Министерство образования Свердловской области

ГАПОУ СО

«Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

Утверждаю:
Зам. директора по УР
_____М.Г. Дмитриева
«__» _____2026г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.01 РАЗРАБОТКА И СОЗДАНИЕ ДИЗАЙНА РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ

УЧ 02-10.1-26

по специальности **42.02.01 Реклама**

Нижний Тагил
2026

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности (специальностям) среднего профессионального образования (далее СПО) 42.02.01 Реклама

Организация-разработчик: ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж».

Разработчики:

Краева Е. П., преподаватель ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж».

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

	СОДЕРЖАНИЕ	стр.
1.	ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2.	РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	5
3.	СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	6
4.	УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	14
5.	КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	16

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

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

Пм.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции

1.1. Область применения программы

Программа профессионального модуля, в том числе с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 «Реклама» в части освоения основного вида профессиональной деятельности: Разработка и создание дизайна рекламной продукции и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

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. Цели и задачи модуля – требования к результатам освоения модуля

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения профессионального модуля должен:

иметь практический опыт:

выбора художественной формы реализации рекламной идеи;

создания визуального образа с рекламными функциями;

художественного конструирования рекламных продуктов по заданию; **уметь:**

осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги;

разрабатывать композиционное решение рекламного продукта;

использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы; составлять рекламные тексты;

знать:

выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы;

приемы и принципы составления рекламного текста;

композицию, шрифтовую и художественную графику в рекламе;

методы проектирования рекламного продукта;

методы психологического воздействия на потребителя;

языковые

1.3. Количество часов на освоение программы профессионального модуля:

всего – 230 часа,

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 152часов,;

самостоятельной работы обучающегося – 78 часов;

учебной практики – 72 часа

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ РАЗРАБОТКА И СОЗДАНИЕ ДИЗАЙНА РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности «Разработка и создание дизайна рекламной продукции», в том числе профессиональными компетенций (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.
РК 2.1.	*Создавать рекламный текст, используя интралингвистические средства.*
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 постоянного изменения правовой базы.
ОК 10.	Исполнять воинскую обязанность, в том числе с применением полученных профессиональных знаний (для юношей).
ОК 11.	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.
ОК 12.	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой. Базовыми умениями общения на иностранном языке.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ РАЗРАБОТКА И СОЗДАНИЕ ДИЗАЙНА РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ

3.1. Тематический план профессионального модуля производство рекламной продукции

Коды профессиональных компетенций	Наименование разделов профессионального модуля	Всего часов (максимальная учебная нагрузка и практики)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
			Обязательная аудиторная нагрузка обучающихся			Самостоятельная работа обучающихся		Учебная, часов	Производственная (по профелю специальности),часов если предусмотрена рассредоточенная практика
			Всего часов	В т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	В т.ч. курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	В т.ч. курсовая работа (проект), часов		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.4	МДК. 01.01 Художественное проектирование рекламного продукта	136	90	36	-	46		72	72
ПК 1.3, ПК 1.5	МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта	94	62	44	-	32			
	УП	72	72						
	ПП	72	72						
	Всего:	230	152	80		78		72	72

