

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Косинская Надежда Борисовна  
Должность: Директор  
Дата подписания: 26.11.2025 15:46:29  
Уникальный программный ключ:  
4c22542f0fe3bbcc



**ЧАСТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
«ОБНИНСКИЙ КОЛЛЕДЖ ИНФОРМАЦИИ И ПРАВА»**

---

**«УТВЕРЖДАЮ»**

Директор ОКИП

Н.Б. Косинская

«17» ноября 2025 год

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

по специальности среднего профессионального образования  
**42.02.01 РЕКЛАМА**

Обнинск, 2025

## **СОДЕРЖАНИЕ**

- 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРИМЕРНОЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**
- 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**
- 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**
- 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

# 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРИМЕРНОЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ «ПМ.04 СОЗДАНИЕ КЛЮЧЕВЫХ ВЕРБАЛЬНЫХ И ВИЗУАЛЬНЫХ СООБЩЕНИЙ И ОСНОВНЫХ КРЕАТИВНЫХ РЕШЕНИЙ И ТВОРЧЕСКИХ МАТЕРИАЛОВ НА ОСНОВНЫХ РЕКЛАМНЫХ НОСИТЕЛЯХ»

## 1.1. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

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

### 1.1.1. Перечень общих компетенций:

<b>Код</b>	<b>Наименование общих компетенций</b>
<b>ОК 01</b>	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
<b>ОК 02</b>	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
<b>ОК 03</b>	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.
<b>ОК 04</b>	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде
<b>ОК 05</b>	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста
<b>ОК 06</b>	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения
<b>ОК 09</b>	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках

### 1.1.2. Перечень профессиональных компетенций

<b>Код</b>	<b>Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций</b>
<b>ВД 4</b>	Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях
<b>ПК 4.1</b>	Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании
<b>ПК 4.2</b>	Разрабатывать творческие рекламные решение в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании
<b>ПК 4.3</b>	Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет

### 1.1.3. В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

<b>Владеть навыками</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектв объекта рекламирования с учетом Уникального Торгового Предложения (УТП);</li> <li>– поиска и подбора оригинального нейма и слогана;</li> <li>– определения оригинальной идеи для рекламной кампании;</li> <li>– подбора и использования визуальных идей фотоизображений,</li> </ul>
-------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<p>рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом инсайта для РК;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– оформления текстовых и графических документов;</li> <li>– оформление рекламных носителей, в том числе текстовых и графических;</li> <li>– создания визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом, поставленных задач в области рекламы.</li> </ul>
Уметь	<ul style="list-style-type: none"> <li>– использовать поисковые системы интернета</li> <li>– использовать технологии поисково-контекстной рекламы и их системы размещения;</li> <li>– определять эффективные УТП (уникальные торговые предложения) и офферы;</li> <li>– доводить информацию заказчика до ЦА;</li> <li>– использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество;</li> <li>– использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА;</li> <li>– проверять рекламные материалы на уникальность / оригинальность;</li> <li>– использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете;</li> <li>– создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий;</li> <li>– конвертировать файлы в нужные форматы;</li> <li>– использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат;</li> <li>– размещать рекламные материалы в социальных медиа;</li> <li>– подбирать визуальные и текстовые материалы в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для интернет-продвижения;</li> <li>– представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов;</li> <li>– обеспечивать качественное функционирование сайта;</li> <li>– писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов;</li> <li>– создавать графические материалы рекламного характера;</li> <li>– находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА;</li> <li>– разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации, представляя их в виде мудборда или референсов;</li> <li>– составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа;</li> <li>– создавать оригинальные, современные по стилю сайты;</li> <li>– разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику;</li> <li>– использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов;</li> <li>– повышать информационную наглядность сайтов;</li> <li>– создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях.</li> </ul>
Знать	<ul style="list-style-type: none"> <li>– виды и инструменты маркетинговых коммуникаций;</li> <li>– отраслевую терминологию;</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>– требования к визуальным и текстовым материалам в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией;</li> <li>– технологии воздействия на аудиторию при с применением визуальных и текстовых материалов в социальные сети и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам;</li> <li>– важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании;</li> <li>– программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей;</li> <li>– возможности интернет-ресурсов для макетирования рекламных носителей;</li> <li>– виды сайтов, их возможности и варианты применения;</li> <li>– требования к качественному функционированию сайтов;</li> <li>– технические средства создания визуального контента;</li> <li>– возможности и ресурсы для макетирования рекламных носителей;</li> <li>– структуру брифа и требования к нему;</li> <li>– важность учета пожеланий заказчика при разработке фирменного дизайна и элементов фирменного стиля;</li> <li>– важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей;</li> <li>– требования к электронной презентации для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией;</li> <li>– технологии воздействия на аудиторию при проведении презентаций и защит проектов.</li> </ul>
--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## **1.2. Количество часов, отводимое на освоение профессионального модуля**

