

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет аэрокосмического приборостроения»

Факультет среднего профессионального образования



«УТВЕРЖДАЮ»

Декан факультета СПО, к.т.н.

С.Л. Поляков С.Л. Поляков

«24» декабря 2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ.04 «Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и
основных креативных решений и творческих материалов на основных
рекламных носителях»

образовательной программы

42.02.01 «Реклама»

<u>Объем профессионального модуля, часов</u>	724
Учебные занятия, часов	412
в т.ч. лабораторно-практические занятия, часов	140
в т.ч. курсовой проект, часов	20
Самостоятельная работа, часов	90
Практика, часов	180
в т.ч. учебная практика, часов	108
в т.ч. производственная практика, часов	72

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе
ФГОС по специальности среднего профессионального образования

42.02.01

код

Реклама

наименование специальности(ей)

РАССМОТРЕНА И ОДОБРЕНА

Цикловой комиссией экономических
дисциплин и рекламы

Протокол № 4 от 04.12.2025 г.

Председатель:  /Лачугина М.М./

РЕКОМЕНДОВАНА

Методическим

советом факультета СПО

Протокол № 5 от 24.12.2025 г.

Председатель:  /Шелешнева С.М./

Разработчики:

Лачугина М.М., преподаватель высшей квалификационной категории, к.э.н.

Филиппова С.Е., преподаватель высшей квалификационной категории

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	3
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	7
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	18
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	19

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ СОЗДАНИЕ КЛЮЧЕВЫХ ВЕРБАЛЬНЫХ И ВИЗУАЛЬНЫХ СООБЩЕНИЙ И ОСНОВНЫХ КРЕАТИВНЫХ РЕШЕНИЙ И ТВОРЧЕСКИХ МАТЕРИАЛОВ НА ОСНОВНЫХ РЕКЛАМНЫХ НОСИТЕЛЯХ

1.1. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

Рабочая программа профессионального модуля является составной частью программно-методического сопровождения образовательной программы (ОП) среднего профессионального образования (СПО) по специальности 42.02.01 «Реклама» в части освоения основного вида деятельности (ВД) **Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях** и соответствующих общих (ОК) и профессиональных компетенций (ПК).

Перечень 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 правовой и 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.

Перечень профессиональных компетенций:

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.

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

<p>Владеть навыками</p>	<ul style="list-style-type: none"> – 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.
<p>Уметь</p>	<ul style="list-style-type: none"> – 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;

	<ul style="list-style-type: none"> – 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	<ul style="list-style-type: none"> – виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; – отраслевую терминологию; – требования к визуальным и текстовым материалам в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; – технологии воздействия на аудиторию при с применением визуальных и текстовых материалов в социальные сети и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам; – важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании; – программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей; – возможности интернет-ресурсов для макетирования рекламных носителей; – виды сайтов, их возможности и варианты применения; – требования к качественному функционированию сайтов; – технические средства создания визуального контента; – возможности и ресурсы для макетирования рекламных носителей; – структуру брифа и требования к нему; – важность учета пожеланий заказчика при разработке фирменного дизайна и элементов фирменного стиля; – важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей; – требования к электронной презентации для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; – технологии воздействия на аудиторию при проведении презентаций и защит проектов.

1.2. Количество часов, отводимое на освоение программы профессионального модуля

Всего часов – 724, в том числе:

учебные занятия, часов – 412;

самостоятельной работы обучающегося, часов – 90;

учебной и производственной практики, часов – 180.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Структура профессионального модуля

Коды профессиональных и общих компетенций	Наименование циклов, учебных предметов, дисциплин, профессиональных модулей, МДК, виды практик	Объем образовательной программы, всего	Объем образовательной программы в академических часах										
			Самостоятельная работа	Объем по учебным предметам, дисциплинам и МДК						По практике производственной и учебной	Консультации	Промежуточная аттестация	
				Всего учебных занятий	в т. ч. по учебным предметам, дисциплинам и МДК			По практике производственной и учебной	Консультации				Промежуточная аттестация
					теоретическое обучение	лаб. и практ. занятия	курсовых работ (проектов)						
	Всего	724	90	412	252	140	20	180	12	30			
ОК 1-7, ОК9 ПК 4.1-4.3	МДК 04.01. Разработка и создание креативных решений в рекламе	223	35	164	54	90	20		8	16			
	<i>в том числе</i>												
	<i>Раздел 1. Разработка и визуализация креативных решений рекламного контента</i>		7	32	20	12							
	<i>Раздел 2. Технологии дизайна в рекламе</i>		16	76	8	68							
	<i>Раздел 3. Основы копирайтинга</i>		12	56	26	10	20						
	МДК 04.02. Технологии и способы реализации креативных решений на основных рекламных носителях	315	55	248	198	50			4	8			
	<i>в том числе</i>												
	<i>Раздел 4. Проектирование и создание рекламных продуктов на основных рекламных носителях</i>		15	56	36	20							
	<i>Раздел 5. Технологии фото- и видеосъемки при реализации креативных решений</i>		15	56	46	10							
	<i>Раздел 6. Применение компьютерной графики при реализации креативных решений на основных рекламных носителях</i>		25	136	116	20							
	Учебная практика	108							108				
Производственная практика	72							72					
Экзамен по профессиональному модулю	6									6			

