

**Автономная некоммерческая профессиональная образовательная
организация
«КАЛИНИНГРАДСКИЙ КОЛЛЕДЖ УПРАВЛЕНИЯ»**

Утверждено
Учебно–методическим советом Колледжа
протокол заседания
№ 65 от 14.03.2024 г.

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

По специальности	42.02.01 Реклама
Квалификация	Специалист по рекламе
Форма обучения	очная
Рабочий учебный план по специальности утвержден директором 15.02.2024	

Калининград

Лист согласования рабочей программы профессионального модуля

Рабочая программа модуля ПМ.04 «Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях» разработана в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденным приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 21.07.2023 г. № 552.

Составитель Шосталь О.В.

Рецензенты:

Представители работодателя:

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании Учебно-методического совета колледжа, протокол № 65 от 14.03.2024 г.

Регистрационный номер Р – 26/24

Содержание

	Стр.
1. Общая характеристика рабочей программы профессионального модуля	4
2. Структура и содержание профессионального модуля	8
3. Условия реализации программы профессионального модуля	21
4. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля	24
5. Приложение 1. Оценочные средства	27

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.04 «Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях»

1.1. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен освоить основной вид деятельности Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий и соответствующие ему общие компетенции, и профессиональные компетенции:

1.1.1. Перечень общих компетенций

Код	Наименование общих компетенций
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста
ОК 06	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения
ОК 07	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках

1.1.2. Перечень профессиональных компетенций

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
ВД 04	Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях
ПК 4.1.	Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.
ПК 4.2.	Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.

ПК 4.3.	Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.
---------	--

1.1.3. В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

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

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

1.2. Количество часов, отводимое на освоение профессионального модуля

Объем образовательной нагрузки – 352 часов, в том числе:
всего учебных занятий – 190 часов,

лекции – 52 часов,
 практические занятия – 122 часов,
 промежуточная аттестация – 16 часа,
 самостоятельная учебная работа – 18 часов.
 Учебная практика – 72 часа.
 Производственная практики – 72 часов.

МДК.04.01 Художественное проектирование рекламного продукта

объем образовательной нагрузки - 72 часов;
 всего учебных занятий - 68 часа;
 лекции – 20 часов;
 практические занятия – 46 часа,
 промежуточная аттестация – 2 часа (зачет с оценкой)
 самостоятельная учебная работа – 4 часа.

МДК.04.02 Разработка и реализация творческой концепции рекламного продукта

объем образовательной нагрузки - 72 часов;
 всего учебных занятий - 68 часа;
 лекции – 20 часов;
 практические занятия – 46 часа,
 промежуточная аттестация – 2 часа (зачет с оценкой)
 самостоятельная учебная работа – 4 часов.

МДК.04.03 Производство рекламного продукта

объем образовательной нагрузки - 54 часов;
 всего учебных занятий - 44 часа;
 лекции – 12 часов;
 практические занятия – 30 часа,
 промежуточная аттестация – 2 часа (зачет с оценкой)
 самостоятельная учебная работа (курсовая работа) – 10 часов.

УП.04 Учебная практика – 72 часа

ПП.04 Производственная практика (практика по профилю специальности) – 72 часа

Экзамен по ПМ.04 – 10 часов.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Структура профессионального модуля

Коды профессиональных и общих компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего, час.	В т.ч. в форме практической подготовки	Объем профессионального модуля, ак. час.						
				Всего	Обучение по МДК				Практики	
					В том числе				Учебная	Производственная
					Лабораторных и практических занятий	Курсовых работ (проектов)	Самостоятельная работа	Промежуточная аттестация		
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	<i>8</i>	<i>9</i>	<i>10</i>	<i>11</i>
ПК 4.1-ПК 4.3 ОК 01- ОК 07, ОК 09	Раздел 1. Художественное проектирование рекламного продукта	72	46	68	46	-	4		-	-
ПК 4.1-ПК 4.3 ОК 01- ОК 07, ОК 09	Раздел 2. Разработка и реализация творческой концепции рекламного продукта	72	46	68	46	-	4		-	-
ПК 4.1-ПК 4.3 ОК 01- ОК 07, ОК 09	Раздел 3. Производство рекламного продукта	54	30	44	30	+	10			
ПК 4.1-ПК 4.3 ОК 01- ОК 07, ОК 09	Учебная практика	72	-	72	-	-	-		72	
ПК 4.1-ПК 4.3 ОК 01- ОК 07, ОК 09	Производственная практика	72	-	72	-	-	-			72
ПК 4.1-ПК 4.3 ОК 01- ОК 07, ОК 09	Промежуточная аттестация	10		10						
	Всего:	352	122	190	122		18		72	72

2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Код ПК, ОК
Введение	Связь с другими дисциплинами и модулями. Форма и содержание рекламного продукта. Взаимосвязь между процессом создания рекламы и творческой идеей. Формы творческой идеи. Психология восприятия рекламного продукта потребителем. Коммуникационный характер рекламы.		ОК 01-ОК 02
Раздел 1. Художественное проектирование рекламного продукта			
МДК.04.01 Художественное проектирование рекламного продукта		20/46	
Тема 1.1 Технология создания рекламного продукта.	Содержание	10	ПК 4.1-ПК 4.3 ОК 01- ОК 07, ОК 09
	Виды рекламы, деление ее по способу воздействия, способу выражения, с точки зрения основных целей и задач. Характеристики процесса разработки рекламного обращения		
	Понятие творческих рекламных разработок. Технологические виды рекламного продукта.		
	Выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы.		
	Уровни и структура рекламного сообщения, позиционный эффект.		
	Визуальной, семантической и эстетической информации рекламного материала.		
	Практические занятия	2	
Практическое задание: Особенности восприятия рекламных текстов на примере рекламных объявлений			

Тема 1.2 Фирменный стиль	Содержание	10	ПК 4.1-ПК 4.3 ОК 01- ОК 07, ОК 09
	Понятие «фирменный стиль». Примеры фирменного стиля. Компоненты фирменного стиля. Носители фирменного стиля. Фирменный стиль в узком и широком смысле. Принципы создания фирменного стиля. Анализ удачных и неудачных вариантов, их недостатки.		
	Товарный знак. Виды товарных знаков. Торговая марка и бренд. Общая теория бренда. Законы создания бренда		
	Логотип как элемент фирменного стиля. Критерий при разработке логотипа. Анализ хороших и неудачных логотипов. Варианты создания логотипа. Шрифт в логотипе		
	Фирменный персонаж как элемент фирменного стиля. Анализ фирменных персонажей. Их значение. Разработка фирменного персонажа. Варианты.		
	Практические занятия	18	
	Практическое задание: Разработка элементов фирменного стиля. Эскизы вариантов. Знак, образ, персонаж (индивидуальные задания)		
	Практическое задание: Разработка элементов фирменного стиля. Эскизы вариантов. Логотип		
	Практическое задание: Разработка графического, цветофактурного и колористического решения товарного знака		
	Практическое задание: Проект фирменного стиля. (Графическая подача проекта)		
	Практическое задание: Разработка и создание фирменной печатной рекламы (деловые бумаги)		
	Практическое задание: Разработка макета бланка для письма.		
	Практическое задание: Создание эскизов визиток по индивидуальным заданиям.		
	Практическое задание: Разработка рекламного модуля.		
Лабораторное занятие: Разработка макета рекламного плаката.			