Всего часов 372 часов,

в том числе в форме практической подготовки 240 часов.

Из них на освоение МДК 216 часов

в том числе самостоятельная работа – *20 час*  
практики, в том числе учебная 108 часов

производственная 36 часов

Промежуточная аттестация – *экзамен по модулю (12 часов)*.

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

### 2.1. Структура профессионального модуля

Коды профессиональных х общих компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего, час.	В т.ч. в форме практической. подготовки	Объем профессионального модуля, ак. час.						
				Все го	Обучение по МДК				Практики	
					В том числе					
					Лабораторных. и практических. занятий	Курсовых работ (проектов)	Самостоятельна я работа	Промежуточная аттестация	Учебная	Производственная
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
ПК.4.1, ПК.4.2, ОК 01, ОК 02, ОК04, ОК 09	МДК.04.01 Разработка творческих рекламных решений	72	36	44	36	X	8		X	X
ПК.4.2, ПК.4.3, ОК01, ОК02, ОК03, ОК04, ОК05, ОК06, ОК09	МДК.04.02 Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки	144	60	82	60	X	22		108	36
ПК.4.1, ПК.4.2, ПК.4.3, ОК01, ОК02, ОК03, ОК04, ОК05, ОК06, ОК09	Учебная практика	108								
ПК.4.1, ПК.4.2, ПК.4.3, ОК01, ОК02, ОК03, ОК04, ОК05, ОК06, ОК09	Производственная практика, часов	36								
	Экзамен по модулю	12	X							
	Всего:	372	96	126	96	X	30	12	108	36

## 2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля (ПМ)

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем, акад. ч / в том числе в форме практической подготовки, акад. ч	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	
<b>МДК.04.01 Разработка творческих рекламных решений</b>		<b>72/36</b>	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 4.1.; ПК 4.2., ЛР1-21
<b>Раздел 1. Система корпоративной идентичности в рекламной деятельности</b>		<b>36/12</b>	
<b>Тема 1.1. Система корпоративной идентичности, ее основные функции и элементы</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	36	
	1. Понятие системы корпоративной идентичности, фирменного стиля, бренд-айдентики. Бренд-айдентика и корпоративная айдентика. Брендбук, гайдлайн, логобук.		
	2. Основные функции системы корпоративной идентичности. Влияние системы корпоративной идентичности на эффективность рекламной коммуникации.		
	3. Основные элементы системы корпоративной идентичности. Методика разработки шрифтового логотипа. Виды визуальных знаков. Методика разработки графического знака.		
	4. Причины и способы изменения корпоративной айдентики. Редизайн, рестайлинг, ребрендинг.		
	5. Носители корпоративной идентичности: деловая документация, корпоративная одежда и транспорт, сувенирная продукция.		
	<b>В том числе практических занятий и лабораторных работ</b>	<b>12</b>	
	Практическое занятие 1. Разработка шрифтового логотипа и графического фирменного знака	4	
	Практическое занятие 2. Формирование системы корпоративной идентичности	4	
	Практическое занятие 3. Разработка комплекса носителей корпоративного стиля	4	
<b>Примерная тематика самостоятельной учебной работы при изучении раздела 1</b>			
<b>Раздел 2. Рекламное проектирование</b>		<b>24/14</b>	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 4.1.; ПК 4.2., ЛР1-21
<b>Тема 2.1. Рекламное</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	8	ОК 01.; ОК 02.;

