**Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация**

**«КАЛИНИНГРАДСКИЙ КОЛЛЕДЖ УПРАВЛЕНИЯ»**

|  |  |
| --- | --- |
|  | Утверждено  Учебно–методическим советом Колледжа  протокол заседания  № 35 от 11.11. 2021 г. |
| **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**  **РАЗРАБОТКА И СОЗДАНИЕ ДИЗАЙНА РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ**  **(ПМ.01)**   |  |  | | --- | --- | | По специальности | **42.02.01 Реклама** | | Квалификация | **Специалист по рекламе** | | Форма обучения | **очная** | |  |  | | Рабочий учебный план по специальности утвержден директором 01.10.2021 г. |  | | |

Калининград

**Лист согласования рабочей программы профессионального модуля**

Рабочая программа модуля ПМ.01 «Разработка и создание дизайна рекламной продукции» разработана в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.05.2014 г. № 510.

Составитель Шосталь О.В.

Рецензенты:

Представители работодателя:

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании Учебно- методического совета колледжа, протокол № 35 от 11.11.2021 г.

Регистрационный номер \_\_\_\_\_

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Содержание** | Стр. |
| 1. | Паспорт программы профессионального модуля | 4 |
| 2. | Результаты освоения профессионального модуля | 6 |
| 3. | Структура и содержание профессионального модуля | 7 |
| 4. | Условия реализации программы профессионального модуля | 23 |
| 5. | Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля | 26 |
| 6. | Приложение 1. Оценочные средства | 29 |

**1 ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.01 «РАЗРАБОТКА И СОЗДАНИЕ ДИЗАЙНА РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ»**

**1.1 Область применения программы**

Программа профессионального модуля является частью основной профессиональной образовательной программы по специальности СПО в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама (базовой подготовки) в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): разработка и создание дизайна рекламной продукции и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

* + 1. Перечень профессиональных компетенций

|  |  |
| --- | --- |
| **Код** | **Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций** |
| 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. В результате освоения профессионального модуля студент 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 графики в рекламе;  методы проектирования рекламного продукта;  методы психологического воздействия на потребителя. |

**1.2. Рекомендуемое количество часов на освоение программы профессионального модуля:**

Объем образовательной нагрузки – 320 часов, в том числе:

всего учебных занятий – 210 часов,

лекции – 80 часов,

практические занятия – 130 часов,

промежуточная аттестация – 4 часа,

консультации – 20 часов,

курсовые работы – 10 часов,

самостоятельная учебная работа – 76 часов.

Учебная практика – 72 часа.

Производственная практики – 144 часов.

**МДК.01.01 Художественное проектирование рекламного продукта**

объем образовательной нагрузки - 160 часов;

всего учебных занятий - 102 часа;

лекции – 40 часов;

практические занятия – 62 часа,

промежуточная аттестация – 2 часа (зачет с оценкой)

консультация – 10 часов,

самостоятельная учебная работа – 46 часов.

**МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта**

объем образовательной нагрузки - 160 часов;

всего учебных занятий - 108 часа;

лекции – 40 часов;

практические занятия – 68 часа,

промежуточная аттестация – 2 часа (зачет с оценкой)

консультация – 10 часов,

курсовая работа – 10 часов,

самостоятельная учебная работа – 30 часов.

**УП.01.01 Учебная практика – 72 часа**

**ПП.01.01 Производственная практика (практика по профилю специальности) – 144 часа**

**2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.01 «РАЗРАБОТКА И СОЗДАНИЕ ДИЗАЙНА РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ»**

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

ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.

ПК 1.2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.

ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.

ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.

ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях.

ОК 4. Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения заданий.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 9. Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности.

ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.

ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.

**3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.01 «РАЗРАБОТКА И СОЗДАНИЕ ДИЗАЙНА РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ»**

**3.1. Тематический план профессионального модуля**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Коды профессиональных компетенций | Наименования разделов профессионального модуля[\*](" \l "_ftn2" \o ") | Всего часов  *(макс. учебная нагрузка и практики)* | Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов) | | | | | | Практика | |
| Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося | | | Самостоятельная работа обучающегося | | | Учебная,  часов | Производственная (по профилю специальности),  часов |
| Всего,  часов | в т.ч. 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 1.2, 1.5 | Раздел 1. МДК.01.01. «Художественное проектирование рекламного продукта» | 160 | 102 | 62 |  | 46 | | - | - | - |
| ПК 1.1, 1.3, 1.4 | Раздел 2. МДК.01.02. «Разработка творческой концепции рекламного продукта» | 160 | 108 | 68 | 10 | 30 | | - | - |
| ПК 1.1 – 1.5 | Учебная практика | 72 | 72 |  |  |  | |  | 72 | - |
| ПК 1.1 – 1.5 | Производственная практика (по профилю специальности), часов | 144 | 144 |  |  |  | |  |  | 144 |
|  | Всего: | 320 | 210 | 130 | 10 | 76 | - | | 72 | 144 |