	Лабораторное занятие: Разработка и создание фирменного буклета		
	Лабораторное занятие: Разработка макета упаковки. Разработка и создание фирменной этикетки		
	Лабораторное занятие: Разработка дизайн-проекта рекламного буклета		
	Практическое задание: Нейминг, разработка легенды		
	Лабораторное занятие: Макет презентационного плаката А1 по проекту		
	Практическое задание: Коллаж впечатлений		
Самостоятельная работа обучающихся Подготовка к зачету с оценкой		4	
Промежуточная аттестация – зачет с оценкой		2	
Раздел 2. Разработка и реализация творческой концепции рекламного продукта		20/46	
МДК.04.02 Разработка и реализация творческой концепции рекламного продукта		20/46	
Тема 2.1 Творческая концепция в рекламе.	Содержание	10	ПК 4.1-ПК 4.3 ОК 01- ОК 07, ОК 09
	Историческое формирование рекламных жанров. Жанровое разнообразие рекламного творчества. Рекламное творчество в русской культуре		
	Понятие рекламной концепции и рекламной идеи.		
	Основные жанры современной печатной рекламы. Публицистические жанры современного рекламного пространства		
	Эстетика в рекламном деле и теория "вампиризма" Р.Ривза.		
	Рекламный продукт: технологические и творческие аспекты. Творческие решения рекламной задачи: рациональный и эмоциональный подходы		
	Методы поиска творческих идей. Этапы создания рекламного продукта		
	Основы выработки стратегии разработки фирменного		

наименования. (Нейминг). Рекламные стратегии разработки торговых марок (брендов)		
Креативное обеспечение рекламного процесса. Формы и функции рекламного креатива. Этапы разработки креативной концепции, структурные элементы креативной концепции.		
Семиотика рекламы: реклама как семиотическая система. Семантическая структура рекламного продукта. Типология знака. Виды и классификация рекламных знаков.		
Типология моделей рекламного образа. Образно-выразительные средства рекламного творчества. Мифотехнологии в рекламной коммуникации		
Креативный бриф. Структура брифа. Модели креативных рекламных брифов.		
Этапы творческого процесса создания рекламы: определение проблемы. Творческая стратегия и ее компоненты: обращение и его виды («агрессивный» и «мягкий» подход), Неформальный стиль рекламного обращения; активизация позитивных эмоций у потребителя.		
Формирование творческой концепции (поисковое эскизирование). Комплексное решение элементов наружной рекламы.		
Основные элементы маркетинговой информации рекламного текста. Интралингвистические особенности рекламного текста. Стилистические приемы рекламного текста. Особенности текстового оформления рекламной продукции.		
Практические занятия		22
Практическое задание: Анализ и оценка рекламы разных видов. Анализ и оценка интернет-рекламы разных видов.		
Практическое задание: Традиционные и креативные формы в современной рекламной индустрии		
Практическое задание: Составление рекламного сообщения по жанрам		

Практическое задание: Составление рекламного сообщения публицистическо-информационного характера		
Практическое задание: Анализ ситуаций, влияющих на принятие потребителем решения о покупке (решение ситуационных задач или разбор ситуаций).		
Практическое задание: Создание слогана по индивидуальным заданиям		
Практическое задание: Создание нескольких вариантов заголовков к готовым текстам		
Практическое задание: Разработка рекламного текста по заданной теме		
Практическое задание: Выполнение эскиза рекламы с использованием особенности психологии цвета		
Практическое задание: Анализ ситуаций, влияющих на принятие потребителем решения о покупке (решение ситуационных задач или разбор ситуаций).		
Практическое задание: Создание текста для интернет-рекламы по индивидуальным заданиям		
Практическое задание: Анализ рекламных обращений известной потребительской торговой марки. Составление «колеса бренда».		
Лабораторное занятие: Создание зрительного образа фирмы.		
Лабораторное занятие: Разработка основных фирменных констант.		
Практическое задание: Разработка метафорического рекламного сообщения.		
Лабораторное занятие: Разработка макета рекламного плаката (образные средства).		
Лабораторное занятие: Разработка макета рекламной листовки		
Практическое задание: Разработать план рекламного игрового представления		
Лабораторное занятие: Работа над проектом-концепцией корпоративного фирменного стиля.		

	Практическое задание: Разработка проекта-концепции фирменного стиля (эскизирование).		
	Лабораторное занятие: Разработка проекта-концепции фирменного стиля. (Графическая подача проекта)		
	Лабораторное занятие: Разработка основных компонентов рекламного текста по индивидуальным заданиям.		
	Лабораторное занятие: Разработка дизайна наружной рекламы – билборд		
	Лабораторное занятие: Разработка дизайна POS– материалов торгового пространства		
	Лабораторное занятие: Разработка дизайна выставочного пространства – выставочный стенд		
Тема 2.2 Виды и технологии цифровых коммуникаций.	Содержание	10	ПК 4.1-ПК 4.3 ОК 01- ОК 07, ОК 09
	Информационные коммуникационные технологии, их классификация		
	Деловые коммуникации в цифровой среде		
	Межличностная интернет-коммуникация		
	Посадочная страница коммерческого сайта		
	Комплексное продвижение коммерческого сайта в сети интернет		
	Поисковое продвижение сайта. Способы привлечения посетителей из поисковых систем.		
	SEO– аудит сайта		
	Контекстная и таргетированная реклама. Поисковая оптимизация (SEO).		
	Медийная (юаннерная) реклама и инструменты ее автоматизации		
	RTB– технология интернет- рекламы		
	Продвижение компании с помощью SMM		
	Обзор популярных социальных сетей		
	Social Media Optimization (SMO)		

Мониторинг социальных сетей и блогов		
Новые цифровые технологии. Медиа-показатели эффективности.		
Цифровой этикет		
Практические занятия	24	
Практическое занятие: Создание баннерной интернет рекламы для предприятия торговли		
Практическое занятие: Создание баннерной интернет рекламы для промышленного предприятия		
Практическое занятие: Создание баннерной интернет рекламы для предприятия, оказывающего услуги		
Практическое занятие: Создание баннерной интернет рекламы для рекламного предприятия		
Практическое занятие: Разработка макета сайта в программе Photoshop		
Практическое занятие: Разработка сайта в конструкторе (Winx)		
Практическое занятие: Разработка сайта в конструкторе (Tilda)		
Практическое занятие: Разработка сайта в конструкторе (Canva)		
Практическое занятие: Сравнительный анализ оптимизированных сайтов		
Практическое занятие: Повышение коэффициента кликабельности сайта		
Практическое занятие: Разработка приемов для увеличения привлекательности сайта для целевых клиентов		
Практическое занятие: Дизайн веб-ресурсов		
Практическое занятие: Создание макета электронной газеты		
Практическое занятие: Разработка контекстной рекламы		
Практическое занятие: Разработка таргетированной рекламы		
Практическое занятие: Разработка таргетированной и контекстной рекламной кампании в системах Яндекс.Директ и		