проектирование	1. Проведение ситуационного анализа и формирование ключевых рекламных решений. Понятие инсайта и key visual.		ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 4.1.; ПК 4.2., ЛР1-21
	2. Рекламный текст и копирайтинг. Прием литературного тропа в создании креативной рекламы. Виды тропов.		
	3. Работа с заказчиком. Заполнение и утверждение брифа. Бриф, дебриф, креативный бриф.		
	4. Проведение ситуационного анализа и формирование ключевых рекламных решений. Понятие инсайта и key visual.		
	<b>В том числе практических и лабораторных занятий</b>	<b>6</b>	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 4.1.; ПК 4.2., ЛР1-21
	Практическое занятие 4. Проведение анализа, формирование ключевого рекламного решения.	2	
	Практическое занятие 5. Создание инсайта, разработка рекламного текста	2	
	Практическое занятие 6. Создание ключевого визуального образа (Key visual). Разработка комплекса рекламной продукции для продвижения нового товара на рынок	2	
Тема 2.2. Проектирование печатной рекламы	<b>Содержание учебного материала</b>	8	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 4.1.; ПК 4.2., ЛР1-21
	1. Проектирование печатной рекламы. Виды печатной рекламы. Технологии печатной рекламы.		
	2. Проектирование BTL-рекламы. Виды POSM.		
	3. Виды рекламы для сопровождения экспозиционной деятельности		
	<b>В том числе практических и лабораторных занятий</b>	<b>4</b>	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 4.1.; ПК 4.2., ЛР1-21
	Практическое занятие 7. Разработка комплекса POSM	4	
Тема 2.3. Проектирование рекламы в онлайн среде	<b>Содержание учебного материала</b>	8	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 4.1.; ПК 4.2., ЛР1-21
	1. Основные виды рекламных носителей в онлайн-среде. Типы и структура сайтов.		
	2. Контекстная и таргетированная реклама. Виды интернет-баннеров.		
	<b>В том числе практических и лабораторных занятий</b>	<b>4</b>	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 4.1.; ПК 4.2., ЛР1-21
	Практическое занятие 8. Разработка комплекса рекламной продукции для продвижения в онлайн среде	4	
<b>Примерная тематика самостоятельной учебной работы при изучении раздела 2</b>			
<b>Раздел 3. Проектирование рекламного комплекса</b>		<b>12/10</b>	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.;
<b>Тема 3.1.</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	6	



Проектирование наружной рекламы	Виды наружной рекламы, конструктивные особенности, технологии создания.		ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 4.1.; ПК 4.2., ЛР1-21
	В том числе практических и лабораторных занятий	6	
	Практическое занятие 9. Разработка комплекса и серии креативной наружной рекламы	6	
Тема 3.2. Проектирование транзитной рекламы	Содержание учебного материала	6	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 4.1.; ПК 4.2., ЛР1-21
	Виды транзитной рекламы		
	В том числе практических и лабораторных занятий	4	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 4.1.; ПК 4.2., ЛР1-21
	Практическое занятие 10. Разработка комплекса транзитной рекламы	4	
Обязательные аудиторные учебные занятия по курсовому проекту (работе) (не предусмотрено)			
МДК.04.02 Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки		144/60	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 4.3., ЛР1-21
Равел 1. Основы компьютерной графики		36/22	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 4.3., ЛР1-21
Тема 1.1. Основы векторной графики. Программа Adobe Illustrator	Содержание учебного материала	18	
	1. Основные настройки и инструменты, навыки работы с объектами, работа с цветом, способы окрашивания объектов.		
	2. Операции над объектами (трансформация, порядок, выравнивание, геометрические операции над объектами).		
	3. Создание и редактирования контуров. Техника рисунка в кривых и работа с текстом		
	4. Создание текстурных векторных кистей		
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	10	
	Практическое занятие №1. Рисунок из геометрических объектов. Создание логотипа	2	
	Практическое занятие №2. Работы с кривыми. Создание патера; Кисти. Создание текстурных векторных кистей	2	
	Практическое занятие №3. Векторный компьютерный рисунок с использованием кривых	2	
	Практическое занятие 4. Создание рекламного плаката	2	
	Практическое занятие №5. Работа с текстом. Разработка дизайна интернет-рассылок.	2	
Тема 1.2. Основы	Содержание учебного материала	18	