2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем, акад. ч / в том числе в форме практической подготовки, акад ч
1	2	3
МДК 04.01 Разработка и создание креативных решений в рекламе		223/90
Раздел 1. Разработка и визуализация креативных решений рекламного контента		32/12
Тема 1.1 Проектирование креативных решений рекламного сообщения	Содержание учебного материала	16/8
	1. Проведение ситуационного анализа и формирование ключевых рекламных решений. Понятие инсайта и рекламного оффера	2
	2. Модели разработки креативных решений в рекламе	2
	3. Работа с заказчиком: аспекты брифа на разработку креативных материалов. Бриф, дебриф, креативный бриф.	2
	4. Проведение ситуационного анализа и формирование ключевых рекламных решений.	2
	В том числе практических и лабораторных занятий	8
	Практическое занятие 1. Проведение анализа, формирование ключевого рекламного решения.	2
	Практическое занятие 2. Создание инсайта, разработка рекламного текста	2
Практическое занятие 3. Создание ключевого визуального образа (Key visual).	4	
Тема 1.2 Рекламное сообщение: визуальные и графические средства создания	Содержание учебного материала	16/4
	1. Нейминг как отражение позиционирования и фирменного стиля компании	2
	2. Принципы разработки логотипа	2
	3. Виды и формы макетов текстовой рекламы.	2
	4. Приемы визуализации рекламных сообщений	2
	5. Учет особенностей типографики и инфографики при создании рекламного контента.	2
	6. Правила проектирования мудборда. Разработка мудборда на основе позиционирования и УТП компании	2
	В том числе практических и лабораторных занятий	4
Практическое занятие 4. Разработка основных элементов мудборда.	2	
Практическое занятие 5. Создание паттернов и основной фирменной инфографики	2	
Примерная тематика самостоятельной учебной работы		
Создание портфолио по теме «Основные шаблоны креативных решений в рекламе» по индивидуальному заданию		7

Консультации		4
Промежуточная аттестация		8
Раздел 2 Технологии дизайна в рекламе		76/68
Тема 2.1. Разработка дизайна айдентики бренда	Содержание учебного материала	36/34
	Основные элементы системы корпоративной идентичности. Методика и этапы разработки логотипа. Виды логотипов, визуальных знаков. Разработка фирменных цветов, шрифтов и фирменных элементов.	2
	В том числе практических и лабораторных занятий	34
	Разработка графического логотипа (графические, абстрактные и знаки с негативным пространством)	8
	Разработка шрифтового логотипа (буквенный, монограммы, словесные знаки)	6
	Разработка фирменных цветов и шрифта	4
	Разработка паттернов и фирменных значков	8
	Разработка мокапов и сувенирной продукции в векторном и в растровом формате	8
Тема 2.2 Дизайн комплекса наружной рекламы	Содержание учебного материала	30/28
	Основные типы, виды, форматы наружной рекламы. Адаптирование типа наружной рекламы под цели и бюджеты рекламодателей	2
	В том числе практических и лабораторных занятий	28
	Разработка серии рекламных плакатов, соответствующих айдентике бренда	4
	Проектирование и дизайн билборда и брендмаэура	4
	Дизайн ситилайтов и лайтпостеров, пилона и пиллара, панель-кронштейна и штендера	4
	Разработка дизайна транзитной рекламы и брендинга автомобиля	4
	Дизайн баннера (для музея, для театра)	4
	Разработка key visual и инсайта	8
Тема 2.3 Дизайн комплекса внутренней рекламы	Содержание учебного материала	6/4
	Виды, форматы внутренней рекламы (indoor-реклама). Особенности дизайна indoor-реклама	2
	В том числе практических и лабораторных занятий	4
	Разработка дизайн лайтбокса	2
	Дизайн для брендинга пространства в торговых центрах	2
Тема 2.4 Дизайн некоммерческой реклама	Содержание учебного материала	4/2
	Особенности дизайна социальной рекламы.	2
	В том числе практических и лабораторных занятий	2
	Создание дизайна социальной рекламы	2
Примерная тематика самостоятельной учебной работы Разработка дизайн комплекса внутренней рекламы		16