**3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ.01)**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем** | **Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся** | **Объем часов** | **Уровень освоения** |
| **МДК. 01.01 Художественное проектирование рекламного продукта** | | **102** |  |
| **Раздел 1. Дизайн рекламы как вид художественного проектирования** | |  |  |
| **Тема 1.1**  **Творческий процесс разработки рекламного продукта** | **Содержание** |  | 2 |
| 1. Форма и содержание рекламного продукта. Взаимосвязь между процессом создания рекламы и творческой идеей. | 1 |  |
| 2. Формы творческой идеи. Психология восприятия рекламного продукта потребителем. Коммуникационный характер рекламы. | 1 |  |
| **Практические занятия** |  | 2 |
| 1. Художественное редактирование рекламного материала. | 2 |  |
| 2. Сравнительный анализ рекламного материала. | 2 |  |
| **Самостоятельная работа обучающихся**  Оценка визуальной, семантической и эстетической информации рекламного материала. | 2 |  |
| **Тема 1.2.**  **Технология исследования и создания рекламного образа.** | **Содержание** |  | 2 |
| Рекламный образ. Визуальные образы в рекламе | 1 |  |
| **Практические занятия** |  | 2 |
| 1. Исследование и анализ использования визуальных образов в рекламе. | 2 |  |
| **Самостоятельная работа обучающихся**  Анализ практики использование образов классического искусства в социальной рекламе. | 2 |  |
| **Тема 1.3.**  **Оценка художественной ценности рекламного продукта.** | **Содержание** |  | 2 |
| Критерии и методы оценки художественной ценности рекламного продукта. Система качественных и количественных показателей. | 1 |  |
| **Практические занятия** |  | 2 |
| 1. Цвет и его влияние на восприятие рекламного обращения (разработать от 5 до 10 креативных идей, готовых к дальнейшей доработке и воплощению). | 2 |  |
| **Самостоятельная работа обучающихся**  Оценка разработанных идей (сочетание стратегии, идеи и воплощения). | 2 |  |
| **Раздел 2. Композиция и цельность восприятия рекламного образа** | | | |
| **Тема 2.1.**  **Художественные средства построения композиции в дизайне рекламы. Графические элементы в рекламе.** | **Содержание** | 1 | 2 |
| 1. Элементы организации графической композиции. Характеристика точки, линии и пятна как основных эле-ментов организации плоскостной композиции и выражения графического образа. | 1 |  |
| 2. Шрифтовая графика как отдельная область искусства. Шрифт в рекламной композиции. | 1 |  |
| 3. Основные виды шрифтовых гарнитур, особенности их строения. Правила конструктивного построения шрифтовых знаков (букв). | 1 |  |
| **Практические занятия** |  | 2 |
| 1. Шрифтовая графическая композиция на плоскости. Способы создания плоскостной графической композиции. Цвет и цветовая гармония. | 2 |  |
| 2. Способы создания плоскостной графической композиции. | 2 |  |
| 3. Цвет и цветовая гармония. | 2 |  |
| **Самостоятельная работа обучающихся**  Эскизная разработка шрифтовой композиции. Разработка колористического решения природных явлений. | 2 |  |
| **Тема 2.2.**  **Факторы композиционно-художественного формообразования в дизайне рекламы** | **Содержание** | 1 | 2 |
| Основные принципы композиционно-художественного формообразования в рекламе. Взаимодействие эле-ментов на композиционном поле. | 1 |  |
| **Практические занятия** |  | 2 |
| 1. Имитация материалов и фактур в дизайне. Графические приемы стилизации. | 2 |  |
| 2. Импровизация и трансформация форм. | 2 |  |
| 3. Создание рельефных форм из листа бумаги методом структурных деформаций плоскости. | 2 |  |
| **Самостоятельная работа обучающихся**  Изучение приемов работы с бумагой. | 2 |  |
| **Тема 2.3.**  **Средства гармонизации художественной формы в дизайне рекламы.** | **Содержание** |  | 2 |
| Гармонизация структуры и формы объекта. Нюанс-контраст. Динамика-статика. Метр-ритм. Размер-масштаб. Отношения. Пропорции. | 1 |  |
| **Практические занятия** |  | 2 |
| 1. Разработка и выполнение вариантов композиций с применением средств гармонизации художественной формы. | 2 |  |
| **Самостоятельная работа обучающихся**  Построение композиции с использованием разных графических и пластических форм. | 2 |  |
| **Раздел 3.Технология проектирования рекламного продукта (по его видам)** | | | |
| **Тема 3.1.**  **Методы проектирования рекламной продукции.** | **Содержание** |  | 2 |
| 1. Этапы проектирования. Состав и стадии разработки проекта. Методы проведения проектных исследований. Анализ проектной ситуации. | **1** |  |
| 2. Особенности проектирования товарного знака. Товарный знак. История товарных знаков. | **1** |  |
| 3. Виды товарных знаков и требования к ним. Сбор информации по теме исследований. | **1** |  |
| **Практические занятия** |  | 2 |
| 1. Разработка технического задания на проектирование. | **2** |  |
| **Самостоятельная работа обучающихся**  Выполнение вариантов эскизов. | 2 |  |
| **Тема 3.2.**  **Художественное решение товарного знака.** | **Содержание** |  | 2 |
| 1. Разработка композиционной структуры товарного знака. Состав и количество основных композиционных элементов. | 1 |  |
| 2. Взаимное расположение и соподчиненность основных элементов композиции. Пластическая характеристика элементов. | 1 |  |
| **Практические занятия** |  | 2 |
| 1. Разработка графического, цветофактурного и колористического решения | 2 |  |
| **Самостоятельная работа обучающихся**  Выполнение вариантов эскизов. | 2 |  |
| **Тема 3.1.**  **Визуализация проекта** | **Содержание** |  | 2 |
| Технические и программные средства для создания рекламного продукта. Выполнение рекламных проектов в материале. | 2 |  |
| **Практические занятия** |  | 2 |
| 1. Построение изображения товарного знака с помощью аксонометрических проекций. | 2 |  |
| **Самостоятельная работа обучающихся**  Выполнение макета в материале. | 2 |  |
| **Раздел 4. Черчение** |  |  |  |
| **Тема 4.1. Чертежные инструменты и принадлежности.** | **Содержание** |  | 2 |
| Введение. Краткий исторический обзор. Оформление чертежей. Чертежные инструменты и принадлежности. | 1 |  |