<b>растровой графики.</b> <b>Программа Photoshop</b>	1. Интерфейс программы Photoshop. Основные инструменты. Способы выделения.		
	2. Понятия слоя. Работа со слоями, многослойные изображения.		
	3. Работа с текстом и эффекты в растровой среде.		
	4. Техника ретуширования. Цветовая тоновая коррекция изображения		
	<b>В том числе практических занятий и лабораторных работ</b>	<b>12</b>	
	Практическое занятие №6. Создание композиции с использованием готовых выделенных объектов	2	
	Практическое занятие №7. Создание многослойной монтажной композиции в растровой графике	2	
	Практическое занятие №8. Компьютерная обработка растрового изображения: стилизация фотографии «под вектор»	2	
	Практическое занятие №9. Обработка фотографий в программе растровой графики	2	
	Практическое занятие №10. Размещение объектов с учётом перспективы	2	
	Практическое занятие №11. Создание рекламной листовки в программе Photoshop	2	
<b>Примерная тематика самостоятельной учебной работы при изучении раздела 1</b> Работа с конспектами, учебной и специальной литературой (по параграфам, главам учебных пособий, указанным преподавателем). <ul style="list-style-type: none"> <li>– Импорт и экспорт изображений, работа с растровыми изображениями.</li> <li>– Специальные эффекты в векторной среде.</li> <li>– Цветовая-тоновая коррекция фотографий.</li> <li>– Художественное редактирование растровых изображений, создание рекламного плаката, в основе которого лежит фотомонтаж.</li> </ul>		*	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 4.3., ЛР1-21
<b>Учебная практика</b> <b>Виды работ</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Использование типографики в графическом дизайне.</li> <li>2. Создание информационного плаката.</li> <li>3. Техника масло, карандаш, акварель в компьютерной графике.</li> <li>4. Создание рекламных продуктов с цифровой живописью.</li> </ol>		<b>36</b>	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 4.1.; ПК 4.2.; ПК 4.3., ЛР1-21
<b>Производственная практика раздела 1</b> <b>Виды работ</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Художественное редактирование растровых изображений, создание рекламного плаката, в основе которого лежит фотомонтаж.</li> <li>2. Создания шрифтовых композиций. Спецэффекты</li> </ol>		<b>12</b>	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 4.1.; ПК 4.2.; ПК 4.3. ЛР1-21
<b>Раздел 2. Выбор основных изобразительных средств рекламной фотографии.</b>		<b>36/12</b>	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 4.3.,

			ЛР1-21
<b>Тема 2.1. Использование студийного оборудования, технология фотографирования.</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	18	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 4.3., ЛР1-21 ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 4.3., ЛР1-21
	Особенности технологии прикладного использования студийного оборудования.		
	<b>В том числе практических занятий и лабораторных работ</b>	<b>4</b>	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 4.3., ЛР1-21
	Практическое занятие №1. Схемы установки студийного освещения для решения основных задач рекламной фотосессии.	2	
	Практическое занятие №2. Использование насадок и фильтров на приборы студийного освещения, для создания специфического светового рисунка на рекламируемом объекте.	2	
<b>Тема 2.2. Работа над имиджевой фотографией, фотосессия предметов потребления.</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	18	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 4.3., ЛР1-21
	Фотографирование визуальных рекламных композиций. Фотосессия предметов потребления. Фотосессия визуальных композиций. Фотосессия имиджевого предмета. Креативная компоновка различных предметов в композицию для рекламного проекта.		
	<b>В том числе практических занятий и лабораторных работ</b>	<b>8</b>	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 4.3., ЛР1-21
	Практическое занятие №3. Компоновка и финишное решение для рекламной композиции натюрморта предметов потребления. Подбор визуального ряда и текстового материала по заданной теме в фотосессии визуальной композиции.	4	
	Практическое занятие №4. Фотосессия имиджевого предмета. Подбор вариантов креативного решения освещения для выявления визуального акцента. Фотографирование визуального проекта имиджевой фотосессии.	4	
<b>Примерная тематика самостоятельной учебной работы при изучении раздела 2</b> 1. Пробная фотосессия предметов. 2. Приобретение знаний композиции в составлении натюрморта. Фотографирование натюрморта со студийным светом. 3. Подбор оптики по свойствам, параметрам и творческим задачам. 4. Приобретение знаний об оптической системе фотокамеры. Работа с объективами различных оптических систем.			
<b>Учебная практика раздела 2 Виды работ</b>		<b>36</b>	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.;

