**Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация**

**«КАЛИНИНГРАДСКИЙ КОЛЛЕДЖ УПРАВЛЕНИЯ»**

|  |  |
| --- | --- |
|   |  Утверждено Учебно–методическим советом Колледжапротокол 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[\*](%22%20%5Cl%20%22_ftn2%22%20%5Co%20%22) | 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 обучающихсяАнализ 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 заданиюЗаполнение 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%3A%5CUsers%5C%D0%95%D0%BC%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D1%8F%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0.UPRAVLENIEKIU%5CDesktop%5CLocal%20Settings%5CTemp%5C%D0%A0%D0%90%D0%91%D0%9E%D0%A7%D0%90%D0%AF%20%D0%9F%D0%A0%D0%9E%D0%93%D0%A0%D0%90%D0%9C%D0%9C%D0%90%2010%20%D1%8F%D0%BD%D0%B2%D0%B0%D1%80%D1%8F%5C%D0%9F%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B6%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5%20%D0%BF%D0%BE%20%D0%A0%D0%9F%20%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D0%BD%D0%BE%D0%B5.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 психологиювосприятия 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 изобразительныхсредств 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 выполненияпрофессиональных задачПрактические 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 ииспользование информации,необходимой для эффективноговыполнения профессиональныхзадач, профессионального и личностного развития. | Нахождение и использование информации для эффективного выполненияпрофессиональных 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 мненияПравильность выбора стратегии поведения при организации работы в командеРезультативность 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 внеаудиторнойсамостоятельной 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 ипроизводственной практике.Практические работы. |
| ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности. | Точность определения порядка организации предпринимательской деятельности в профессиональной областиТочность 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 образовательныхресурсов (работа с информационными источниками в сети Интернет) | Практические работы. |