	Google Adword		
	Практическое занятие: «Популярные социальные сети в России»		
	Практическое занятие: Создание макета социальной интернет–рекламы		
	Практическое занятие: Создание рекламного письма почтовой рассылки		
	Практическое занятие: Разработка вирусной рекламы		
	Практическое занятие: Настройка аудитории		
	Практическое занятие: Разработка дизайна формы для регистрации		
	Практическое занятие: Разработка интернет-каталога		
	Практическое занятие: Создание мобильного приложение		
	Практическое занятие: Адаптация мобильного приложения под веб-версию		
Раздел 3. Производство рекламного продукта		12/30	
МДК 04.03 Производство рекламного продукта		12/30	
Тема 3.1 Технологии производства рекламного продукта.	Содержание	4	ПК 4.1-ПК 4.3 ОК 01- ОК 07, ОК 09
	Рекламное обращение: форма, содержание структура. Использование инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта. Копирайтинг, его составляющие. Правила разработки и оформления текстовой и изобразительной части рекламного обращения.		
	Взаимодействие вербальной и невербальной информации в рекламном продукте. Приемы увеличения эффективности рекламного обращения Запечатываемые материалы и носители для производства рекламного продукта. Структура и параметры печатных изданий. Структура полосы издания.		
	Авторский замысел и режиссёрское воплощение. Приёмы		

	реализации рекламной идеи. Определение и сущность. Схема разработки. Принципы успеха. Приёмы творческого замысла		
	Телереклама: приемы разработки. Радиореклама: приемы разработки. Реклама в прессе: особенности восприятия Транзитная реклама: условия восприятия, задачи разработчика, приемы разработки.		
	Наружная реклама: условия воздействия, задачи разработчика, приемы разработки. Директ-мейл: особенности восприятия, задачи разработчика, приемы разработки конверта, письма и вложения		
	Практические занятия	6	
	Лабораторная работа: Приемы создания рекламных слоганов. Разработка текстов для полиграфической рекламы и POS-материалов		
	Лабораторная работа: Разработка рекламного продукта для основных медиаканалов.		
	Лабораторная работа: Разработка макета рекламной продукции на заданную тему (разворот страницы журнала, директ-мейл)		
Тема 3.2 Технология производства Интернет-рекламы.	Содержание	2	ПК 4.1-ПК 4.3 ОК 01- ОК 07, ОК 09
	Основные сервисы интернета. WEB-документы. Технология анонсирования рекламы в Интернете. Виды Интернет-рекламы и способы их классификации, основные достоинства и недостатки.		
	Основные принципы и технология размещения рекламы. Особенности методов оценки эффективности вирусных рекламных акций		
Тема 3.3 Применение средств графического дизайна для создания рекламного продукта.	Содержание	4	ПК 4.1-ПК 4.3 ОК 01- ОК 07, ОК 09
	Проектная графика. Место проектной графики на различных этапах создания рекламного продукта. Виды компьютерной графики. Особенности технического и программного оснащения в работе дизайнера		

	Векторная компьютерная графика и программы её обработки. в графическом редакторе «Illustrator»		
	Графический редактор Adobe Photoshop, его форматы изображений и роликов, применение редактора в создании рекламного продукта. Растровая компьютерная графика и программы её обработки. Интерфейс программы Adobe Photoshop CS5.		
	Компьютерный дизайн. Дизайн в Интернете. Векторная графика в Интернете. Web-сайты и интернет-реклама		
	Практические занятия		
	Лабораторное занятие: Рисование в программе Photoshop CS5	8	
	Лабораторное занятие: Импортирование фотографий в графический редактор Adobe Photoshop. Изменение экспозиции, цветового баланса фотографии..Создание художественной рамки для фотографии Наложение эффектов и фильтров на фотографию. Создание нового фона на фотографии.		
Тема 3.4 Рекламное портфолио.	Содержание	2	ПК 4.1-ПК 4.3 ОК 01- ОК 07, ОК 09
	Работа по созданию авторских кистей. Создание авторского фона Создание шрифтов для разработки рекламной продукции.		
	Нелинейный монтаж. Программа Adobe Premiere. Интерфейс программы Adobe Premiere. Редактирование клипов в программе Adobe Premiere		
	История возникновения анимации. Преимущества анимации. Режиссура анимационного фильма. Изобразительное решение анимационного фильма. Программное обеспечение позволяющее создать компьютерную анимацию. Программа Macromedia Flash. Основные возможности Macromedia Flash		
	Практические занятия	16	
	Лабораторное занятие: Обработка фотографий под рекламный		

	плакат. Создание рекламного плаката с моделью или объектом		
	Лабораторное занятие: Обработка фотографий под рекламную продукцию. Создание рекламного плаката- социальной рекламы.		
	Лабораторное занятие: Обработка фотографий под концертную афишу. Создание рекламной концертной афиши		
	Лабораторное занятие: Обработка фотографий под обложку журнала (по индивидуальному заданию). Создание обложки журнала .		
	Лабораторное занятие: Организация данных и интерфейс Adobe Premiere 6.5. Редактирование клипов в программе Adobe Premiere 6.5		
	Лабораторное занятие: Организация данных и интерфейс программы Macromedia Flash. Создание простых графических объектов		
	Лабораторное занятие: Создание анимации движения. Создание анимации формы и маски. Создание анимации с интерактивностью.		
Самостоятельная работа обучающихся Подготовка курсовой работы		10	
Промежуточная аттестация – зачет с оценкой		2	
Курсовая работа Тематика курсовых работ 1. Разработка шрифтового рекламного плаката для фирменного магазина детских игрушек. 2. Текст, цвет и графика (порядок воздействия баннера) разработка баннера для рекламы салона красоты. 3. Цветовые предпочтения при создании наружной рекламы. Разработка вывески магазина женской обуви. 4.. Разработка логотипа и элементов корпоративного стиля для фестиваля 5. Особенности символики в рекламном плакате. 6. Разработка рекламного плаката для авиакомпании. 7. Шрифтовая композиция в разработке корпоративного стиля. 8. Создание логотипа для фармацевтического предприятия. 9. Разработка входной группы молодежного кафе . 10. Разработка рекламного плаката для промышленного предприятия. 11. Полиграфическая реклама. Разработка рекламного буклета для промышленного предприятия.			ПК 4.1-ПК 4.3 ОК 01- ОК 07, ОК 09

<p>12. Разработка объёмно пространственной композиции для наружной рекламы, входная группа торгового предприятия.</p> <p>13. Разработка творческой концепции сувенирной продукции для предприятия.</p> <p>14. Особенности рекламы на транспорте. Разработка рекламного плаката для школы классического танца.</p> <p>15. Шрифт, как символ, как знак. Шрифт в разработке логотипа для транспортного предприятия</p>		
<p>Учебная практика Виды работ:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Эскизирование, разработка основных элементов шрифтового плаката. 2. Работа над проектом-концепцией корпоративного фирменного стиля. 3. Визуализация фирменного блока. 4. Создание эскиза наружной вывески или витрины 5. Разработка дизайн-проект полиграфической продукции 6. Разработка дизайн- проекта упаковочной коробки 7. Создание обтяжки на транспорте. 8. Разработка нестандартной рекламной установки. 9. Разработка дизайн – проекта экспозиции. 10. Создание на ПК электронной презентации. 11. Создание раскадровки ролика на предложенную тему. 12. Управление коммуникациями в Интернет 	72	ПК 4.1-ПК 4.3 ОК 01- ОК 07, ОК 09
<p>Производственная практика (по профилю специальности) Виды работ:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ознакомление с особенностями маркетинговой деятельности конкретной компании, 2. Изучение технических средств, программных продуктов, применяемых для создания оригинал-макетов. 3. Ознакомление с технологическим процессом разработки и создания рекламных материалов. 4. Формирование идеи, инсайта и творческой концепции, развертывание рекламной кампании, выход рекламы, проверка результатов (обратная связь); 5. Разработка рекламных модулей для СМИ. 6. Создание пакета рекламной продукции для заказчика; 7. Работа с мультимедийными технологиями. Компьютерная графика; 8. Выполнение работ по заказу руководителя практики. 	72	ПК 4.1-ПК 4.3 ОК 01- ОК 07, ОК 09
<p>Экзамен по модулю</p>	10	ПК 4.1-ПК 4.3 ОК 01- ОК 07, ОК 09
Всего	352	

3.3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

3.1.1 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.