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

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

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) *(если предусмотрены)*	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
ПМ 1 Разработка и создание дизайна рекламной продукции.		**230**	
Раздел 1. МДК 01.01. Художественное проектирование рекламного продукта		**136**	
Тема 1. Рекламный продукт	**Содержание**	**4**	
	Представление о важнейшем компоненте рекламной деятельности - создании рекламного продукта. Виды рекламного продукта. Разработка творческой концепции рекламного продукта, содержания рекламных сообщений, включая их текстовую и иллюстративную составляющие. Художественное воплощение рекламного продукта (дизайн, режиссура производства и т.д.).		2
	Самостоятельная работа	4	
	Составить таблицу «Виды рекламного продукта»		
Тема 2. Теория рекламы	**Содержание**	**2**	
	Теория имиджа Д.Огилви. Теория уникального торгового предложения (УТП). Теория "неопровержимых фактов". Теория позиционирования Дж.Траута и Э.Раиса, Л.Ческина. Эстетика в рекламном деле и теория "вампиризма" Р.Ривза.		2
Тема 3. Методы активации поиска идей	**Содержание**	**4**	
	Мозговая атака. Синектический штурм. Метод фокальных объектов. Метод морфологического анализа. Метод организованных стратегий. Мозговой штурм.		2
	Практическое занятие	**2**	
	Мозговой штурм креативной группы		
Тема 4. Методы проектирования рекламного продукта	**Содержание**	**4**	
	Понятие рекламной концепции и рекламной идеи. Этапы проектирования рекламного продукта. Определение проблемы; проведение исследований; определение потребителя; поиск приемов, методов; разработка дизайн-концепции; разработка композиционно-пластических решений и выбор оптимального варианта проектного решения; подача проекта; обоснование идеи проектного решения. Схема К. Веркмана как метод проектирования.		2
	Самостоятельная работа	4	
	Составить характеристику одного логотипа по схеме К. Веркмана.		
Тема 5.	**Содержание**	**6**	

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

Психология восприятия рекламного продукта	Физиологические возможности восприятия рекламного продукта. Различия индивидуального и массового восприятия. Имидж и стереотипы в рекламе. Мотивационные характеристики аудитории. Учет индивидуальных особенностей потребителей рекламной информации. Пирамида Маслоу. Проблема адекватности формы и содержания особенностям индивидуального восприятия. Традиционное поведение, ориентированное на удовлетворение потребностей, сформированных культурой. Знак, символ, миф в рекламе. Теория Ж.. Бодрийяра о взаимоотношении человека и "вещи". Понятие "Мильтон-модели".		2
	Практическое занятие	**2**	
	Восприятие рекламного продукта.		
Тема 6. Рекламный текст. Структура вербальной части рекламы	**Содержание**	**4**	
	Терминология рекламных текстов: заголовки, слоганы, подзаголовки, основной текст, врезы, вставки и рамки, девизы, автографы. Основные компоненты рекламного текста: слоган, заголовок, основной рекламный текст, эхо-фраза.		3
	Самостоятельная работа	6	
	Выполнить анализ структуры вербальной части рекламного модуля в журнале.		
Тема 7. Приемы и принципы составления рекламного текста	**Содержание**	**8**	
	Принципы создания рекламного текста для различных видов рекламы: - Язык печатной рекламы. Особенности коммуникации в газетной и журнальной рекламе. Рекламная листовка и рекламный буклет. - Язык бизнес-рекламы и потребительской рекламы. - Язык наружной и транзитной рекламы. - Язык телевизионной рекламы. - Язык радиорекламы. - Язык прямой почтовой рекламы. Приемы повышения читаемости рекламного текста.		3
	Практическое занятие	**2**	
	Разработка основного рекламного текста		
	Самостоятельная работа	10	
	Разработать рекламный текст листовки.		
Тема 8. Нейминг – создание имени бренда	**Содержание**	**6**	
	Способы создания имени. Критерии идеального имени.		2
	Практическое занятие	**4**	
	Разработка наименования рекламного агентства.		
	Самостоятельная работа	12	
	Разработать варианты названия рекламного агентства изученными способами.		
Тема 9. Композиция в рекламе	**Содержание**	**4**	
	Понятие композиции. Виды композиции (плоская, объемно-фронтальная, объемно-пространственная, глубинно-пространственная). Принципы композиционной организации.		3