| **Самостоятельная работа обучающихся**  Работа с методической литературой по начертательной геометрии, черчению, проекционному черчению; | 2 |  |
| **Тема 4.2. Оформление чертежей** | **Содержание** |  | 2 |
| Форматы и масштабы. Линии чертежа. Основные правила нанесения размеров на чертежах. Линейные размеры. Угловые размеры. Условные обозначения и изображения. | 2 |  |
| **Практические занятия** |  | 2 |
| 1. Чертежный шрифт. | 2 |  |
| 2. Графическая работа: «Чертеж плоской детали с простановкой размеров». | 2 |  |
| 3. Графическая работа: «Линии чертежа. Составление линейного орнамента». | 2 |  |
| **Самостоятельная работа обучающихся**  Выполнение щрифтовой композиции. | **2** |  |
| **Тема 4.3. Геометрические построения.** | **Содержание** |  | 2 |
| Геометрические построения. Деление отрезка и окружности на равные части. Сопряжения. Построение сопряжений | **2** |  |
| **Практические занятия** |  | 2 |
| 1. Деление отрезка и окружности на равные части. Сопряжения. Построение сопряжений | 2 |  |
| **Самостоятельная работа обучающихся**  Создание альбома «Черчение». | **2** |  |
| **Тема 4.4. Кривые линии.** | **Содержание** |  | 2 |
| Коробовые кривые: овал, овоид, завиток. Циклические кривые: спирали, эвольвенты окружности. Лекальные кривые: эллипс, парабола, гипербола. | **2** |  |
| **Практические занятия** |  | 2 |
| 1. Коробовые кривые: овал, овоид, завиток. Циклические кривые: спирали, эвольвенты окружности. Лекальные кривые: эллипс, парабола, гипербола. | 2 |  |
| **Самостоятельная работа обучающихся**  Построение коробовых кривых.  Построение циклических кривых.  Построение лекальных кривых. | **2** |  |
| **Тема 4.5. Способы получения графических изображений.** | **Содержание** |  | 2 |
| Центральное и параллельное проецирование. Виды параллельного проецирования. | **2** |  |
| **Самостоятельная работа обучающихся**  Подготовка презентации на тему «Проецирование.» | **2** |  |
| **Тема 4.6. Ортогональные проекции. Проекции точки, прямой и плоскости** | **Содержание** |  | 2 |
| Проекции точки, прямой и плоскости. | **2** |  |
| **Практические занятия** |  | 2 |
| 1. Проекции точки, прямой. Проекции плоскости. | 2 |  |
| **Самостоятельная работа обучающихся**  Подготовка презентации на тему «Коробовые и лекальные прямые». | **2** |  |
| **Тема 4.7. Взаимное расположение прямых, плоскостей.** | **Содержание** |  | 2 |
| Прямая общего положения, горизонтальная прямая, фронтальная прямая, профильная прямая. Проецирую-щие прямые. Конкурирующие точки. Пересекающиеся прямые. Скрещивающиеся прямые. Плоскость об-щего положения. Плоскости уровня. | **2** | 1 |
| **Практические занятия** |  | 2 |
| 1. Графическая работа. Пересекающиеся и скрещивающиеся прямые. | 2 |  |
| 2. Практическая работа. Плоскость общего положения. Плоскости уровня. | 2 |  |
| **Самостоятельная работа обучающихся**  Графическая работа: «Орнамент в полосе». | 2 |  |
| **Тема 4.8.**  **Способы преобразования чертежа** | **Содержание** |  | 2 |
| Способ перемены плоскостей проекций. Способ плоскопараллельного перемещения. Способ совмещения и вращения. | **2** | 2 |
| **Практические занятия** |  | 2 |
| 1. Практическая работа. Способы преобразования чертежа. Способ перемены плоскостей проекций. Способ плоскопараллельного перемещения. Способ совмещения и вращения. | 2 |  |
| **Самостоятельная работа обучающихся**  Графическая работа: «Преобразование чертежа». | **2** |  |
| **Тема 4.9. Аксонометрические проекции.** | **Содержание** |  | 2 |
| Общие сведения. Прямоугольные аксонометрические проекции. Изометрическая проекция. Прямоугольная диметрическая проекция. Косоугольные аксонометрические проекции. Построение плоских геометрических фигур в аксонометрии. Изображение окружности в прямоугольной аксонометрической проекции. Построение плоскогранных предметов в аксонометрии. | **2** | 2 |
| **Практические занятия** |  | 2 |
| 1. Графическая работа. Изображение окружности в прямоугольной аксонометрической проекции.  Построение плоских геометрических фигур в аксонометрии.  Построение плоскогранных предметов в аксонометрии. | 2 |  |
| **Самостоятельная работа обучающихся**  Графическая работа «Построение плоскогранных предметов в аксонометрии» | 2 |  |
| **Тема 4.10.**  **Геометрические тела в ортогональных и аксонометрических проекциях** | **Содержание** |  | 2 |
| Многогранники: призма, пирамида. Тела и поверхности вращения: цилиндр, конус, шар, тор | 1 |  |
| **Практические занятия** |  | 2 |
| 1. Графическая работа «Геометрические тела в ортогональных и аксонометрических проекциях». | 2 |  |
| **Самостоятельная работа обучающихся**  Графическая работа «Построение линии взаимного пересечения поверхностей двух геометрических тел». | 2 |  |
| **Тема 4.11.**  **Выполнение разверток геометрических тел.** | **Содержание** |  | 2 |
| Развертки куба, призмы, пирамиды, цилиндра, конуса. | 1 |  |
| **Практические занятия** |  | 2 |
| 1. Выполнение разверток геометрических тел | 2 |  |
| **Самостоятельная работа обучающихся**  Выполнение развертки и макета призмы. | 2 |  |
| **Тема 4.12.**  **Пересечение многогранников и тел вращения проецирующей плоскостью.** | **Содержание** |  |  |
| **Практические занятия** |  | 2 |
| 1. Практическая работа. Пересечение многогранников проецирующей плоскостью. Построение линии среза. | 2 |  |
| **Тема 4.13. Построение линии взаимного пересечения поверхностей двух тел.** | **Содержание** |  |  |
| **Практические занятия** |  | 2 |
| 1. Практическая работа. Построение линии взаимного пересечения поверхностей двух многогранников. | 2 |  |
| **Самостоятельная работа обучающихся**  Выполнение развертки и макета конуса.  Выполнение развертки и макета цилиндра. | 2 |  |
| **Раздел 5. Шрифтоведение** | | | |
| **Тема 5.1.**  **Структурные элементы шрифта и надписи.**  **Построение букв по модульной сетке** | **Содержание** |  |  |
| **Практические занятия** |  | 2 |
| 1. Выбор плакатных перьев. Правила работы пером. Упражнение – «Орнамент». Выполнение алфавита гротеском.  Выполнение различных вариантов гротеска. Выполнение алфавита брускового шрифта. Упражнение «Солнышко» Написание пером букв группы Антиква | 2 |  |