3.1.2 Лицензионное программное обеспечение:

1. Лицензии Microsoft Open License (Value) Academic.
Включают продукты Microsoft Office и Microsoft Windows для компьютерных лабораторий и сотрудников института:
 - программный продукт Office Home and Business 2016 - 2шт (товарная накладная TN000011138 от 01.10.19);
 - электронная лицензия 02558535ZZE2106 дата выдачи первоначальной лицензии 21.06.2019 (товарная накладная TN000006340 от 03.07.19);
 - 93074333ZZE1602 дата выдачи первоначальной лицензии 21.05.2015;
 - 69578000ZZE1401 дата выдачи первоначальной лицензии 19.01.2012;
 - 69578000ZZE1401 дата выдачи первоначальной лицензии 30.11.2009;
 - 66190326ZZE1111 дата выдачи первоначальной лицензии 30.11.2009;
 - 62445636ZZE0907 дата выдачи первоначальной лицензии 12.07.2007;
 - 61552755ZZE0812 дата выдачи первоначальной лицензии 27.12.2006;
 - 60804292ZZE0807 дата выдачи первоначальной лицензии 06.07.2006.
2. Лицензионное соглашение 9334508 1С: Предприятие 8. Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях:
 - Управление производственным предприятием;
 - Управление торговлей;
 - Зарплата и Управление Персоналом;
 - Бухгалтерия.
3. Сублицензионный договор №016/220823/006 от 22.08.2023. Неисключительные права на использование программных продуктов «1С: Комплект поддержки» 1С: КП базовый 12 мес. (основной продукт «1С: Предприятие 8. Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях» рег. номер 9334508).
4. Kaspersky Endpoint Security 10 (лицензия 1С1С-240118-105136-523-1918 до

11.04.2025)

5. Лицензия №54736 на право использования программного продукта «Система тестирования INDIGO» (бессрочная академическая на 30 подключений от 07.09.2018).

6. Контент-фильтрация (договор с ООО «СкайДНС» Ю-04056/1 от 10 января 2024 года).

3.1.3. 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](http://www.elibrary.ru/) – <http://www.elibrary.ru/>

3.1.4 Информационные справочные системы:

Изучение модуля сопровождается применением информационных справочных систем:

1. СПС КонсультантПлюс (договор № ИП 20-92 от 01.03.2020).

3.2 Основная и дополнительная учебная литература и электронные образовательные ресурсы, необходимые для освоения дисциплины

Основная учебная литература

1. Бочарова, Т. И. Рекламный текст. Сборник упражнений / Т. И. Бочарова. — 3-е изд., стер. — Санкт-Петербург: Лань, 2022. — 88 с. — ISBN 978-5-507-44709-1. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/238658>. — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Дополнительная учебная литература

1. Карпова, С. В. Рекламное дело: учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 425 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16874-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531940>.

2. Колышкина, Т. Б. Проектирование и оценка рекламного образа: учебное пособие для вузов / Т. Б. Колышкина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 262 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10041-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517025>.

3. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта: учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 502 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05261-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510974>.

4. Селезнева, Л. В. Написание рекламных текстов: учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. В. Селезнева. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 159 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13318-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519472>.

Нормативно – правовые документы

1. Кодекс Российской Федерации об административные правонарушения от 30.12.2001 № 195-ФЗ.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ.
3. Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 № 3-ФЗ.
4. Федеральный закон «О защите конкуренции» от 26.07.2006 № 135-ФЗ.
5. Закон РФ «О защите прав потребителей» от 07.02.1992 № 2300-1.
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).

3.3 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/>
16. <https://urait.ru> – образовательная платформа.
17. <https://i-exam.ru/> - Единый портал интернет-тестирования в сфере образования

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

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

Кабинет «Профессиональных модулей», оснащенный в соответствии с п. 6.1.2.1 образовательной программы по специальности.

Лаборатория «Информационных и коммуникационных технологий», оснащенная в соответствии с п. 6.1.2.3 образовательной программы по специальности.

Мастерские: «Веб-дизайн и разработка» и «Программные решения для бизнеса», оснащенные в соответствии с п. 6.1.2.4 образовательной программы по данной специальности.

Оснащенные базы практики в соответствии с п. 6.1.2.5 образовательной программы по специальности.

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 оборудование 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.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.01 «РАЗРАБОТКА И СОЗДАНИЕ ДИЗАЙНА РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ»

4.1 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».

При разработке оценочных средств преподавателем используются базы данных педагогических измерительных материалов, предоставленных ООО «Научно-исследовательский институт мониторинга качества образования».

4.2 Критерии и методы оценки результатов освоения профессионального модуля

Код и наименование профессиональных и общих компетенций, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
ПК 4.1 Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.	<ul style="list-style-type: none"> – проявляет способности и интерпретировать стили, жанры и направления; – создает высокохудожественные творческие работы с использованием различных художественных материалов; – формирует рекламное обращение на основе соотнесения утилитарного целевого назначения рекламы с эстетическими требованиями к ней; – создаст оригинальный дизайн-проект рекламного обращения средствами компьютерных технологий. 	<p>Наблюдение и оценка в ходе выполнения:</p> <ul style="list-style-type: none"> – практических заданий аудиторных занятий, – видов работ учебной и производственной практики. <p>Наблюдение и оценка в ходе выполнения практической части экзамена (квалификационного).</p>
ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.	<ul style="list-style-type: none"> -способность логично, последовательно и аргументированно высказывать свои предложения по планированию кампании. –владение навыками проектирования коммуникационных кампаний в интернете. – владеет навыками использования методов наглядного изображения при моделировании и гармонизации – рекламной программы. 	<p>Наблюдение и оценка в ходе выполнения:</p> <ul style="list-style-type: none"> – практических заданий аудиторных занятий, – видов работ учебной и производственной практики. <p>Наблюдение и оценка в ходе выполнения практической части экзамена (квалификационного).</p>
ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.	<ul style="list-style-type: none"> -владение методами и технологиями проведения рекламных интернет-кампаний; - владение современными методами оценки интернет-продвижения; 	<p>Наблюдение и оценка в ходе выполнения:</p> <ul style="list-style-type: none"> – практических заданий аудиторных занятий, – видов работ учебной и производственной практики. <p>Наблюдение и оценка в ходе</p>

	– методами оптимизации интернет-ресурсов с целью привлечения большего числа интернет-клиентов.	выполнения практической части экзамена (квалификационного).
--	--	---

Приложение 1
к рабочей программе профессионального
модуля «Создание ключевых вербальных и
визуальных сообщений, основных креативных
решений и творческих материалов на основных
рекламных носителях» (ПМ.04)

**ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ВХОДНОГО,
ТЕКУЩЕГО, РУБЕЖНОГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ
АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ
МОДУЛЮ И МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ЕГО ОСВОЕНИЮ**

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

По специальности	42.02.01 Реклама
Квалификация	Специалист по рекламе
Форма обучения	очная

Оценочные средства по итогам освоения профессионального модуля

1. Цель оценочных средств

Целью оценочных средств является установление соответствия уровня подготовленности обучающегося на данном этапе обучения требованиям рабочей программы профессионального модуля «Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях».