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

	Приемы и средства композиционной организации. Цвет в композиции.		
	Практические занятия 1. Создание открытой и закрытой композиции; 2. Создание динамичной и статичной композиции; 3. Создание симметричной и асимметричной композиции; 4. Создание композиций на основе тождества, контраста, нюанса; 5. Создание композиций на основе ритма и метра; 6. Деление плоскости на части с целью достижения равновесия; 7. Пропорциональное увеличение модуля; 8. Организация центра композиции; 9. Виды цветовых гармоний в композиции.	**8**	
	Самостоятельная работа Подобрать примеры рекламных модулей, соответствующих выполненным упражнениям (средствам композиционной организации).	10	
Тема 10. Шрифт в рекламе	**Содержание**	**6**	
	Роль и значение шрифта в рекламе. Выразительные возможности шрифтового изображения. Гармоничное единство изобразительного и текстового содержания. Приёмы создания ассоциативного образа в шрифтовой композиции. Каллиграмма. Шрифтовые гарнитуры.		3
	Практические занятия 1. Преобразование шрифтового знака /буквы/ в графический образ. 2. Шрифтовая графическая композиция, образно выражающая смысл текстового содержания фразы.	**8**	
	Самостоятельная работа Разработать композиционное решение рекламного сообщения.	14	
Тема 11. Художественная графика в рекламе	**Содержание**	**6**	
	Рекламный образ. Приемы его создания. Художественная графика. Рисунок. Чертеж. Оформительская графика. Деловая графика Фотография. Компьютерная графика.		3
	Практические занятия Создание графического рекламного образа: - «от руки» любым графическим материалом (карандаш, тушь, гуашь, акварель); - с помощью графической программы CorelDraw	**10**	
	Самостоятельная работа Подготовить эскизы рекламного образа.	18	

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

МДК 01.02. Разработка творческой концепции рекламного продукта		**94**	
Тема 1. Выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы на примере разработки дизайна рекламного плаката (афиши)	**Содержание**	**10**	
	Анализ ситуации. Плакат как вид печатной рекламной продукции. Классификация плакатов. Специфические приемы и язык изобразительного рекламного плаката. Лаконичная выразительность формы и содержания. **Анализ объекта.** Определение потребителя (на кого нацелена информация) – возраст, характер, модель поведения. Сбор и изучение аналогов.		2
	Практические занятия (разработка и защита проекта «Рекламный плакат»)	**26**	
	- Дизайн-концепция. Определение основной образной идеи – концепции, его смысловое содержание как идейно- тематическую основу проектного замысла (образ, текстовое содержание). **- Разработка композиционно-пластических решений.** Эскизный поиск. Композиционные схемы. Выбор оптимальных выразительных и художественно-изобразительных средств для исполнения рекламного плаката. Шрифтовые плакаты. Графическое решение плаката при помощи программы CorelDraw. Создание элементов оптической иллюзии, применение их в рекламной продукции. **- Обоснование проекта.** Обоснование идеи и средств проектного решения, выводы по проделанной работе. Презентация проекта. **- Защита проекта** Краткое изложение этапов проектирования; обоснование выбора художественного образа, визуальной концепции; описание вариантов и обоснование выбора одного из них; обоснование проекта.		
Самостоятельная работа		12	
1. Проанализировать виды плакатов. Приложить аналоги. 2. Проанализировать аналоги плакатов. 5. Подготовить презентацию. 6. Оформить пояснительную записку к проекту.			
7. Подготовить защиту проекта. 8. Вложить макет плаката в портфолио.			
Тема 2.	**Содержание**	**8**	