| **Самостоятельная работа обучающихся**  Выполнение текста гротеском (миллиметровка А4). Упражнение по написанию круглых элементов букв. Выполнение надписи способом накладных букв. | 2 |  |
| **Тема 5.2. Построение и разработка шрифта.** | **Содержание** |  |  |
| **Практические занятия** |  | 2 |
| 1. Создание букв алфавита определенной гарнитуры по нескольким заданным. Создание собственной оригинальной гарнитуры шрифта. | 2 |  |
| **Самостоятельная работа обучающихся**  Построение букв на основе квадрата. Новая Антиква. Пропорции и начертание букв. Написание пером букв группы Антиква. Упражнение «Квадрата. Рустика, Унциал». Композиция текста рукописным шрифтом. | 2 |  |
| **Тема 5.3.**  **Шрифтовые композиции.** | **Содержание** |  |  |
| **Практические занятия** |  | 2 |
| 1. Эскизирование шрифтовой композиции. Выполнение в материале шрифтовой композиции. | 2 |  |
| **Итого, часов:**  **Всего учебных занятий**  **в том числе практические занятия**  **Самостоятельная работа обучающегося**  **Консультации**  **Промежуточная аттестация** | | **102**  **62**  **46**  **10**  **2** |  |
| **МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта** | |  |  |
| **Раздел 1. Организация процесса разработки рекламного продукта.** | |  |  |
| **Тема 1.1**  **Творческая концепция рекламного продукта: понятие, вариации, формы воплощения.** | **Содержание** |  | 2 |
| Определение творческой концепции рекламного продукта. Процесс разработки творческой концепции, вы-явление УТП. Вариации творческих концепций в современной рекламе: примеры известных брендов. Формы воплощения творческих концепций рекламы. | 2 |  |
| **Практические занятия** |  | 2 |
| Разработка рекламной концепции для учебного заведения. | 4 |  |
| **Самостоятельная работа обучающихся**  Предоставить примеры различных типов рекламных концепций для наружной, печатной, телевизионной и радио-рекламы. | 2 |  |
| **Тема 1.2.**  **Креатив в рекламе. Основные методы и приемы генерации творческих идей.** | **Содержание** |  | 2 |
| Креатив в рекламе. Основные методы генерации новых идей. Специфика креатива в рекламе: возможности и ограничения. Мозговой штурм. | 2 |  |
| **Практические занятия** |  | 2 |
| Практическое занятие: мозговой штурм по неймингу и разработке концепции рекламной кампании для вы-бранного продукта. | 4 |  |
| **Самостоятельная работа обучающихся**  Нахождение нестандартных и наиболее оригинальных решений по каждому виду рекламы. | 2 |  |
| **Раздел 2. Рекламная концепция и формирование корпоративного стиля.** | | | |
| **Тема 2.1.**  **Комплексная разработка корпоративного /фирменного/ стиля. Проект-концепция.** | **Содержание** |  | 2 |
| Определение корпоративного /фирменного/ стиля. Значение корпоративного стиля как вида рекламы, его роль в формировании имиджа фирмы /предприятия/. Задачи фирменного стиля. | 2 |  |
| Дизайн-проект корпоративного стиля, основные этапы процесса проектирования.  Концептуальное решение проекта. Составляющие фирменного стиля. Основные концептуальные стилеобразующие элементы. Носители фирменного стиля. Система идентификации. | 2 |  |
| **Практические занятия** |  | 2 |
| Концептуальное решение корпоративного стиля торгового /производственного/ предприятия /фирмы/. | 6 |  |
| **Самостоятельная работа обучающихся**  Анализ фирменного стиля известных брендов | 2 |  |
| **Тема 2.2.**  **Концептуальные стилеобразующие элементы / логотип, товарный знак, марка, эмблема фирмы** | **Содержание** |  | 2 |
| Историография появления и развития знаковых систем. Концептуальные стилеобразующие элементы – логотип, товарный знак, торговая марка, эмблема фирмы. Формообразующие принципы и графические приёмы, применяемые в проектировании стилеобразующих элементов. Визуализация ассоциативного образа. Единство, взаимосвязь и соподчинение изображения и шрифта в композиции знаковой формы. | 4 |  |
| **Практические занятия** |  | 2 |
| Разработка логотипа /товарного знака, торговой марки, эмблемы фирмы или предприятия/. | 6 |  |
| **Самостоятельная работа обучающихся**  анализ элементов фирменного стиля выбранной торговой марки. | 2 |  |
| **Тема 2.3.**  **Составляющие и функциональные носители корпоративного /фирменного/ стиля.** | **Содержание** |  | 2 |
| Система идентификации и фирменная папка.  Основные составляющие и функциональные носители корпоративного /фирменного/ стиля, их практическое значение. Принципы конструктивного построения и стилевого единства в комплексном проектировании элементов корпоративной рекламы. | 2 |  |
| **Практические занятия** |  | 2 |
| Комплексное проектирование системы идентификации корпоративного /фирменного/ стиля. | 4 |  |
| **Самостоятельная работа обучающихся**  Конкурс работ по формированию элементов фирменного стиля для учебного заведения | 2 |  |
| **Раздел 3. Информационно-графический комплекс и его направления. Печатная реклама.** | | | |
| **Тема 3.1.**  **Информационно-графический комплекс и его направления. рекламный плакат.** | **Содержание** |  | 2 |
| Информационно-графический комплекс, его рекламные функции. Причины возникновения и характер раз-вития информационно-графических комплексов. Современные направления в информационной рекламе. Концептуальный проект информационно-графического комплекса: новизна мысли, рекламная стратегическая идея, функциональность, оригинальный графический ход, выразительность общего решения. | 4 |  |
| **Практические занятия** |  | 2 |
| Разработка концептуального проекта информационно – графического рекламного комплекса. | 4 |  |
|  | **Самостоятельная работа обучающихся**  Анализ информационно-графического комплекса рекламы для местных рекламодателей. | **2** |  |
| **Тема 3.2.**  **Виды печати и печатной продукции.** | **Содержание** |  | 2 |
| Значение и роль печатной рекламной продукции. Современные виды печати /офсетная, цифровая, трафа-ретная, широкоформатная и др./ Технологические процессы печати, их преимущества и недостатки. Виды печатной продукции. Новые технологии проектирования и производства печатной продукции. | 2 |  |