Оценочные средства предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу профессионального модуля «Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях». Перечень видов оценочных средств соответствует рабочей программе модуля.

Комплект оценочных средств включает контрольные материалы для проведения всех видов контроля в форме устного опроса, практических занятий, и промежуточной аттестации в форме вопросов и заданий к зачету.

Структура и содержание заданий – задания разработаны в соответствии с рабочей программой профессионального модуля «Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях».

2. Объекты оценивания – результаты освоения профессионального модуля

Объектом оценивания являются результаты освоения профессионального модуля основной профессиональной образовательной программы по специальности 42.02.01 Реклама в части овладения видом профессиональной деятельности «Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях».

Оценочные средства позволяют оценить освоение профессиональных компетенций (ПК), соответствующих виду профессиональной деятельности, и общих компетенций (ОК).

Результатами освоения дисциплины являются:

Владение навыками

подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом Уникального Торгового Предложения (УТП)

поиска и подбора оригинального нейма и слогана

определения оригинальной идеи для рекламной кампании

подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом инсайта для РК.

оформления текстовых и графических документов

оформление рекламных носителей, в том числе текстовых и графических

создания визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом поставленных задач в области рекламы.

Умения:

использовать поисковые системы интернета

использовать технологии поисково-контекстной рекламы и их системы размещения

определять эффективные УТП (уникальные торговые предложения) и офферы

доводить информацию заказчика до ЦА

использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество.

использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА

проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность.
 использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете
 создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий
 конвертировать файлы в нужные форматы
 использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат
 размещать рекламные материалы в социальных медиа
 подбирать визуальные и текстовые материалы в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для интернет-продвижения
 представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов
 обеспечивать качественное функционирование сайта
 писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов
 создавать графические материалы рекламного характера
 находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА
 разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации, представляя их в виде мудборда или референсов
 составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа
 создавать оригинальные, современные по стилю сайты
 разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику
 использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов
 повышать информационную наглядность сайтов
 создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях.

Знания:

виды и инструменты маркетинговых коммуникаций
 отраслевую терминологию
 требования к визуальным и текстовым материалам в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией
 технологии воздействия на аудиторию при с применением визуальных и текстовых материалов в социальных сетей и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам.
 отраслевую терминологию
 важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании
 программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей
 возможности интернет-ресурсов для макетирования рекламных носителей
 виды сайтов, их возможности и варианты применения
 требования к качественному функционированию сайтов
 программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей
 технические средства создания визуального контента
 возможности и ресурсы для макетирования рекламных носителей
 виды и инструменты маркетинговых коммуникаций
 структуру брифа и требования к нему
 важность учета пожеланий заказчика при разработке фирменного дизайна и элементов фирменного стиля
 важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей
 требования к электронной презентации для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией
 технологии воздействия на аудиторию при проведении презентаций и защит проектов.

3. Формы контроля и оценки результатов освоения

Контроль и оценка результатов освоения – это выявление, измерение и оценивание знаний, умений и уровня практического опыта формирующихся компетенций в рамках освоения профессионального модуля. В соответствии с учебным планом и рабочей программой профессионального модуля «Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях» предусматривается входной, текущий, периодический и итоговый контроль результатов освоения.

4. Примерные (типовые) контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, опыта деятельности, в процессе освоения профессионального модуля, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения модуля

МДК.04.01 Художественное проектирование рекламного продукта

Тема 1.1 Технология создания рекламного продукта

Практическое задание 1. Особенности восприятия рекламных текстов на примере рекламных объявлений

Тема 1.2 Фирменный стиль

Практическое задание: Разработка элементов фирменного стиля. Эскизы вариантов. Знак, образ, персонаж (индивидуальные задания)

Практическое задание: Разработка элементов фирменного стиля. Эскизы вариантов. Логотип

Практическое задание: Разработка графического, цветофактурного и колористического решения товарного знака

Практическое задание: Проект фирменного стиля. Графическая подача проекта

Практическое задание: Разработка и создание фирменной печатной рекламы (деловые бумаги)

Практическое задание: Разработка макета бланка для письма.

Практическое задание: Создание эскизов визиток по индивидуальным заданиям.

Практическое задание: Разработка рекламного модуля.

Лабораторное занятие: Разработка макета рекламного плаката.

Лабораторное занятие: Разработка и создание фирменного буклета

Лабораторное занятие: Разработка макета упаковки. Разработка и создание фирменной этикетки

Лабораторное занятие: Разработка дизайн-проекта рекламного буклета

Практическое задание: Нейминг, разработка легенды

Лабораторное занятие: Макет презентационного плаката А1 по проекту

Практическое задание: Коллаж впечатлений

МДК.04.02 Разработка и реализация творческой концепции рекламного продукта

Тема 2.1 Творческая концепция в рекламе

Практическое задание: Анализ и оценка рекламы разных видов. Анализ и оценка интернет-рекламы разных видов.

Практическое задание: Традиционные и креативные формы в современной рекламной индустрии

Практическое задание: Составление рекламного сообщения по жанрам

Практическое задание: Составление рекламного сообщения публицистическо-информационного характера

Практическое задание: Анализ ситуаций, влияющих на принятие потребителем решения о покупке (решение ситуационных задач или разбор ситуаций).

Практическое задание: Создание слогана по индивидуальным заданиям

Практическое задание: Создание нескольких вариантов заголовков к готовым текстам

Практическое задание: Разработка рекламного текста по заданной теме

Практическое задание: Выполнение эскиза рекламы с использованием особенности психологии цвета

Практическое задание: Анализ ситуаций, влияющих на принятие потребителем решения о покупке (решение ситуационных задач или разбор ситуаций).

Практическое задание: Создание текста для интернет-рекламы по индивидуальным заданиям

Практическое задание: Анализ рекламных обращений известной потребительской торговой марки. Составление «колеса бренда».

Лабораторное занятие: Создание зрительного образа фирмы.

Лабораторное занятие: Разработка основных фирменных констант.

Практическое задание: Разработка метафорического рекламного сообщения.

Лабораторное занятие: Разработка макета рекламного плаката (образные средства).

Лабораторное занятие: Разработка макета рекламной листовки

Практическое задание: Разработать план рекламного игрового представления

Лабораторное занятие: Работа над проектом-концепцией корпоративного фирменного стиля.

Практическое задание: Разработка проекта-концепции фирменного стиля (эскизирование).

Лабораторное занятие: Разработка проекта-концепции фирменного стиля. (Графическая подача проекта)

Лабораторное занятие: Разработка основных компонентов рекламного текста по индивидуальным заданиям.