1. Визуальная коммуникация с использованием рекламной фотографии. 2. Определение задач учебной практики. 3. Техника безопасности. 4. Разработка темы и сюжета рекламной фотосессии. 5. Составление рекламного брифа по задачам фотосъемки. 6. Подготовка и обозначение оборудования и реквизитов рекламной фотосессии. 7. Проведение фотосъемки. 8. Промежуточный анализ отснятого материала. 9. Обработка фотографий в графическом редакторе с использованием простых приемов создания и обработки изображения. 10. Зачёт			ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 4.1.; ПК 4.2.; ПК 4.3., ЛР1-21
<b>Производственная практика раздела 2</b> <b>Виды работ</b> 1. <b>Разработка и создание дизайна рекламной продукции:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– выбор художественной формы реализации рекламной идеи;</li> <li>– создание визуального образа с рекламными функциями;</li> <li>– художественное конструирование рекламных продуктов по заданию.</li> </ul>		<b>12</b>	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 4.1.; ПК 4.2.; ПК 4.3. ЛР1-21
<b>Раздел 3. Использование технологии создания рекламных фотокомпозиций</b>		<b>36/10</b>	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 4.3., ЛР1-21
<b>Тема 3.1. Разработка и создание дизайна рекламной продукции</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	18	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 4.3., ЛР1-21
	1. Осуществление поиск рекламных идей.		
	2. Художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы в жанрах.		
	<b>В том числе практических и лабораторных занятий</b>	<b>4</b>	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 4.3., ЛР1-21
	Практическое занятие №5. Разработка авторского рекламного проекта.	2	
	Практическое занятие №6. Создание визуальных образов с рекламными функциями.	2	
<b>Тема 3.2. Производство рекламной продукции</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	18	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 4.3., ЛР1-21
	1. Выбор и использование инструментов, оборудования, материалов и изобразительных средств		
	2. Практическое использование изобразительных средств оптики, фактуры, световых схем для создания имиджа рекламного продукта.		
	<b>В том числе практических и лабораторных занятий</b>	<b>6</b>	

	Практическое занятие №7. Создание модели, макета, сценария визуального решения объекта	3	
	Практическое занятие №8. Исполнение рекламного решения имиджа в визуальном образе.	3	
<b>Примерная тематика самостоятельной учебной работы при изучении раздела 3</b> 1. Комплексное фото сопровождение бренда, продукции, каталогизирование визуальных образов. 2. Создание конечного визуального продукта рекламной фотосессии. 3. Разработка имиджевого решения визуального ряда рекламируемого объекта.			
<b>Учебная практика раздела № 3</b> <b>Виды работ</b> Формирование положительного имиджа бренда или персоны. 1. Определение задач учебной практики. 2. Техника безопасности. 3. Разработка темы и сюжета рекламной фотосессии; 4. Составление или импортирование рекламного брифа по задачам фотосъемки. 5. Подготовка и обозначение оборудования и реквизитов рекламной фотосессии. 6. Жанр и стиль. Определение жанра и стиля рекламной фотосессии. 7. Персонажи, фотомодели. Объект и субъект. Натура, фотостудия. 8. Тестовые съемки натуры для рекламной фотосессии. 9. Подготовка фотостудии для рекламной фотосессии (реквизит, аксессуары, набор осветительного оборудования и источников света). 10. Организация и проведение фотосъемки. Компьютерная обработка фотографий с использованием простых приемов создания и обработки изображения. 11. Защита проекта.		<b>36</b>	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 4.1.; ПК 4.2.; ПК 4.3., ЛР1-21
<b>Производственная практика раздела 3</b> <b>Виды работ</b> 1. Характеристика предприятия, организационная структура предприятия. 2. Основные виды деятельности, ассортимент продукции, структура управления, должностные обязанности специалистов организации. 3. Место фотографии в цепочке рекламной продукции. 4. Анализ рекламной деятельности предприятия. 5. Организация и подготовка выпуска, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы. 6. Технология организации и проведения фотосопровождения. 7. Финишные визуальные работы.		<b>12</b>	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 4.1.; ПК 4.2.; ПК 4.3. ЛР1-21
<b>Раздел 4. Техника и технология рекламного видео</b>		<b>36/16</b>	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.;

