

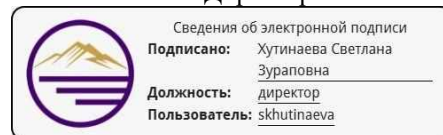
**ЧАСТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
«ВЛАДИКАВКАЗСКИЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ КОЛЛЕДЖ»
(ЧПОУ ВПК)**

РАССМОТРЕНО

на заседании Педагогического совета
Протокол № 12
от «29» мая 2026 г.

УТВЕРЖДАЮ

Директор ЧПОУ ВПК



Приказ № 30-Д от «29» мая 2026г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

**ПМ.04 СОЗДАНИЕ КЛЮЧЕВЫХ ВЕРБАЛЬНЫХ И ВИЗУАЛЬНЫХ СООБЩЕНИЙ,
ОСНОВНЫХ КРЕАТИВНЫХ РЕШЕНИЙ И ТВОРЧЕСКИХ МАТЕРИАЛОВ НА
ОСНОВНЫХ РЕКЛАМНЫХ НОСИТЕЛЯХ**

по специальности 42.02.01 «Реклама»

- МДК.04.01 Разработка творческих рекламных решений
МДК.04.02 Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки

Квалификация подготовки:

специалист по рекламе

Форма обучения: очная

Нормативный срок обучения:

2 года 10 месяцев на базе основного общего образования;

1 год 10 месяцев на базе среднего общего образования

Владикавказ, 2026

Рабочая программа дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 «Реклама».

Организация-разработчик: ЧПОУ ВПК

Разработчик: к.пед.н., директор колледжа С.З.Хутинаева, нач.уч.части З.А.Томаева

СОДЕРЖАНИЕ

- 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА 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 РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

1.1. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

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

1.1.1. Перечень общих компетенций:

Код	Наименование общих компетенций
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста
ОК 06	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
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках

1.1.2. Перечень профессиональных компетенций

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
ВД 4	Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях
ПК 4.1	Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании
ПК 4.2	Разрабатывать творческие рекламные решение в целях тактического планирования рекламной коммуникационной компании
ПК 4.3	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:

Владеть навыками	подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом Уникального Торгового Предложения (УТП); поиска и подбора оригинального нейма и слогана; определения оригинальной идеи для рекламной кампании; подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом инсайта для РК; оформления текстовых и графических документов; оформление рекламных носителей, в том числе текстовых и графических; создания визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом, поставленных задач в области рекламы.
Уметь	использовать поисковые системы интернета использовать технологии поисково-контекстной рекламы и их системы размещения; определять эффективные УТП (уникальные торговые предложения) и офферы; доводить информацию заказчика до ЦА; использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество; использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; проверять рекламные материалы на уникальность / оригинальность; использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете; создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий; конвертировать файлы в нужные форматы; использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат; размещать рекламные материалы в социальных медиа; подбирать визуальные и текстовые материалы в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для интернет-продвижения; представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов; обеспечивать качественное функционирование сайта;

	писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов; создавать графические материалы рекламного характера; находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА; разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации, представляя их в виде мудборда или референсов; составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа; создавать оригинальные, современные по стилю сайты; разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику; использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов; повышать информационную наглядность сайтов; создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях.
Знать	виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; отраслевую терминологию; требования к визуальным и текстовым материалам в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; технологии воздействия на аудиторию при с применением визуальных и текстовых материалов в социальные сети и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам; важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании; программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей; возможности интернет-ресурсов для макетирования рекламных носителей; виды сайтов, их возможности и варианты применения; требования к качественному функционированию сайтов; технические средства создания визуального контента; возможности и ресурсы для макетирования рекламных носителей; структуру брифа и требования к нему; важность учета пожеланий заказчика при разработке фирменного дизайна и элементов фирменного стиля; важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей; требования к электронной презентации для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; технологии воздействия на аудиторию при проведении презентаций и защит проектов.

1.2. Количество часов, отводимое на освоение профессионального модуля

Всего часов 500 часов,

в том числе в форме практической подготовки 298 часов.