| Плакат как вид печатной рекламной продукции. Классификация плакатов. Специфические приёмы и язык изобразительного рекламного плаката. Лаконичная выразительность формы и содержания. Использование фототехнологий в работе над плакатом. | 2 |  |
| **Практические занятия** |  | 2 |
| Разработка изобразительного рекламного плаката. | 6 |  |
| **Самостоятельная работа обучающихся**  Анализ 5 различных экземпляров печатной рекламы. | 2 |  |
| **Тема 3.3.**  **Дизайн-проект рекламного буклета.** | **Содержание** |  | 2 |
| Рекламный буклет как вид печатной продукции в информационно-графическом комплексе. Функциональные задачи буклета. Единство стиля и композиции дизайна формы и графического содержания буклета. Фотография и шрифт, типографика и цвет в буклете. | 4 |  |
| **Практические занятия** |  | 2 |
| Разработка дизайн-проекта рекламного буклета | 4 |  |
| **Самостоятельная работа обучающихся**  Практика в сфере дизайна, изучение дизайнерских программ | 2 |  |
| **Раздел 4 Реклама товарной продукции.** | | | |
| **Тема 4.1**  **Дизайн упаковки** | **Содержание** |  | 2 |
| Реклама товара, её виды, функциональные задачи. Принципы проектирования рекламы товара, способствующее его продвижению в условиях современных рыночных отношений.  Упаковка как вид рекламной продукции. Роль упаковки в повышении рейтинга товарной продукции. Виды и качественные различия упаковок. Дизайн и современные технологии, материалы изготовления упаковочной продукции. | 4 |  |
| **Практические занятия** |  | 2 |
| Разработка дизайн-проекта упаковки товара. | 6 |  |
| Самостоятельная работа обучающихся  Анализ дизайн-решений различных упаковок по выбранному сектор продовольственных товаров. | 4 |  |
| **Тема 4.2.**  **Дизайн-проект наружной рекламы** | **Содержание** |  | 2 |
| Рекламная композиция в пространстве города. Виды, функциональное назначение, психология воздействия наружной рекламы. Специфика проектирования наружной рекламы, технические особенности и возможности конструкций. Материалы и технологии изготовления наружной рекламы. Световая реклама и свето-техника. | 4 |  |
| **Практические занятия** |  | 2 |
| Проектное предложение размещения рекламы в пространстве города. | 6 |  |
| **Самостоятельная работа обучающихся**  фотографии рекламы в транспорте с анализом их рекламной концепции. | 2 |  |
| **Тема 4.3.**  **Содержание учебного материала** | **Содержание** |  | 2 |
| Целесообразность размещения рекламы на транспортных средствах. Функциональность и психология восприятия рекламы на транспорте. Особенности композиционного построения, графического, шрифтового и колористического решений в рекламы, размещаемой на транспорте. Современные технологии реализации проекта. | 4 |  |
| **Практические занятия** |  | 2 |
| Особенности композиционного построения, размещаемой на транспорте. | 2 |  |
| Особенности графического решения в рекламе, размещаемой на транспорте. | 2 |  |
| Особенности шрифтового и колористического решений в рекламе, размещаемой на транспорте | 2 |  |
| Особенности композиционного построения, графического, шрифтового и колористического решений в рекламы, размещаемой на транспорте. | 2 |  |
| Проектное предложение размещения рекламы на транспорте. | 2 |  |
| **Самостоятельная работа обучающихся**  фотографии рекламы в транспорте с анализом их рекламной концепции. | 4 |  |
| **Раздел 5 Специфика разработки теле- и -радиорекламы.** | | | |
| **Тема 5.1**  **Процесс производства телевизионной рекламной продукции** | **Содержание** |  | 2 |
| Сущность рекламной телепродукции. История развития в России и за рубежом. Специфика телевизионной рекламы. Этапы процесса производства телевизионной рекламы. Креатив в телерекламе. Требования к телевизионной рекламе и действующие ограничения. | 2 |  |
| **Практические занятия** |  | 2 |
| Создание сценария рекламных роликов для различных категорий товаров | 8 |  |
| **Самостоятельная работа обучающихся**  просмотр рекламных работ фестиваля «Каннские львы», выбор и письменный анализ самого интересного и не2-стандартного решения в рекламе. | 4 |  |
| **Итого, часов:**  **Всего учебных занятий**  **в том числе практические занятия**  **Самостоятельная работа обучающегося**  **Курсовая работа**  **Консультации**  **Промежуточная аттестация** | | **108**  **68**  **30**  **10**  **10**  **2** |  |
| **Учебная практика**  **Виды работ:**  Построение букв по модульной сетке. Написание текста гротеском. Способы выполнения шрифтовой надписи. Работа с группой неконтрастных шрифтов. Упражнение по написанию круглых элементов букв. Построение букв на основе квадрата. Новая Антиква. Пропорции и начертание букв.  Написание пером букв группы Антиква. Упражнение «Квадрата. Рустика, Унциал». Композиция текста рукописным шрифтом. Праздничная открытка. Написание стихов каллиграфическим почерком. Создание букв алфавита определенной гарнитуры. Разработка шрифтовой композиции. Со-здание композиции афиши. Социальный плакат.  - выбор художественной формы реализации рекламной идей  - создание визуального образа с рекламными функциями  - художественное конструирование рекламных продуктов по заданию  Заполнение таблиц, составление схем, сбор информации для исследований и анализ собранной информации. Разработка анкет опроса для проведения исследований. | | **72** |  |
| **Производственная практика ( по профилю специальности)**  **Виды работ:**  1-7. Создание логотипа для заказчика.  8-14. Предложения по применению выбранного логотипа в фирменном стиле.  15-20. Эскизирование элементов фирменного стиля.  21.Отработка практических навыков по созданию заголовков в рекламе.  22. Подбор заголовков к тексту, используя 30 практических советов по их составлению.  23. Составление рекламного слогана.  24. Основной текст рекламного сообщения. Написание эффективного рекламного текста.  25-28. Разработка вариантов композиционного решения обложки буклета для заказчика.  29. Зачин, ОРТ, эхо-фраза. Отработка практических навыков по созданию каждого из элементов.  30. Система отбора слов в рекламный текст. Применение ее на практике.  31-36. Создание брендбука к одобренному логотипу. | | **144** |  |
| **Всего** | | **320** |  |