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

Выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы на примере разработки дизайна открыток и упаковки	**Анализ ситуации.** Открытка. Виды открыток. История открытки. Технологии изготовления открыток (способы печати, полиграфические материалы). Упаковка как вид рекламной продукции. Роль упаковки в повышении рейтинга товарной продукции. Виды и качественные различия упаковок. Специалисты по конструированию упаковки, их функции. Дизайн упаковки. Особенности цветового восприятия. **Анализ объекта.** Определение потребителя (кому адресована открытка, на кого нацелена упаковка) – возраст, характер, модель поведения. Сбор и изучение аналогов.		3
	Практические занятия (разработка концепции проекта «Открытка и упаковка»)	**18**	
	- Дизайн-концепция. Определение основной образной идеи – концепции, его смысловое содержание как идейно-тематическую основу проектного замысла (образ, текстовое содержание). **- Разработка композиционно-пластических решений.** Эскизный поиск. Композиционные схемы. Выбор оптимальных выразительных и художественно-изобразительных средств для исполнения открыток, упаковки.		
Самостоятельная работа 1. Изложить в письменном виде свое понимание открытки и проанализировать историю и виды открыток, современную графику. Приложить аналоги. 2. Проанализировать виды упаковок. Приложить аналоги. 3. Разработать текст открытки, упаковки. 4. Подготовить эскизы образов для открытки, для упаковки.		20	
Учебная практика (Разработка и защита проекта «Стилизованный календарь») **Виды работ** Разработка дизайн-проекта стилизованного календаря. 1. Выполнить анализ выбранной темы календаря: 1.1 Виды спорта; 1.2 Города России; 1.3 Столицы мира; 1.4 Исторические персонажи; 1.5 Мифологические герои; 1.6 Виды автомобилей; 1.7 Музыкальные произведения; 1.8 Музыкальные направления;		**72**	3

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

1.9 Правила дорожного движения. 2. Определить потребителя. Найти аналоги элементов фирменного стиля. Выполнить их анализ по эстетическим и художественно-стилистическим признакам. 3. Определить основную образную идею проекта – дизайн-концепцию, сформулировать ее смысловое содержание как идейно- тематическую основу проектного замысла (образ, текстовое содержание). 4. Подготовить эскизы композиции, определить тип стилизации, шрифтовое решение. Композиционные схемы. Выбрать оптимальные выразительные и художественно-изобразительные средства для исполнения композиции. 5. Выполнить графическое решение проекта с помощью графического редактора CorelDraw. 6. Подготовить презентацию проекта. Изложить на слайдах обоснование идеи и средства проектного решения, выводы по проделанной работе. 7. Оформить 5 листов – формата А4, на странице расположить стилизованную композицию, три календарных месяца (4 листа), Обложка календаря – 5 лист. 8. Выполнить графическое решение всех композиций в едином стиле (5 штук) при помощи графического редактора CorelDraw. 9. Подготовить презентацию проекта. 11. Подготовить защиту проекта: краткое изложение этапов проектирования; обоснование выбора художественного образа, визуальной концепции; описание вариантов и обоснование выбора одного из них; обоснование проекта.		
Защита проекта		
Производственная практика 1. Разработка дизайн – проектов 2. Разработка полиграфической продукции 3. Производство печати полиграфической продукции **4.** Выполнение продукции в материале	**72**	
Всего:	**230+72+72**	

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы модуля предполагает наличие учебного кабинета - проектирования рекламного продукта.

Оборудование учебного кабинетов и рабочих мест кабинета:

- посадочные места по количеству обучающихся
- рабочее место преподавателя
- учебно-методический комплекс
- наглядные пособия

Технические средства обучения:

- компьютеры
- проектор
- сеть Интернет/Интранет
- программное обеспечение общего и профессионального назначения, графические программы CorelDraw.

4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Овчинникова, Р.Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования: учебное пособие/ Р.Ю. Овчинникова. - М.: ЮНИТИ, 2017.- 271 с.
2. Дмитриева, Л.М. Разработка и технологии производства рекламного продукта: учебник /ред. Л.М. Дмитриева.- М.: Экономистъ, 2018.- 639 с.
3. Бернадская, Ю.С. Текст в рекламе: учебное пособие.- М.: Юнити-Дана, 2019.- 288 с.
4. Васильев, Г.А. Основы рекламы: Учеб. пособие/ Г.А.Васильев, В.А.Поляков.- М.: ИНФРА-М,2020.- 407с.
5. Бузин В.Н. Медиапланирование. Теория и практика [Текст] : учебное пособие для студентов вузов / В. Н. Бузин, Т. С. Бузина. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 495 с.
6. Шарков, Ф.И. Рекламная деятельность. : учебник / Шарков Ф.И. — Москва : КноРус, 2018. — 287 с.
7. Костина, А.В. Основы рекламы. : учебное пособие / Костина А.В., Макаревич Э.Ф., Карпухин О.И. — Москва : КноРус, 2019. — 401 с.