Из них на освоение МДК 344 часов

в том числе самостоятельная работа – 80 часов

практики, в том числе учебная 36 часов

производственная 108 часов

Промежуточная аттестация – 18 часов.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Структура профессионального модуля

Коды профессиональных общих компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего, час.	В т.ч. в форме практической. подготовки	Объем профессионального модуля, ак. час.						
				Обучение по МДК					Практики	
				Всего	В том числе					
					Лабораторных. и практически х. занятий	Курсовых работ (проектов)	Самостоятельная работа	Промежуточная	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	217	103	208	94	30	42	4	9	
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	163	87	136	60	X	38	2	27	
ПК.4.1, ПК.4.2, ПК.4.3, ОК01, ОК02, ОК03, ОК04, ОК05, ОК06, ОК09	Производственная практика, часов	108	108							108
	Промежуточная аттестация	12						12		
	Всего:	500	298	206	110	30	80	18	36	108

2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля (ПМ)

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем, акад. ч / в том числе в форме практической подготовки, акад ч
1	2	3
МДК.04.01 Разработка творческих рекламных решений		90/40/30
Раздел 1. Система корпоративной идентичности в рекламной деятельности		20/10
Тема 1.1. Система корпоративной идентичности, ее основные функции и элементы	Содержание учебного материала	10
	1. Понятие системы корпоративной идентичности, фирменного стиля, бренд айдентики. Бренд-айдентика и корпоративная айденстика. 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.	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	10
	Практическое занятие. Разработка шрифтового логотипа и графического фирменного знака	4
	Практическое занятие. Формирование системы корпоративной идентичности	2
	Практическое занятие. Разработка комплекса носителей корпоративного стиля	4
Раздел 2. Рекламное проектирование		36/20
	Содержание учебного материала	

Тема 2.1. Рекламное проектирование	1. Проведение ситуационного анализа и формирование ключевых рекламных решений. Понятие инсайта и key visual.	10
	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.	
	В том числе практических и лабораторных занятий	10
	Практическое занятие. Проведение анализа, формирование ключевого рекламного решения.	2
	Практическое занятие. Создание инсайта, разработка рекламного текста	4
	Практическое занятие. Создание ключевого визуального образа (Key visual). Разработка комплекса рекламной продукции для продвижения нового товара на рынок	4
Тема 2.2. Проектирование печатной рекламы	Содержание учебного материала	6
	1. Проектирование печатной рекламы. Виды печатной рекламы. Технологии печатной рекламы.	
	2. Проектирование BTL-рекламы. Виды POSM.	
	3. Виды рекламы для сопровождения экспозиционной деятельности	
	В том числе практических и лабораторных занятий	6
	Практическое занятие. Разработка комплекса POSM	6
Тема 2.3. Проектирование рекламы в онлайн среде	Содержание учебного материала	4
	1. Основные виды рекламных носителей в онлайн-среде. Типы и структура сайтов.	
	2. Контекстная и таргетированная реклама. Виды интернет-баннеров.	
	В том числе практических и лабораторных занятий	4
	Практическое занятие. Разработка комплекса рекламной продукции для продвижения в онлайн среде	4
Раздел 3. Проектирование рекламного комплекса		14/10
Тема 3.1. Проектирование наружной рекламы	Содержание учебного материала	8
	Виды наружной рекламы, конструктивные особенности, технологии создания.	
	В том числе практических и лабораторных занятий	6
	Практическое занятие. Разработка комплекса и серии креативной наружной рекламы	6