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

1 – ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);   
2 – репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством);

3 – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач).

**4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.01 «РАЗРАБОТКА И СОЗДАНИЕ ДИЗАЙНА РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ»**

**4.1 Перечень образовательных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по модулю, включая перечень лицензионного программного обеспечения, современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем**

**4.1.1 Образовательные технологии**

При реализации различных видов учебной работы по модулю используются следующие образовательные технологии:

1. Технологии проблемного обучения: проблемная лекция, практическое занятие в форме практикума.
2. Интерактивные технологии: Лекция «обратной связи» (лекция – дискуссия)
3. Информационно-коммуникационные образовательные технологии: Лекция-визуализация
4. Инновационные методы, которые предполагают применение информационных образовательных технологий, а также учебно-методических материалов, соответствующих современному мировому уровню, в процессе преподавания дисциплины:

* использование медиаресурсов, энциклопедий, электронных библиотек и Интернет;
* решение юридических, экономических (других) задач с применением справочных систем «Гарант», «Консультант +»;
* консультирование студентов с использованием электронной почты;
* использование программно-педагогических тестовых заданий для проверки знаний обучающихся.

**4.1.2 Лицензионное программное обеспечение:**

В образовательном процессе при изучении модуля используется следующее лицензионное программное обеспечение:

1. ОС Windows 7 (лицензии Microsoft Open License (Value) Academic)
2. MS Office 2007 (лицензия Microsoft Open License (Academic))
3. Kaspersky Endpoint Security 10 (лицензия 1C1C 200323-080435-420-499 до 04.04.2021 )
4. СПС КонсультантПлюс (договор № ИП 20-92 от 01.03.2020)
5. Контент-фильтрация (договор с ООО «СкайДНС» Ю-04056 от 15 января 2021 года).
6. Система тестирования INDIGO (лицензия №54736)

**4.1.3. Современные профессиональные базы данных**

В образовательном процессе при изучении модуля используются следующие современные профессиональные базы данных:

1. «Университетская Библиотека Онлайн» - https://biblioclub.ru/.
2. Научная электронная библиотека [eLIBRARY.RU](https://lib.tusur.ru/ru/resursy/bazy-dannyh/elibrary-ru) – <http://www.elibrary.ru/>

**4.1.4 Информационные справочные системы:**

Изучение модуля сопровождается применением информационных справочных систем:

1. Справочная информационно-правовая система «Гарант» (договор № 118/12/11).