Дополнительные источники:

1. Устин, В.Б. Композиция в дизайне. Методические основы композиционно-художественного формообразования в дизайнерском творчестве: Учебное пособие.- АСТ, Харвест, Астрель, 2018.- 239 с.
2. Шарков, Ф.И. Разработка и технологии производства рекламного продукта: учебник/Ф.И. Шарков. - М.: Дашков и К, 2019.- 408 с.
3. Мудров, А.Н. Основы рекламы: учебник / А. Н. Мудров. - 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Магистр, 2018. - 397с.
4. Антипов, К. Основы рекламы: учебник/ К. Антипов - М.: Дашков и К, 2020.- 325 с. Мудров, А.Н. Основы рекламы: учебник/А.Н.Мудров.- М.: Магистр, 2020.- 397 с.
5. Панкратов, Ф.Г. Рекламная деятельность: Учебник / Ф.Г.Панкратов, Ю.К.Баженов, В.Г. Шахурин.- 7-е изд., перераб. и доп. – М.: «Дашков и К», 2017.- 526с.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

6. Герасимов, Б.И. Виды и средства распространения рекламы [Текст] : учебное пособие / Б. И. Герасимов, Н. В. Молоткова, М. А. Блюм ; рец.: М. И. Долженкова, Ф. В. Пеньков. - М. : Форум, 2020. - 128 с.
7. Марочкина, С. С. Введение в специальность. Реклама [Текст] : учеб. пособие для студентов вузов / С. С. Марочкина, Л. М. Дмитриева, Е. В. Азарова; под ред. Л. М. Дмитриевой. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2019. - 239 с.

Интернет-ресурсы:
http://bigadvenc.ru/articles/p2_articleid/95 - Большая энциклопедия Рекламы
http://www.metaphor.ru/er/misc/prosto_reklama_06.xml - Простой учебник хорошей рекламы.
http://propel.ru/pub/304.php - Создание рекламного текста.
http://vakvrek.narod.ru/tekst.html - Основные принципы составления рекламного текста.
http://www.nankk.ru/history/history08.html - Художественно-изобразительные средства.
http://www.koob.ru/lebedev_lubimov_a/psihologiya_reklami_lebedev – Психология рекламы – Лебедев-Любимов А.Н.
http://www.marketing.spb.ru/lib-comm/advert/idea_search.htm - Энциклопедия маркетинга
http://www.twirpx.com/file/15689 - Русский язык и культура речи
http://www.mastertext.spb.ru/ - Рекламный текст
www.ir-magazine.ru Официальный сайт журнала Индустрия рекламы
www.prosmi.ru/magazin/practic Официальный сайт журнала Практика рекламы
www.advi.ru Официальный сайт журнала Рекламные идеи.

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Для формирования профессиональных компетенций применяются методы обучения:
- метод проектов;
- метод портфолио;
- *игровое моделирование*
- *индивидуальная работа с обучающимися.*

Виды консультаций: индивидуальные по расписанию.
Учебно-методические материалы размещены на web-странице преподавателя:
http://www.tgc.ru/edu/tutor/?kos/index.htm
Учебная практика проводится на базе учебного заведения, производственная – в рекламных агентствах города.
Дисциплины, изучение которых должно предшествовать освоению данного модуля:
- ЕН. 03. Информатика;
- ОП. 01. Рисунок с основами перспективы;
- ОП. 02. Живопись с основами цветоведения;
- ОП. 03. История изобразительного искусства;
- МДК 05.02.02. Основы информационных технологий в профессиональной деятельности.

