – 2.6; 3.1 – 3.8; - лабораторных занятий № 1.1 – 1.17; 2.1. – 2.6; 3.1. – 3.8; - при выполнении внеаудиторной самостоятельной работы; - при выполнении работ учебной и производственной практики; - промежуточной аттестации по завершению МДК, учебной и производственной практики; - по завершению</p>
<p>ОК 11 Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке</p>	<p>- демонстрирует аргументированность оценки информации с использованием информационно-коммуникационных технологий; - делает обоснованный выбор средств для решения профессиональных задач с учетом экологических требований; - ясно и правильно излагает информацию, собственные мысли на иностранном языке с использованием несложных речевых оборотов.</p>	<p>Наблюдение и оценка результатов деятельности студентов на теоретических и практических занятиях при проведении: - устных опросов; - практических занятий № 1.1 – 1.17; 2.1 – 2.6; 3.1 – 3.8; - лабораторных занятий № 1.1 – 1.17; 2.1. – 2.6; 3.1. – 3.8; - при выполнении внеаудиторной самостоятельной работы; - при выполнении работ учебной и производственной практики; - промежуточной аттестации по завершению МДК, учебной и производственной практики; - по завершению</p>

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.

Оценка индивидуальных образовательных достижений по результатам текущего и промежуточного 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	не удовлетворительно

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