Лабораторное занятие: Разработка дизайна наружной рекламы – билборд

Лабораторное занятие: Разработка дизайна POS– материалов торгового пространства

Лабораторное занятие: Разработка дизайна выставочного пространства – выставочный стенд

Тема 2.2 Виды и технологии цифровых коммуникаций

Практическое занятие: Создание баннерной интернет рекламы для предприятия торговли

Практическое занятие: Создание баннерной интернет рекламы для промышленного предприятия

Практическое занятие: Создание баннерной интернет рекламы для предприятия, оказывающего услуги

Практическое занятие: Создание баннерной интернет рекламы для рекламного предприятия

Практическое занятие: Разработка макета сайта в программе Photoshop

Практическое занятие: Разработка сайта в конструкторе (Winx)

Практическое занятие: Разработка сайта в конструкторе (Tilda)

Практическое занятие: Разработка сайта в конструкторе (Canva)

Практическое занятие: Сравнительный анализ оптимизированных сайтов

Практическое занятие: Повышение коэффициента кликабельности сайта

Практическое занятие: Разработка приемов для увеличения привлекательности сайта для целевых клиентов

Практическое занятие: Дизайн веб-ресурсов

Практическое занятие: Создание макета электронной газеты

Практическое занятие: Разработка контекстной рекламы

Практическое занятие: Разработка таргетированной рекламы

Практическое занятие: Разработка таргетированной и контекстной рекламной кампании в системах Яндекс.Директ и Google Adword

Практическое занятие: «Популярные социальные сети в России»

Практическое занятие: Создание макета социальной интернет– рекламы

Практическое занятие: Создание рекламного письма почтовой рассылки

Практическое занятие: Разработка вирусной рекламы

Практическое занятие: Настройка аудитории

Практическое занятие: Разработка дизайна формы для регистрации

Практическое занятие: Разработка интернет-каталога

Практическое занятие: Создание мобильного приложения

Практическое занятие: Адаптация мобильного приложения под веб-версию.

МДК 04.03 Производство рекламного продукта

Тема 3.1 Технологии производства рекламного продукта

Лабораторная работа: Приемы создания рекламных слоганов. Разработка текстов для полиграфической рекламы и POS- материалов

Лабораторная работа: Разработка рекламного продукта для основных медиаканалов.

Лабораторная работа: Разработка макета рекламной продукции на заданную тему (разворот страницы журнала, директ-мейл)

Тема 3.3 Применение средств графического дизайна для создания рекламного продукта

Лабораторное занятие: Рисование в программе Photoshop CS5

Лабораторное занятие: Импортирование фотографий в графический редактор Adobe Photoshop. Изменение экспозиции, цветового баланса фотографии..Создание художественной рамки для фотографии

Наложение эффектов и фильтров на фотографию. Создание нового фона на фотографии.

Тема 3.4 Рекламное портфолио

Лабораторное занятие: Обработка фотографий под рекламный плакат. Создание рекламного плаката с моделью или объектом

Лабораторное занятие: Обработка фотографий под рекламную продукцию. Создание рекламного плаката- социальной рекламы.

Лабораторное занятие: Обработка фотографий под концертную афишу. Создание рекламной концертной афиши

Лабораторное занятие: Обработка фотографий под обложку журнала (по индивидуальному заданию). Создание обложки журнала .

Лабораторное занятие: Организация данных и интерфейс Adobe Premiere 6.5. Редактирование клипов в программе Adobe Premiere 6.5

Лабораторное занятие: Организация данных и интерфейс программы Macromedia Flash. Создание простых графических объектов

Лабораторное занятие: Создание анимации движения. Создание анимации формы и маски. Создание анимации с интерактивностью.

Примерные (типовые) вопросы к итоговой аттестации

Примерные (типовые) вопросы к зачету с оценкой

1. Классификация рекламных средств.
 2. Фирменный стиль. Основные определения.
 3. Основные профессии в рекламе. Состав рекламного агентства.
 4. Основные принципы создания фирменного стиля.
 5. Составляющие фирменного стиля.
 6. Графический товарный знак – логотип. Основные типы и принципы разработки.
- Требования к оригинал-макету логотипа.
7. Цветовые модели CMYK и RGB.
 8. Роль фирменного сочетания цветов.
 9. Шрифт как элемент дизайна. Фирменный шрифт.
 10. Схема верстки как элемент фирменного стиля.
 11. Модульные сетки и их применение в полиграфическом дизайне.
 12. Брэндбук. Область применения и структура.
 13. Основные способы тиражирования печатной рекламы.
 14. Оригинал-макет. Определение, основные требования.
 15. Основы производства сувенирной продукции. Требования к оригинал-макетам для сувенирной продукции.
 16. Требования к оригинал-макету рекламного продукта.
 17. Наружная реклама. Виды и формы.
 18. Правовая охрана товарного знака.
 19. Психологические аспекты воздействия цвета в рекламе.
 20. Требования, предъявляемые к наружной рекламе.
 21. Фирменный стиль и бренд. Роль фирменного стиля в формировании бренда.
 22. Рекламный плакат. Его основные составляющие и требования к разработке.
- Принципы плакатного дизайна.
23. Социальная реклама. Ее виды, задачи, цели и формы.
 24. Рекламная листовка. Область применения, этапы разработки, основные форматы, требования к оригинал-макетам.
 25. Этапы разработки логотипа.
 26. Виды наружной рекламы.
 27. Принципы плакатного дизайна.
 28. Социальная реклама как самостоятельный вид современной коммуникации.
 29. Сувенирная продукция как элемент фирменного стиля. Виды сувенирной продукции.
 30. Психологический дизайн фирменного стиля.
 31. Рекламного плакат в ряду печатной рекламы. Требования к оригинал-макетам плаката.
 32. Виды печатной рекламы.
 33. Креативность в рекламе.
 34. Принципы разработки фирменного стиля.
 35. Технологические основы производства наружной рекламы.
 36. Основные форматы полиграфических изданий. Модульная сетка.
 37. Основы разработки полиграфических изданий на основе модульной сетки.
 38. Технология производства рекламы на транспорте.
 39. Рекламный блок как элемент фирменного стиля.
 40. Экологическая реклама. Ее виды, задачи, цели и формы

41. Принципы плакатного дизайна.
42. Технологические основы печатного производства.
43. Психологический дизайн фирменного стиля.
44. Виды социальной рекламы.
45. Печатная реклама и ее роль при создании эффективной рекламы.
46. Назначение брошюры. Этапы разработки дизайна. Основные форматы изданий, способы производства.
47. Печатная реклама и ее составляющие.
48. Принципы разработки фирменного стиля.
49. Брошюра в ряду полиграфической рекламной продукции.
50. Креативность в рекламе.
51. Буклет в ряду полиграфической рекламной продукции.
52. Виды наружной рекламы.
53. Реклама на транспорте.
54. Этапы разработки логотипа.
55. Принципы дизайна рекламной брошюры. Требования к оригинал-макетам брошюры.
56. Средства выражения художественного образа в рекламном плакате
57. Подготовка брошюры к печати.
58. Психофизические аспекты воздействия цвета в рекламе.
59. Модульные сетки и их применение в полиграфическом дизайне.
60. Требования к макету визитки.
61. Шрифт как элемент дизайна. Требования к шрифтам.
62. Требования к макету плаката.
63. Основные форматы полиграфических изданий.
64. Требования к макету брошюры.