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

– Требования к квалификации педагогических (инженерно-педагогических) кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу (курсам): наличие высшего профессионального образования, соответствующего профилю преподаваемого модуля.
– Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой наличие высшего профессионального образования, соответствующего профилю преподаваемого модуля с обязательной стажировкой в профильных организациях не реже 1 – го раза в 3 года.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

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**
ПК 1.1. Осуществляет поиск рекламных идей	– имеет представление о важнейшем компоненте рекламной деятельности - создании рекламного продукта – знает виды рекламного продукта – знает психологию восприятия рекламного продукта – понимает сущность рекламной концепции и рекламной идеи – использует методы активации поиска идей	интерпретация результатов наблюдений за обучающимися (при выполнении дизайн-проектов)
ПК 1.2. Осуществляет художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы	– имеет представление о видах художественной графики – знает приемы и средства композиционной организации – знает приемы и способы создания рекламного образа – знает изобразительные средства рекламы – выполняет эскизы «от руки» и с помощью компьютерных графических программ CorelDraw, Photoshop – использует выразительные возможности шрифтового изображения – использует различные художественные средства при разработке рекламного продукта	Экспертная оценка выполнения эскизов

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

ПК 1.3. Разрабатывает авторские рекламные проекты	– знает основные этапы выполнения рекламного проекта – проводит предпроектное исследование – разрабатывает дизайн-концепцию – разрабатывает композиционно-пластические решения – обосновывает идею проекта	Экспертная оценка выполнения авторских рекламных проектов, портфолио
ПК 1.4. Составляет и оформляет тексты рекламных объявлений	– имеет представление о профессиональном языке – знает структуру рекламного текста – знает принципы создания рекламного текста	Экспертная оценка составления и оформления рекламных текстов при
	– составляет и оформляет тексты рекламных объявлений	разработке дизайн-проектов
ПК 1.4. Создает визуальные образы с рекламными функциями.	– знает приемы и способы создания рекламного образа – использует различные способы при создании визуальных рекламных образов	Экспертная оценка создания визуальных образов при разработке дизайн-проектов

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общих компетенций и обеспечивающих их умений.

Результаты (освоенные общие компетенции)	**Основные показатели оценки результата**	**Формы и методы контроля и оценки**
ОК1. Понимает сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявляет к ней устойчивый интерес.	– демонстрация понимания сущности и социальной значимости своей будущей профессии – качественное выполнение профессиональной деятельности при разработке и создании дизайна рекламной продукции – применение знаний на практике	1. накопительное оценивание 2. анкетирование 3. интерпретация результатов наблюдений за обучающимися (участие в творческих конкурсах, олимпиадах, конференциях и форумах, курсовые работы)

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

		4. портф олио
ОК2. Организует собственную деятельность, выбирает типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивает их эффективность и качество.	– способность планировать собственную деятельность – способность выбирать методы и способы выполнения проекта – умение оценивать эффективность и качество выполнения разрабатываемого проекта.	экспертная оценка по определению этапов проектирования
ОК3. Принимает решения в стандартных и нестандартных ситуациях и несет за них ответственность	– понимание методов принятия решений в стандартных и нестандартных ситуациях, меры своей ответственности – определяет проблему в профессионально ориентированных ситуациях – предлагает способы и варианты решения проблемы, оценивает ожидаемый результат – планирует поведение в профессионально ориентированных проблемных ситуациях, вносить коррективы, контролировать ситуацию – применение навыков принятия решений в соответствии с ситуацией, ответственность за принятое решение	экспертная оценка стандартности и нестандартности принятия решений при разработке рекламного продукта
ОК4. Осуществляет поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	– способность извлекать и анализировать информацию из различных источников – понимание способов поиска и анализа информации – применение найденной информации для выполнения профессиональных ситуаций и задач	экспертная оценка по формированию профессионального навыка и личностного развития в исследовательской работе над проек том