Тема 3.2. Проектирование транзитной рекламы	Содержание учебного материала	2
	Виды транзитной рекламы	
	В том числе практических и лабораторных занятий	4
	Практическое занятие. Разработка комплекса транзитной рекламы	4
Курсовой проект (работа) Тематика курсовых работ: 1. Совершенствование рекламной коммуникации посредством редизайна сайта и адаптации для мобильных устройств. 2. Совершенствование рекламной коммуникации в соцсетях. 3. Совершенствование рекламной коммуникации посредством проведения мероприятий (Event-мероприятия, btl акции, выставки и т.д.). 4. Совершенствование рекламной коммуникации посредством разработки фирменного стиля. 5. Совершенствование рекламной коммуникации посредством рестайлинга фирменного стиля. 6. Совершенствование рекламной коммуникации посредством разработки сайта. 7. Совершенствование рекламной коммуникации посредством продвижения в онлайн среде. 8. Совершенствование рекламной коммуникации посредством создания контента. 9. Совершенствование рекламной коммуникации посредством разработки рекламной продукции. 10. Совершенствование рекламной коммуникации посредством смм продвижения. 11. Разработка фирменного стиля и формирование имиджа компании. 12. Разработка рекламного комплекса для торговой марки. 13. Разработка рекламного комплекса для предприятия. 14. Разработка рекламного комплекса для увеличения лояльности целевой аудитории. 15. Разработка рекламной кампании в соцсетях для узнаваемости и информирования целевой аудитории для предприятия. 16. Разработка рекламной кампании в онлайн среде. 17. Разработка и создание медиа контента и раздаточных материалов. 18. Разработка материалов для совершенствования рекламной коммуникации. 19. Проведение рестайлинга фирменного стиля и создание печатной продукции. 20. Формирование (если на стартапе) рекламной коммуникации посредством создания фирменного стиля для предприятия. 21. Формирование рекламной коммуникации в онлайн среде.		

22. Продвижение посредством таргетированной рекламы. 23. Продвижение посредством контекстной рекламы. 24. Проведение рестайлинга фирменного стиля для повышения узнаваемости имиджа компании. 25. Разработка комплекса печатной рекламы для информирования целевой аудитории. 26. Креативная концепция для создания рекламной кампании. 27. Разработка корпоративного персонажа для использования в рекламной продукции. 28. Разработка корпоративного персонажа для повышения узнаваемости. 29. Разработка сценария и раскадровки рекламной медиапродукции.	
Обязательные аудиторные учебные занятия по курсовому проекту (работе) 1. Согласование и утверждение темы курсовой работы. Работа с литературой, составление плана работы. 2. Определение цели и задач курсовой работы, работа над вводной частью. 3. Работа над теоретической частью. 4. Проведение анализа, определение ключевых рекламных решений. 5. Разработка эскизов графической части курсовой работы. 6. Разработка рекламной продукции. 7. Описание практических разработок и проведение предварительной оценки эффективности. 8. Работа над заключительной частью. 9. Подготовка к защите курсовой работы. 10. Защита курсовой работы.	10
Самостоятельная учебная работа обучающегося над курсовой работой 1. Планирование выполнения курсовой работы. 2. Определение цели и задач работы. 3. Подбор и изучение литературных источников. 4. Проведение предпроектного исследования. 5. Определение ключевых рекламных решений. 6. Разработка рекламной продукции. 7. Предварительная оценка эффективности. 8. Вычитка текста, работа над ошибками. 9. Создание презентации. 10. Подготовка речи для защиты курсовой работы.	20
Самостоятельная работа по МДК	42