Практическое задание:

1. Разработать макеты визитки и фирменного конверта.
2. Разработать макеты фирменного блока и фирменного бланка.
3. Разработать оригинальный макет логотипа. Тема: «Образование»
4. Разработать оригинальный макет логотипа. Тема «Спорт»
5. Разработать макет рекламного плаката, в основе которого лежит шрифтовая композиция.
6. Разработать макет страницы брэндбука по модульной сетке.
7. Разработать макет рекламной листовки.
8. Разработать макеты фирменного пакета и фирменной упаковки.
9. Разработать макет фирменной коробки.
10. Разработать макет вывески-консоли и разместить ее на здании.
11. Разработать макет вывески (козырек) и разместить ее на здании.
12. Разработать макет рекламного плаката. Тема: «Салон красоты»
13. Разработать макет рекламной листовки. Коммерческая реклама.
14. Разработать макет рекламного щита. Тема «Вежливому водителю – спасибо!» (социальная реклама).
15. Разработать макет рекламного плаката социальной рекламы, тема: защита животных.
16. Разработать макет рекламного плаката. Тема: «Строительство».
17. Разработать макет рекламной листовки, используя креатив. Тема «Вежливость и терпимость» (социальная реклама).
18. Разработать макет рекламного буклета и рекламной листовки. (Печатная реклама как элемент фирменного стиля).
19. Разработать макет рекламного плаката на основе шрифтографической композиции.

20. Разработать макет плаката экологической рекламы.
21. Разработать макет плаката коммерческой рекламы.
22. Разработать макет плаката социальной рекламы.
23. Разработать макет визитки и фирменного конверта.
24. Разработать макет визитки и фирменного конверта.
25. Разработать макет плаката коммерческой рекламы.
26. Разработать макет наружной рекламы и разместить ее на фасаде.
27. Разработать макет рекламы на транспорте с размещением на объекте.
28. Разработать макет рекламного плаката.
29. Разработать обложку брошюры на заданную тему.
30. Разработать макет визитки и фирменной папки
31. Разработать макет плаката коммерческой рекламы на основе шрифтографической композиции.
32. Разработать макет листовки коммерческой рекламы.

Примерные (типовые) задания для экзамена по модулю

Примерные задания, проверяющие отдельные компетенции

ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании

Проведите сравнительный анализ (в свободной форме) разных форматов профессиональной деятельности фотографа / видеографа / специалиста по аудиорекламе:

- работа в рекламном или коммуникационном агентстве
- работа в профильных средствах массовой коммуникации
- организация собственной фото/видео/аудио-студии
- фриланс

Опишите достоинства и недостатки каждого формата

ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании Напишите аналитический отчет по вопросу «какие критерии оценки качества рекламного аудиопродукта может применить заказчик или руководитель?» на основе собственного опыта, приобретенного во время прохождения учебной и производственной практики

ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет

Продемонстрируйте рекламный продукт, созданный вами в фото- / видео- / аудио-формате и размещенный на любом интернет-ресурсе

Примерные комплексные задания, ориентированные на проверку освоения вида профессиональной деятельности

ВПД Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях

Охарактеризуйте этап предпродакшна, продакшна или постпродакшна фото-, видео- или аудио- рекламного продукта (на выбор студента), представьте практические результаты своей учебной работы в рамках выбранного этапа (рекламный продукт) На основе сформулированных правил взаимодействие рекламного фотографа / видеографа / специалиста по аудиорекламе с заказчиком разработайте техническое задания для создателя рекламных сообщений

6.2. Методические материалы по освоению профессионального модуля

Общие рекомендации по изучению профессионального модуля

Для успешного овладения программой междисциплинарного курса необходимо выполнять следующие требования:

- посещать все лекционные и практические занятия;
- все рассматриваемые на лекциях и практических занятиях темы и вопросы обязательно фиксировать в тетради;
- обязательно выполнять все домашние задания, получаемые на лекциях или практических занятиях;
- в случаях пропуска занятий по каким-либо причинам, необходимо обязательно самостоятельно изучать соответствующий материал, фиксируя записи в тетради, а также выполнять практические задания.

При изучении профессионального модуля обучающимся рекомендуется пользоваться лекциями; учебниками и учебными пособиями; периодическими изданиями по тематике изучаемой профессиональным модулем. Рекомендуемый перечень литературы приведен в рабочей программе.

Основной материал представлен в лекциях преподавателей. Запись лекции одна из основных форм активной работы студентов, требующая навыков и умения кратко, схематично, последовательно и логично фиксировать основные положения, выводы, обобщения, формулировки.

Методические рекомендации по работе с литературой

Грамотная работа с литературой, предполагает соблюдение ряда правил:

1. Ознакомление с оглавлением, содержанием предисловия или введения;
2. Чтение текста;
3. Выяснение незнакомых слов, терминов, выражений, неизвестных имен, названий.

Методика работы с литературой предусматривает также ведение записи прочитанного. Это позволяет привести в систему знания, полученные при чтении, сосредоточить внимание на главных положениях, зафиксировать, закрепить их в памяти, а при необходимости вновь обратиться к ним.

Методические рекомендации по составлению конспекта

Конспект – сложный способ изложения содержания книги или статьи в логической последовательности. Внимательно прочитайте текст. Уточните в справочной литературе непонятные слова. При записи не забудьте вынести справочные данные на поля конспекта. Выделите главное, составьте план, представляющий собой перечень заголовков, подзаголовков, вопросов, последовательно раскрываемых затем в конспекте.

Законспектируйте материал, четко следуя пунктам плана. При конспектировании старайтесь выразить мысль своими словами. Записи следует вести четко, ясно.

При оформлении конспекта необходимо стремиться к емкости каждого предложения. Мысли автора книги следует излагать кратко, заботясь о стиле и выразительности написанного.

Методические рекомендации по составлению опорного конспекта

Опорный конспект - вид внеаудиторной самостоятельной работы студента по созданию краткой информационной структуры, обобщающей и отражающей суть материала лекции, темы учебника.

Опорный конспект – это наилучшая форма подготовки к ответу на вопросы.

Основная цель опорного конспекта – облегчить запоминание. Этапы составления опорного конспекта:

1. Изучить материалы темы, выбрать главное и второстепенное;
2. Установить логическую связь между элементами темы;
3. Представить характеристику элементов в краткой форме;

4. Выбрать опорные сигналы для акцентирования главной информации и отобразить в структуре работы.

Методические рекомендации по созданию презентаций

Презентация – вид самостоятельной работы студентов по созданию наглядных информационных пособий, выполненных с помощью мультимедийной компьютерной программы Power Point.

Этот вид работы требует координации навыков студента по сбору, систематизации, переработке информации, оформления ее в виде подборки материалов, кратко отражающих основные вопросы изучаемой темы, в электронном виде.

Материалы-презентации готовятся студентом в виде слайдов с использованием программы Microsoft Power Point.

Презентация должна содержать не менее 15 многослойных слайдов с использованием возможностей анимации и различного оформления. Приветствуется наличие в презентации звукового сопровождения (комментариев) и реальных примеров (картинок).

После проведения демонстрации слайдов презентации студент должен дать личную оценку социальной значимости изученной проблемной ситуации и ответить на заданные вопросы.