2. Справочная информационно-правовая система «КонсультантПлюс» (договор № ИП20-92 от 01.03.2020).

**4.2** [**Основная и дополнительная учебная литература и электронные образовательные ресурсы, необходимые для освоения дисциплины**](file:///C:\Users\Емельянова.UPRAVLENIEKIU\Desktop\Local%20Settings\Temp\РАБОЧАЯ%20ПРОГРАММА%2010%20января\Положение%20по%20РП%20полное.docx#bookmark16)

**Основная учебная литература**

1. Алексунин, В. А. Маркетинг: учебник / В. А. Алексунин. – 6-е изд., стер. – Москва: Дашков и К°, 2019. – 200 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573217>. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03163-2. – Текст: электронный.
2. Нартя, В. И. Основы конструирования объектов дизайна: учебное пособие: [16+] / В. И. Нартя, Е. Т. Суиндиков. – Москва; Вологда: Инфра-Инженерия, 2019. – 265 с.: ил., табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=565018>. – Библиогр.: с. 280. – ISBN 978-5-9729-0353-5. – Текст: электронный.

**Дополнительная учебная литература**

1. Веселова, Ю. В. Графический дизайн рекламы. Плакат: учебное пособие / Ю. В. Веселова, О. Г. Семёнов. – Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2012. – 104 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=228990>. – ISBN 978-5-7782-2192-5. – Текст: электронный.
2. Марусева, И. В. Мишень вкуса: аксиомы и структура арт-маркетинга; графический дизайн и креатив; рекламные арт-мемы; творческий метод создания рекламы «Золотое сечение» / И. В. Марусева. – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2016. – 308 с. : ил., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=438287>. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4475-7044-6. – DOI 10.23681/438287. – Текст: электронный.
3. Овчинникова, Р. Ю. Дизайн в рекламе: основы графического проектирования: учебное пособие / Р. Ю. Овчинникова; ред. Л. М. Дмитриева. – Москва: Юнити, 2015. – 239 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115010>. – ISBN 978-5-238-01525-5. – Текст: электронный.
4. Старикова, Ю. С. Основы дизайна: учебное пособие / Ю. С. Старикова. – Москва: А-Приор, 2011. – 112 с. – (Конспект лекций. В помощь студенту). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=72693>. – ISBN 978-5-384-00427-1. – Текст: электронный.
5. Старостова, Л. Э. Эстетика рекламы: учебное пособие / Л. Э. Старостова. – Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2010. – 144 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=239874>. – ISBN 978-5-7996-0565-0. – Текст: электронный.

**Нормативно – правовые документы**

1. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушения от 30.12.2001 № 195-ФЗ (ред. от 01.07.2021, с изм от 09.11.2021) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.10.2021).
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 28.06.2021, с изм. от 26.10.2021).
3. Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 № 38\_ФЗ (ред. от 02.07.2021).
4. Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ (ред. от 02.07.2021) «О защите конкуренции».
5. Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 (ред. от 11.06.2021) «О защите прав потребителей».
6. Правила установки и эксплуатации рекламных конструкций на территории городского округа «Город Калининград» (утв. Решением городского Совета депутатов Калининграда от 22 октября 2014 г. N 319).

**4.3 Дополнительные ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины**

1. <https://www.shopolog.ru/>
2. <https://biz.mann-ivanov-ferber.ru/>
3. <https://www.sostav.ru/>
4. <http://azconsult.ru/blog/>
5. <http://blog.getgoodrank.ru/>
6. <https://www.kasper.by>
7. <https://www.behance.net/>
8. <https://www.awwwards.com/>
9. <https://www.designspiration.com/>
10. <https://synapticstimuli.com/>
11. <http://www.designmadeingermany.de/sites-we-like/>
12. <https://www.logodesignlove.com/>
13. <https://fonts.ilovetypography.com/>
14. <https://www.paratype.ru/>
15. <https://www.materialpalette.com/>

**4.4 Требования к минимальному материально-техническому обеспечению, необходимого для осуществления образовательного процесса по модулю**

Для изучения профессионального модуля используется Кабинет проектирования рекламного продукта. Основное оборудование:

Компьютер- 6 шт.;

Экран- 1 шт.;

Проектор- 1шт.;

Доска маркерная – 1 шт.;

Стол 2-х местный – 6 шт.;

Стол 3-х местный – 10 шт.;

Стол преподавателя- 1 шт.;

Стол одноместный – 5шт.;

Стул - 44 шт.;

Стенд пробковый – 1 шт.;

Стенд тематический – 7 шт.;

Кафедра – 1 шт.;

Кондиционер 1 шт;

Альбомы для рисования – 10 шт.;

Набор красок (акварельные, гуашь, акриловые) – 10 шт.;

Набор кистей художественных – 10 шт.;

Набор цветных мелков – 10 шт.;

Набор цветных карандашей – 10 шт.

Аудитория оснащена современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов.

Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из:

мультимедийного проектора,

проекционного экрана,

акустической системы,

персонального компьютера (с техническими характеристиками не ниже: процессор не ниже 1.6.GHz, оперативная память – 1 Gb, интерфейсы подключения: USB, audio, VGA.

Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть «Интернет».

Компьютерное оборудованием имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочей учебной программе дисциплин.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду Института.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе «Университетская библиотека ONLINE», доступ к которой предоставлен обучающимся. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека ONLINE» реализует легальное хранение, распространение и защиту цифрового контента учебно-методической литературы для вузов с условием обязательного соблюдения авторских и смежных прав. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека ONLINE» обеспечивает широкий законный доступ к необходимым для образовательного процесса изданиям с использованием инновационных технологий и соответствует всем требованиям ФГОС СПО.

**5. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля ПМ.01 «РАЗРАБОТКА И СОЗДАНИЕ ДИЗАЙНА РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ»**

**5.1 Оценочные средства и методические материалы по итогам освоения дисциплины**

Типовые задания, база тестов и иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения модуля (в т.ч. в процессе ее освоения), а также методические материалы, определяющие процедуры этой оценки приводятся в приложении 1 к рабочей программе модуля.

Универсальная система оценивания результатов обучения выполняется в соответствии с Положением о формах, периодичности и порядке проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в АНПОО «ККУ», утвержденным приказом директора от 03.02.2020 г. № 31 о/д и включает в себя системы оценок:

1) «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»;

2) «зачтено», «не зачтено».

**5.2 Критерии и методы оценки результатов освоения профессионального модуля**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Код и наименование профессиональных и общих компетенций, формируемых в рамках модуля | Критерии оценки | Методы оценки |
| ПК 1.1. Осуществлять 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. Осуществлять 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;  - использует выразительные возможности шрифтового  изображения;  - использует различные художественные средства при разработке рекламного продукта; | Экспертная оценка  выполнения эскизов |
| ПК 1.3. Разрабатывать 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. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений. | - имеет представление профессиональном языке;  - знает структуру рекламного текста;  - знает принципы создания рекламного текста;  - оставляет и оформляет тексты рекламных объявлений; | Экспертная оценка  составления оформления  рекламных текстов при  разработке дизайн-проектов |
| ПК 1.5. Создавать  визуальные образы с рекламными функциями. | - знает приемы и способы создания рекламного образа;  - использует различные способы при создании визуальных рекламных образов. | Экспертная оценка со-здания 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.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Код и наименование общих компетенций, формируемых в рамках модуля | Критерии оценки | Методы оценки |
| ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес. | Активность, инициативность в процессе освоения программы модуля  Эффективность и качество выполненной самостоятельной работы.  Участие в конкурсах профессионального мастерства, выставках-ярмарках, мастер-классах и т.п.  Систематичность в изучении дополнительной, справочной литературы, периодических изданий по профессии | Собеседование.  Отчет по учебной и производственной практике. Практические работы. Творческие работы.  Анализ библиотечного формуляра обучающегося, оценка результатов самостоятельной работы |
| ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество. | Результативность организации собственной деятельности для выполнения  профессиональных задач  Практические работы.  Адекватный выбор методов и способов решения профессиональных задач;  Точность подбора критериев и показателей оценки эффективности и качества выполнения профессиональных задач | Собеседование.  Отчет по учебной и производственной практике. |
| ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность. | Обоснованность принятия решения в стандартных и нестандартных ситуациях; | Собеседование.  Отчет по учебной и производственной практике. Практические работы. |
| ОК 4. Осуществлять поиск и  использование информации,  необходимой для эффективного  выполнения профессиональных  задач, профессионального и личностного развития. | Нахождение и использование информации для эффективного выполнения  профессиональных задач, профессионального и личностного развития;  Адекватность использования нескольких источников информации для решения профессиональных задач, включая электронные; | Собеседование.  Отчет по учебной и производственной практике.  Практические работы.  Творческие работы. Самостоятельная работа. |
| ОК 5. Использовать информационно- коммуникационные технологии в профессиональной деятельности. | Своевременность решения профессиональных задач на основе самостоятельно найден-ной информации с использованием ИКТ;  Результативность использования различных информационных источников с использованием ИКТ;  Качество оформления результатов работы с использованием ИКТ; | Собеседование.  Отчет по учебной и производственной практике. Практические работы. |
| ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями. | Ясность и аргументированность изложения собственного мнения  Правильность выбора стратегии поведения при организации работы в команде  Результативность взаимодействия с коллегами, руководством, потребителями | Собеседование.  Отчет по учебной и производственной практике. Практические работы. |
| ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий. | Адекватность оценки и анализа эффективности и качества результатов работы членов команды (подчиненных) | Собеседование.  Отчет по учебной и производственной практике. Практические работы. |
| ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации. | Результативность внеаудиторной  самостоятельной работы при изучении профессионального модуля;  Верность выбора способов коррекции результатов собственной деятельности; | Собеседование.  Отчет по учебной и производственной практике. Практические работы. |
| ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности. | Систематичность в изучении дополнительной, справочной литературы, периодических изданий в области профессиональной деятельности; | Анализ библиотечного формуляра обучающегося.  Собеседование.  Отчет по учебной и  производственной практике.  Практические работы. |
| ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности. | Точность определения порядка организации предпринимательской деятельности в профессиональной области  Точность определения видов ответственности в сфере профессиональной деятельности в соответствии с законодательством РФ. | Анкетирование. Собеседование. Практические работы. |
| ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке | Технология электронных образовательных  ресурсов (работа с информационными источниками в сети Интернет) | Практические работы. |