Учебная практика Виды работ 1. Проведение ситуационного анализа 2. Поиск инсайта и ключевых рекламных решений 3. Разработка рекламной продукции		9
Производственная практика Виды работ 1. Получение задания, составление брифа, утверждение у заказчика 2. Поиск инсайта и ключевых рекламных решений 3. Разработка рекламной продукции 4. Сдача проекта заказчику		9
МДК.04.02 Разработка и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки		116/60
Раздел 1. Основы компьютерной графики		38/22
Тема 1.1. Основы векторной графики. Программа Adobe Illustrator	Содержание учебного материала	8
	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. Рисунок из геометрических объектов. Создание логотипа	2
	Практическое занятие. Работы с кривыми. Создание патера; Кисти. Создание текстурных векторных кистей	2
	Практическое занятие. Векторный компьютерный рисунок с использованием кривых	2
	Практическое занятие. Создание рекламного плаката	2
	Практическое занятие. Работа с текстом. Разработка дизайна интернет-рассылок.	2
Тема 1.2. Основы растровой графики. Программа Photoshop	Содержание учебного материала	8
	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 коррекции изображения	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	12
	Практическое занятие. Создание композиции с использованием готовых выделенных объектов	2
	Практическое занятие. Создание многослойной монтажной композиции в растровой графике	2
	Практическое занятие. Компьютерная обработка растрового изображения: стилизация фотографии «под вектор»	2
	Практическое занятие. Обработка фотографий в программе растровой графики	2
	Практическое занятие. Размещение объектов с учётом перспективы	2
	Практическое занятие. Создание рекламной листовки в программе Photoshop	2
Тематика самостоятельной учебной работы при изучении раздела 1 Работа с конспектами, учебной и специальной литературой (по параграфам, главам учебных пособий, указанным преподавателем). – Импорт и экспорт изображений, работа с растровыми изображениями. – Специальные эффекты в векторной среде. – Цветовая-тоновая коррекция фотографий. – Художественное редактирование растровых изображений, создание рекламного плаката, в основе которого лежит фотомонтаж.		42
Учебная практика Виды работ 1. Использование типографики в графическом дизайне. 2. Создание информационного плаката. 3. Техника масло, карандаш, акварель в компьютерной графике. 4. Создание рекламных продуктов с цифровой живописью.		9
Производственная практика раздела 1 Виды работ 1. Художественное редактирование растровых изображений, создание рекламного плаката, в основе которого лежит фотомонтаж. 2. Создания шрифтовых композиций. Спецэффекты		9
Раздел 2. Выбор основных изобразительных средств рекламной фотографии.		18/12

Тема 2.1. Использование студийного оборудования, технология фотогравирования.	Содержание учебного материала	3
	Особенности технологии прикладного использования студийного оборудования.	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	4
	Практическое занятие. Схемы установки студийного освещения для решения основных задач рекламной фотосессии.	2
	Практическое занятие. Использование насадок и фильтров на приборы студийного освещения, для создания специфического светового рисунка на рекламируемом объекте.	2
Тема 2.2. Работа над имиджевой фотографией, фотосессия предметов потребления.	Содержание учебного материала	
	Фотографирование визуальных рекламных композиций. Фотосессия предметов потребления. Фотосессия визуальных композиций. Фотосессия имиджевого предмета. Креативная компоновка различных предметов в композицию для рекламного проекта.	3
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	8
	Практическое занятие. 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. Фотосессия имиджевого предмета. Подбор вариантов креативного решения освещения для выявления визуального акцента. Фотографирование визуального проекта имиджевой фотосессии.	4
Тематика самостоятельной учебной работы при изучении раздела 2 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.		
Учебная практика раздела 2 Виды работ 1. Визуальная коммуникация с использованием рекламной фотографии. 2. Определение задач учебной практики. 3. Техника безопасности. 4. Разработка темы и сюжета рекламной фотосессии.		4

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		
Производственная практика раздела 2 Виды работ 1. Разработка и создание дизайна рекламной продукции: – выбор художественной формы реализации рекламной идеи; – создание визуального образа с рекламными функциями; – художественное конструирование рекламных продуктов по заданию.		4
Раздел 3. Использование технологии создания рекламных фотокомпозиций		21/12
Тема 3.1. Разработка и создание дизайна рекламной продукции	Содержание учебного материала	3
	1. Осуществление поиск рекламных идей.	
	2. Художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы в жанрах.	
	В том числе практических и лабораторных занятий	6
	Практическое занятие. Разработка авторского рекламного проекта.	2
	Практическое занятие. Создание визуальных образов с рекламными функциями.	4
Тема 3.2. Производство рекламной продукции	Содержание учебного материала	6
	1. Выбор и использование инструментов, оборудования, материалов и изобразительных средств	
	2. Практическое использование изобразительных средств оптики, фактуры, световых схем для создания имиджа рекламного продукта.	
	В том числе практических и лабораторных занятий	4
	Практическое занятие. Создание модели, макета, сценария визуального решения объекта	2
	Практическое занятие. Исполнение рекламного решения имиджа в визуальном образе.	2
Тематика самостоятельной учебной работы при изучении раздела 3		