			ОК 09.; ПК 4.3., ЛР1-21
<b>Тема 4.1. Способы формирования идеи. Запись идеи для дальнейшего видео производства.</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	16	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 4.3., ЛР1-21
	1. Логлайн. Синописис.		
	2. Сценарий. Раскадровка.		
	3. Трехактная структура повествования		
	<b>В том числе практических занятий и лабораторных работ</b>	<b>6</b>	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 4.3., ЛР1-21
	Практическое занятие №1. Написание своих логанов к реальным фильмам, написание логанов к своему воображаемому рекламному ролику.	2	
<b>Тема 4.2. Тритмент. Референсы</b>	Практическое занятие №2. Написание своего сценария по логлайну к своему рекламному ролику.	2	
	Практическое занятие №3. Создание раскадровки по своему сценарию рекламному ролику.	2	
	<b>Содержание учебного материала</b>	10	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 4.3., ЛР1-21
	1.Тритмент. Структура. Наполнение.		
	2. Референсы.		
	<b>В том числе практических и лабораторных занятий</b>	<b>6</b>	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 4.3., ЛР1-21
	Практическое занятие №4. Написать триметр опираясь на свой логин и сценарий.	2	
<b>Тема 4.3. Создание рекламного видеоролика по-своему тритменту.</b>	Практическое занятие №5. Научиться пользоваться ресурсами для поисков референсов	2	
	Практическое занятие №6. Собрать референсы для своего ролика поместить в Тритмент.	2	
	<b>Содержание учебного материала</b>	10	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 4.3., ЛР1-21
	1. Основные принципы композиции кадра.		
	2. 10 принципов монтажа.		
	<b>В том числе практических занятий и лабораторных работ</b>	<b>4</b>	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06.; ОК 09.; ПК 4.3., ЛР1-21
	Практическое занятие №7. Снять рекламный ролик Опираясь на свой тритмент	2	
	Практическое занятие №8. Смонтировать рекламный ролик согласно раскадровки	2	
<b>Всего</b>		<b>372</b>	

### 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

#### 3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Оборудование учебного кабинета:

- рабочее место преподавателя;
- посадочные места обучающихся (по количеству обучающихся);
- доска;
- дидактический материал.

Технические средства обучения:

- компьютеры, лицензионное программное обеспечение;
- мультимедийный проектор.

Оснащенные базы практики в соответствии с примерной образовательной программы по специальности.

Практическая подготовка при реализации учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей) организуется путем проведения практических занятий, практикумов, лабораторных работ и иных аналогичных видов учебной деятельности, предусматривающих участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Практическая подготовка может включать в себя отдельные занятия лекционного типа, которые предусматривают передачу учебной информации обучающимся, необходимой для последующего выполнения работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

#### 3.2. Информационное обеспечение реализации программы

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы:

##### **Основная литература:**

1. *Трищенко, Д. А.* Техника и технологии рекламного видео : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Д. А. Трищенко. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 177 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12575-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/566467>
2. *Поляков, В. А.* Реклама: разработка и технологии производства : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 418 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-21621-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/581838>
3. *Карпова, С. В.* Рекламное дело : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 344 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19807-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/561056>
4. *Поляков, В. А.* Реклама: разработка и технологии производства : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 418 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-21621-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/581838>

5. *Колышкина, Т. Б.* Проектирование и оценка рекламного образа : учебник для вузов / Т. Б. Колышкина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 262 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10041-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/565242>

6. *Малькевич, А. А.* Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью : учебник для вузов / А. А. Малькевич. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 127 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17564-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/563888>

#### **Дополнительная литература**

1. Технология формирования имиджа, PR и рекламы в социальной работе : учебник и практикум для вузов / под редакцией М. В. Воронцовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 251 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15152-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/567286>

2. *Музыкант, В. Л.* Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 501 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14314-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/561458>

#### **Интернет-источники:**

1. Электронная библиотечная система (ЭБС) «Университетская библиотека ONLINE» <https://urait.ru/>

2. Компьютерная справочная правовая система «Консультант Плюс» <http://www.consultant.ru/>

### **4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

<b>Код ПК и ОК, формируемых в рамках модуля</b>	<b>Критерии оценки</b>	<b>Методы оценки</b>
<b>ОК 01</b>	- выбор и применение способов решения профессиональных задач; - оценка эффективности и качества выполнения задач; - знание более одного способа решения профессиональной задачи; - аргументация выбора конкретного способа.	Экспертное наблюдение выполнения практических работ Кейс-задачи Защита проекта Зачет Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
<b>ОК 02</b>	- соответствие найденной информации заданной теме (задаче); - владение разными способами	Устные выступления с презентацией Защита проектов