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

ОК5. Использует информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	– элементарные компьютерные навыки – работа с информационными справочно-правовыми системами – работа с графическими редакторами CorelDraw, Photoshop – работа с электронной почтой и ресурсами локальных и глобальных информационных сетей	экспертная оценка формирования навыков работы с информационно-коммуникационным и технологиями при разработке дизайн-проекта
ОК6. Работает в коллективе и в команде, эффективно общается с коллегами, руководством, потребителями	– взаимодействие со студентами, преподавателями в ходе обучения – понимание общих целей – умение формулировать вопросы по разработке и созданию рекламной продукции – способность координировать свои действия с другими участниками общения – способность контролировать свое поведение, свои эмоции, настроение	интерпретация результатов наблюдений за обучающимися (участие в творческих конкурсах, олимпиадах, участие в конференциях и студенческих объединениях)
ОК7. Берет на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий	– способность добровольно брать на себя ответственность за общекомандный результат – самоанализ и коррекция результатов собственной работы – осознанно ставит цели овладения различными видами работ и определяет соответствующий результат деятельности	интерпретация результатов наблюдений за обучающимися (участие в деловых играх, дискуссиях, диспутах, работе в группах)
ОК8. Самостоятельно определяет задачи профессионального и личностного развития, занимается самообразованием, осознанно планирует повышение квалификации.	– организует самостоятельные занятия при разработке дизайн-проекта	экспертная оценка пояснительной записки, как вида самостоятельной работы над проектом
ОК9. Ориентируется в условиях постоянного изменения правовой базы	– способность отслеживать изменения правовой базы в СМИ – умение увидеть изменения в правовой базе, используя СПС	экспертная оценка формирования навыков работы с правовой базой
ОК10. Исполняет воинскую обязанность, в том числе с применением полученных профессиональных знаний (для юношей).	– демонстрация готовности к исполнению воинской обязанности	интерпретация результатов наблюдений за обучающимися (участие в деловых играх, дискуссиях, диспутах)

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

ОК11. Владеет основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.	– использование особенностей предпринимательства в рекламной деятельности	экспертная оценка формирования навыков предпринимательства в рекламной деятельности
ОК12. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой. Базовыми умениями общения: на иностранном языке.	– применение экологической, информационной и коммуникативной культуры в рекламной деятельности – способность общения на иностранном языке	интерпретация результатов наблюдений за обучающимися (участие в деловых играх, конференциях)

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
1 подпись
Сведения о подписях — на листе подписей. Проверка подлинности — по QR-коду.
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

Лист подписей

ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»
SHA-256 исходного документа: 21c64ea7645c3e0b871b52c96c470f290a070b549fac0c0273ba14131e34e0c2
Документ: 19 страниц
Проверка подписей: https://sig.nttek.ru/v/mO16p9fvC0zftPlJsLH0PJ08Yo1GfwLyStOslJxPZ40j3UFX
Печатная форма сформирована: 28.10.2026 14:31

№	Роль в подписи	Подписант	Сертификат	Дата и время подписания	Результат проверки
1	Утверждаю	Дмитриева Марина Георгиевна Заместитель директора по учебной работе	№ 7E9C18960643A37EF2C929CD1E513CCD, действителен с 08.10.2026 по 08.10.2027	28.10.2026 14:29:29	**подпись действительна** роль и должность подтверждены подписью

Печатная форма не подписывается и служит для удобства чтения. Юридическую силу имеют исходный PDF-документ и файлы электронных подписей (.sig). Подпись — усиленная неквалифицированная электронная подпись (ч. 3 ст. 5 Федерального закона № 63-ФЗ), выданная удостоверяющим центром колледжа.
Время указано по часовому поясу колледжа (Asia/Yekaterinburg, UTC+5).