Этапы подготовки презентации:

1. Изучить материалы темы, выделяя главное и второстепенное;
2. Установить логическую связь между элементами темы;
3. Представить характеристику элементов в краткой форме;
4. Выбрать опорные сигналы для акцентирования главной информации и отобразить в структуре работы;
5. Оформить работу и предоставить к установленному сроку. Критерии оценки:
 - соответствие содержания теме;
 - правильная структурированность информации;
 - наличие логической связи изложенной информации;
 - эстетичность и соответствие требованиям оформления;
 - работа представлена в срок.

Методические рекомендации по подготовке информационного сообщения

Это вид работы по подготовке небольшого по объему устного/письменного сообщения, которое может быть озвучено на практическом занятии, или представлено в любой другой объективной форме. Сообщаемая информация носит характер уточнения или обобщения, несет новизну, отражает современный взгляд по определенным проблемам.

Сообщение отличается от докладов и рефератов не только объемом информации, но и ее характером – сообщения дополняют изучаемый вопрос фактическими или статистическими материалами.

При письменном оформлении задания, оно может включать элементы наглядности (иллюстрации, демонстрацию).

Этапы подготовки сообщения:

1. Собрать и изучить литературу по теме.
2. Составить план или графическую структуру сообщения.
3. Выделить основные понятия.
4. Ввести в текст дополнительные данные, характеризующие объект изучения.
5. Оформить текст письменно (если требуется). Критерии оценивания информационного сообщения:
 - актуальность темы;

- соответствие содержания теме;
- глубина проработки материала;
- грамотность и полнота использования источников.

Методические рекомендации по прохождению тестирования

Тестирование – это исследовательский метод, который позволяет выявить уровень знаний, умений и навыков, способностей, а также их соответствие определенным нормам усвоения, путем выполнения испытуемым ряда специальных заданий.

Следует понимать, что тестовые задания могут быть представлены в различных формах:

- задания закрытой формы, в которых обучающийся выбирает один или несколько правильных ответов из заданного набора;
- задания на дополнение (открытые задания) требующие самостоятельного получения ответов;
- задания на установления соответствия (с множественным выбором), выполнение которых связано с выявлением соответствия между элементами нескольких множеств;
- задания на установление правильной последовательности, в которых от учащегося требует указать порядок действий или процессов и другие.

Этапы подготовки к тестированию:

1. Внимательно прочитайте материал по конспекту, составленному на учебном занятии. Прочитайте тот же материал по учебнику, учебному пособию.
2. Постарайтесь разобраться с непонятным, в частности новыми терминами и конструкциями.
3. Ответьте на контрольные вопросы для самопроверки, имеющиеся в учебнике, конспекте и т.д.
4. Кратко перескажите содержание изученного материала «своими словами».
5. Выучите определения основных понятий, условные обозначения, формулы и конструкции.

Подготовка к практическим занятиям

В ходе подготовки к практическим занятиям необходимо изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д., ознакомиться с программным обеспечением. Следует дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной преподавателем и предусмотренной учебной программой.

При подготовке к практическому занятию по междисциплинарным курсам следует:

- внимательно изучить задание, определить круг вопросов;
- определить список необходимой литературы и источников, используя список, предложенный в рабочей программе МДК;
- изучить конспект лекций по данной теме;
- повторить основы работы с соответствующим видом программного обеспечения;
- повторять основные термины;
- логично строить диаграммы и схемы информационных систем

В процессе этой работы необходимо понять и запомнить основные положения рассматриваемого материала, примеры, поясняющие его, а также разобраться в иллюстративном материале.

Заканчивать подготовку следует закреплением материала, с использованием при необходимости соответствующих программных продуктов.

Все практические задания, предусмотренные рабочей программой, представлены в фонде оценочных средств по дисциплине.

Критерии оценивания выполненных практических работ:

- правильность выполнения работы (отсутствие фактических, логических и других ошибок);
- полнота выполнения работы;
- своевременность выполнения.

Задания, выполненные позже установленного срока, оцениваются минимальным количеством баллов.

Порядок организации самостоятельной работы студентов

Самостоятельная работа студентов способствует развитию самостоятельности, ответственности и организованности, творческого подхода к решению проблем учебного и профессионального уровня.

Целью самостоятельной работы студентов является: овладение практическими знаниями, профессиональными умениями и навыками деятельности по специальности, опытом творческой, исследовательской деятельности.

Самостоятельная работа студентов по междисциплинарным курсам МДК предполагает:

- самостоятельный поиск ответов и необходимой информации по предложенным вопросам;
- выполнение заданий для самостоятельной работы, в том числе тестов;
- изучение теоретического и лекционного материала, а также основной и дополнительной литературы при подготовке к практическим занятиям, подготовке сообщений;
- подготовку к контрольным работам по темам, предусмотренным программой МДК.

Самостоятельная работа студентов является обязательным элементом подготовки специалиста среднего звена. Она является оцениваемой и включается в технологическую карту МДК.

Методические рекомендации по выполнению самостоятельных практических заданий

Практическое задание – это вид самостоятельной работы, предполагающий выполнение системы заданий, направленных на формирование практических умений и навыков по заданной тематике.

Рекомендации по выполнению практических заданий:

- ознакомиться с тематикой и содержанием задания;
- изучить соответствующий материал, представленный в конспектах;
- при необходимости, изучить дополнительный материал, имеющийся в основной и дополнительной литературе, представленной в программе;
- проанализировать задания, выполненные в ходе практических занятий;
- выполнить работу в установленные сроки.

Для выполнения заданий необходимо наличие соответствующего программного обеспечения, которое указано в задании (или которое использовалось при выполнении аналогичных заданий на практических занятиях).

Критерии оценивания выполнения самостоятельных практических заданий:

- правильность выполнения работы (отсутствие фактических, логических и других ошибок);
- полнота выполнения работы;
- своевременность выполнения.

Задания, выполненные позже установленного срока, оцениваются минимальным количеством баллов.

Рекомендации по проведению учебных занятий с обучающимися с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий

Для проведения контактной работы обучающихся с преподавателем АНПОО «ККУ» с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий определен набор электронных ресурсов и приложений, которые рекомендуются к использованию в образовательном процессе. Образовательный процесс осуществляется в соответствии с расписанием учебных занятий 2023/2024 учебного года, размещенным на официальном сайте колледжа.

Организация образовательного процесса осуществляется через личный кабинет на официальном сайте колледжа. Преподаватель в электронном журнале для соответствующей учебной группы указывает тему занятия. Прикрепляет учебные материалы, задания или ссылки на электронные ресурсы, необходимые для освоения темы, выполнения домашних заданий.

Алгоритм дистанционного взаимодействия:

1.1. Для обеспечения дистанционной связи с обучающимися преподаватель взаимодействует с обучающимися групп в электронной платформе Сферум, либо посредством корпоративной электронной почты (домен @kku39.ru).

1.2. В сформированных группах, обучающихся на платформах (см. выше) преподаватель доводит до обучающихся информацию:

- об алгоритме размещения информации об учебных материалах и заданиях на электронных ресурсах колледжа.
- индивидуальный график консультирования обучающихся, в т.ч. дистанционном формате.

1.3. Обучающиеся выполняют задание, в соответствии с расписанием учебных занятий в формате ДО и предоставляют их в электронной форме на электронный ресурс.

1.4. Осуществление мониторинга выполнения учебного плана и посещаемости занятий происходит ежедневно преподавателем через электронные ресурсы.