	<p>представления информации;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- результативность и оперативность поиска информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития;</li> <li>- объективный анализ найденной информации;</li> <li>- использование широкого спектра современных источников информации, в том числе Интернета при решении профессиональных задач, профессионального и личностного развития</li> </ul>	<p>Зачет</p> <p>Экспертное наблюдение выполнения практических работ</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- экзамена, квалификационного;</li> <li>- экзамена по модулю.</li> </ul> <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
<b>ОК 03</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- демонстрация интереса к инновациям в области профессиональной деятельности;</li> <li>- выстраивание траектории профессионального развития и самообразования;</li> <li>- осознанное планирование повышения квалификации</li> </ul>	<p>Осуществление самообразования, использование современной научной и профессиональной терминологии, участие в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических конференциях, оценка способности находить альтернативные варианты решения стандартных и нестандартных ситуаций, принятие ответственности за их выполнение</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- экзамена, квалификационного;</li> <li>- экзамена по модулю.</li> </ul> <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
<b>ПК 4.1</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- использование дизайнерских эскизов при создании основных печатные документов, определяющих фирменный стиль</li> </ul>	<p>Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы.</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- экзамена, квалификационного;</li> <li>- экзамена по модулю.</li> </ul> <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения</p>

		производственной практики.
<b>ПК 4.2</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- художественно редактировать растровые изображения, создавать рекламный плакат, в основе которого лежит фотомонтаж;</li> <li>- креативность, выразительность рекламной идеи, знание технологий изготовления рекламных носителей и широкоформатной печати, грамотное и качественное выполнение дизайн-проекта;</li> <li>- оригинальность рекламной идеи;</li> <li>- использование программ компьютерной графики.</li> </ul>	<p>Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы. Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- экзамена, квалификационного;</li> <li>- экзамена по модулю.</li> </ul> <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
<b>ПК 4.3</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- обоснованность выбора проектных технологий и инструментов;</li> <li>- уровень выполнения рекламных проектов на основе критериев:</li> <li>- актуальность;</li> <li>степень достижения - поставленной цели;</li> <li>- креативность;</li> <li>- изобразительная ценность;</li> <li>- обоснованность выводов и предложений;</li> <li>- характер (авторский или компилятивный);</li> <li>- использование смежных технологий и материалов;</li> <li>- эффективность.</li> </ul>	<p>Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы. Результаты выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- экзамена, квалификационного;</li> <li>- экзамена по модулю.</li> </ul> <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>

## 5. ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

В случае обучения в колледже лиц с ограниченными возможностями здоровья учитываются особенности психофизического развития, индивидуальные возможности и состояние здоровья таких обучающихся.

Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Обучение инвалидов осуществляется также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида (при наличии).

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху возможно предоставление учебной информации в визуальной форме (краткий конспект лекций; тексты заданий). На аудиторных занятиях допускается присутствие ассистента, а также сурдопереводчиков и (или) тифлосурдопереводчиков. Текущий контроль успеваемости осуществляется в письменной форме: обучающийся письменно отвечает на вопросы, письменно выполняет практические задания.

Доклад (реферат) также может быть представлен в письменной форме, при этом требования к содержанию остаются теми же, а требования к качеству изложения материала (понятность, качество речи, взаимодействие с аудиторией и т. д.) заменяются на соответствующие требования, предъявляемые к письменным работам (качество оформления текста и списка литературы, грамотность, наличие иллюстрационных материалов и т.д.). Промежуточная аттестация для лиц с нарушениями слуха проводится в письменной форме, при этом используются общие критерии оценивания. При необходимости время подготовки к ответу может быть увеличено.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению университетом обеспечивается выпуск и использование на учебных занятиях альтернативных форматов печатных материалов (крупный шрифт или аудиофайлы) а также обеспечивает обучающихся надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации (диктофонов и т.д.). Допускается присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую техническую помощь. Текущий контроль успеваемости осуществляется в устной форме. При проведении промежуточной аттестации для лиц с нарушением зрения тестирование может быть заменено на устное собеседование по вопросам.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата материально-технические условия университета обеспечивают возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, а также пребывания в них (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов, лифтов; наличие специальных кресел и других приспособлений).

На аудиторных занятиях, а также при проведении процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации лицам с ограниченными возможностями здоровья, имеющим нарушения опорно-двигательного аппарата могут быть предоставлены необходимые технические средства (персональный компьютер, ноутбук или другой гаджет); допускается присутствие ассистента (ассистентов), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь (занять рабочее место, передвигаться по аудитории, прочитать задание, оформить ответ, общаться с преподавателем).