1. Комплексное фото сопровождение бренда, продукции, каталогизирование визуальных образов. 2. Создание конечного визуального продукта рекламной фотосессии. 3. Разработка имиджевого решения визуального ряда рекламируемого объекта.	
Учебная практика раздела № 3 Виды работ 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 фотосъёмки. 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 съёмки натуры для рекламной фотосессии. 9. Подготовка фотостудии для рекламной фотосессии (реквизит, аксессуары, набор осветительного оборудования и источников света). 10. Организация и проведение фотосъёмки. Компьютерная обработка фотографий с использованием простых приемов создания и обработки изображения. 11. Защита проекта.	5
Производственная практика раздела 3 Виды работ 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.	5
Раздел 4. Техника и технология рекламного видео	49/16
	Содержание учебного материала

Тема 4.1. Способы формирования идеи. Запись идеи для дальнейшего видео производство.	1. Логлайн. Синописис.	5
	2. Сценарий. Раскадровка.	
	3. Трехактная структура повествования	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	6
	Практическое занятие. Написание своих логанов к реальным фильмам, написание логанов к своему воображаемому рекламному ролику.	2
	Практическое занятие. Написание своего сценария по логлайну к своему рекламному ролику.	2
	Практическое занятие. Создание раскадровки по своему сценарию рекламному ролику.	2
Тема 4.2. Тритмент. Референсы	Содержание учебного материала	4
	1. Тритмент. Структура. Наполнение.	
	2. Референсы.	
	В том числе практических и лабораторных занятий	6
	Практическое занятие. Написать триметр опираясь на свой логин и сценарий.	2
	Практическое занятие. Научится пользоваться ресурсами для поисков референсов	2
	Практическое занятие. Собрать референсы для своего ролика поместить в Тритмент.	2
Тема 4.3. Создание рекламного видеоролика по-своему тритменту.	Содержание учебного материала	6
	1. Основные принципы композиции кадра.	
	2. 10 принципов монтажа.	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	4
	Практическое занятие. Снять рекламный ролик Опираясь на свой тритмент	2
	Практическое занятие. Смонтировать рекламный ролик согласно раскадровки	2
Самостоятельная работа		38
Учебная практика		9
Производственная практика		9
Всего		278

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Для реализации программы профессионального модуля должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

Кабинет «дизайна и макетирования рекламной продукции», оснащенный в соответствии с п. 6.1.2.1 примерной образовательной программы по специальности.

Лаборатории «цифровых коммуникационных технологий», «компьютерной графики», «видеостудия», «фотостудия» в соответствии с п. 6.1.2.3 примерной образовательной программы по специальности.

Оснащенные базы практики в соответствии с п. 6.1.2.4 примерной образовательной программы по специальности.

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

Основные источники

1. Пигулевский, В. О. Дизайн визуальных коммуникаций : учебное пособие / В. О. Пигулевский, А. С. Стефаненко. — 2-е изд. — Саратов : Вузовское образование, 2021. — 441 с. — ISBN 978-5-4487-0765-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/102235.html>

2. Хоффман, Г. Создавая эмоции: уроки креативности и дизайна впечатлений от экс-директора по маркетингу Nike / Г. Хоффман. — Москва : Альпина Паблишер, 2025. — 336 с. — ISBN 978-5-9614-7606-4. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/148411.html>

3. Фролов, В. В. История отечественной рекламы XX–XXI веков : учебное пособие для СПО / В. В. Фролов. — 2-е изд. — Саратов : Профобразование, 2024. — 107 с. — ISBN 978-5-4488-1911-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/138128.html>

4. Мокшин, С. И. Язык рекламы: стилистика и коммуникация : учебное пособие / С. И. Мокшин. — Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2024. — 122 с. — ISBN 978-5-7782-5203-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/155604.html>

5. Курушин, В. Д. Графический дизайн и реклама / В. Д. Курушин. — 3-е изд. — Саратов : Профобразование, 2024. — 271 с. — ISBN 978-5-4488-0094-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/145906.html>

6. Пигулевский, В. О. Культура и визуальные коммуникации : учебное пособие / В. О. Пигулевский. — Саратов : Вузовское образование, 2022. — 61 с. — ISBN 978-5-4487-0832-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/120829.html>

7. Бёрджер, Дж. Фотография и ее предназначения / Дж. Бёрджер ; перевод А. Асланян. — 3-е изд. — Москва : Ад Маргинем Пресс, 2024. — 216 с. — ISBN 978-5-91103-731-4. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/137658.html>

8. Плотникова, М. Г. Разработка и технология производства рекламного продукта. Видеореклама : практикум / М. Г. Плотникова. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2024. — 88 с. — ISBN 978-5-4497-3756-4. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/143968.html>

Дополнительные источники

Интернет-ресурсы:

1. Рекламный совет России: www.a-z.ru/assoc/osr/
2. Ассоциация коммуникационных агентств России: <http://www.akarussia.ru/>
3. Сайт о рекламном рынке adindex.ru;
4. Сайт Федеральной антимонопольной службы www.fas.gov.ru;
5. Сайт: www.advertology.ru/
6. Fototips.ru — советы по оборудованию, съёмке, обработке.
7. [Просты фокусы](http://Просты.фокусы) — ежедневные статьи по самым разнообразным темам для фотографов.
8. Photo-Monster — советы по фотосъёмке от профессионалов.
9. Раздел «Культпросвет» на сайте Photograher.ru — статьи по теории и практике, а также вдохновляющие интервью.
10. Раздел уроков по категориям на сайте Russian.Photo.
11. Вдохновляющие советы на сайте Photomotion.ru.
12. Уроки от Prophotos.
13. Советы от [Digital Camera World](http://Digital.Camera.World).
14. [MorgueFile Classroom](http://MorgueFile.Classroom) — 10 уроков по фотографии от фриланс-фотографа Джоди Костона (Jodie Coston).
15. [Библиотека книг по фотографии](http://Библиотека.книг.по.фотографии).

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код ПК и ОК, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
ОК 01	- выбор и применение способов решения профессиональных задач; - оценка эффективности и качества выполнения задач; - знание более одного способа решения профессиональной задачи; - аргументация выбора конкретного способа.	Штудирование Тестирование Выполнение практических заданий Выполнение заданий на дифференцированном зачете, экзамене по модулю
ОК 02	- соответствие найденной информации заданной теме (задаче); - владение разными способами представления информации; - результативность и оперативность поиска информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития;	

	- объективный анализ найденной информации; - использование широкого спектра современных источников информации, в том числе Интернета при решении профессиональных задач, профессионального и личностного развития	
ОК 03	- демонстрация интереса к инновациям в области профессиональной деятельности; - выстраивание траектории профессионального развития и самообразования; - осознанное планирование повышения квалификации	
ОК 04	- демонстрация результатов деятельности в условиях коллективной и командной работы в соответствии с заданной задачей; - объективность оценки собственного вклада в достижение командного результата; - успешность применения коммуникационных способностей на практике; - соблюдение принципов профессиональной этики; - владение способами бесконфликтного общения и саморегуляции в коллективе	
ОК 05	- использование вербальных и невербальных способов коммуникации на государственном языке с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста; - соблюдать нормы самостоятельности выбора стиля монологического высказывания в зависимости от его цели и целевой аудитории и с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста.	
ОК 06	- грамотно излагать свои мысли; - оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке; - проявлять толерантность в рабочем коллективе.	
ОК 09	- эффективность поиска необходимой информации в российских и зарубежных	

	источниках: нормативно-правовой документации, стандартах; - объективность анализа и эффективность применения в профессиональной деятельности информации, содержащейся в документации профессиональной области.	
ПК 4.1	- использование дизайнерских эскизов при создании основных печатных документов, определяющих фирменный стиль	
ПК 4.2	- художественно редактировать растровые изображения, создавать рекламный плакат, в основе которого лежит фотомонтаж; - креативность, выразительность рекламной идеи, знание технологий изготовления рекламных носителей и широкоформатной печати, грамотное и качественное выполнение дизайн-проекта; - оригинальность рекламной идеи; - использование программ компьютерной графики.	
ПК 4.3	- обоснованность выбора проектных технологий и инструментов; - уровень выполнения рекламных проектов на основе критериев: - актуальность; - степень достижения - поставленной цели; - креативность; - образительная ценность; - обоснованность выводов и предложений; - характер (авторский или компилятивный); - использование смежных технологий и материалов; - эффективность.	