Раздел 3. Основы копирайтинга		56/10
Тема 3.1 Вербальные средства создания рекламного образа	Содержание учебного материала	36/10
	1.Понятие копирайтинга. Профессиограмма копирайтера. Приемы и принципы составления рекламных текстов. Семиотика в рекламе. Знаковая культура рекламы.	2
	2.Разработка фирменных названий	2
	3. Виды слоганов. Принципы создания рекламных слоганов. Рекламный заголовок в рекламе.	2
	4.Особенности рекламной риторики. Стили и жанры текстовой рекламы.	2
	5.Структурно-содержательные характеристики рекламного текста.	2
	6.Основные модели рекламного текста	2
	7.Коммуникативные модели рекламного текста: «модель перевернутой пирамиды», «параграфная реклама», «повествовательная реклама», «драматизированная реклама», «инструктирующая реклама», «эффект края»	2
	8.Выразительные средства речи. Анализ рекламных сообщений	2
	9. Использование в рекламных текстах синонимии, неологизмов, каламбура, жаргонизмов, анафоры и эпитеты, инверсии, пермутации, метафор, оксюморона, антитезы, гиперболы, парадокса, олицетворения, аллегии, эвфемизмов.	2
	10.Использование фразеологизмов и крылатых выражений для создания рекламных идей. Прием аллюзии. Создание метафор.	2
	11.Разработка фирменной легенды	2
	12.Принципы разработки рекламных джинглов	2
	13.Виды пиар-текстов. Особенности разработки PR-текстов (занимательная статья, бэкграундеры, кейс-история, обзорная статья, авторская статья, нативная статья)	2
	В том числе практических и лабораторных занятий	10
	1.Создание структурированного рекламного текста. Рекламный заголовок в рекламе. Основной рекламный текст. Эхо-фраза в рекламе	2
	2.Создание вариантов фирменных названий. Проверка оригинальности. Аргументация	2
3.Создание слоганов рекламной кампании. Проверка оригинальности. Обоснование выбора. Проектирование фирменного слогана	2	
4. Разработка и варианты использования фирменной легенды	2	
5.Разработка и создание ключевых элементов рекламной кампании на основе использования каламбуров, языковых явлений и стилистических фигур речи.	2	
Примерная тематика самостоятельной учебной работы Создание портфолио по индивидуальному заданию: 1. Разработка и обоснование фирменного названия 2. Разработка и обоснование фирменного слогана 3. Разработка фирменной легенды	6	

4. Разработка рекламного джингла	
5. Разработка текста для нативного интернет - размещения	
6. Разработка РТ на основе классической структуры	
Выполнение курсовой работы 1. Обсуждение темы, индивидуального задания, согласование плана работы. Создание библиографического списка. Выбор методов и инструментов проектирования 2. Составление брифа на разработку креативных материалов, структурные элементы раздела «Введение» 3. Разработка маркетингового стратегического обоснования проекта 4. Разработка маркетингового тактического обоснования проекта 5. Разработка проектного решения творческой концепции 6. Разработка проектного решения ключевого инсайта 7. Разработка проектного решения ключевых фирменных элементов – названия, слогана, символики 8. Разработка и обоснование рекламного текста и текстового дизайна 9. Обоснование визуализации рекламного обращения. Проектирование мудборда и мокапов рекламных обращений 10. Защита курсовой работы	20
Самостоятельная учебная работа обучающегося над курсовой работой 1. Планирование выполнения курсовой работы. 2. Определение цели и задач работы. 3. Подбор и изучение литературных источников. 4. Проведение предпроектного исследования. 5. Определение ключевых рекламных решений. 6. Разработка рекламной продукции. 7. Предварительная оценка эффективности. 8. Вычитка текста, работа над ошибками. 9. Создание презентации. 10. Подготовка речи для защиты курсовой работы.	6
Консультации	4
Промежуточная аттестация	8

МДК 04.02. Технологии и способы реализации креативных решений на основных рекламных носителях		315/40
Раздел 4. Проектирование и создание рекламных продуктов на основных рекламных носителях		56/20
Тема 4.1. Логика рекламного проектирования	Содержание учебного материала	4/-
	1. Типы рекламной продукции. Производственный процесс. Работа с заказчиком. Работа с брифами. Принятие решения о способах и технологиях изготовления рекламного продукта. Проведение ситуационного анализа и формирование ключевых рекламных решений формата, содержанию и комплексе элементов рекламы.	2
	2. Выбор формы рекламного продукта. Работа с брифом и проведение подготовительных работ для производства рекламы. Формирование рекламного текста под конкретный формат. Создание эскиза рекламного продукта. Создание комплекса рекламных продуктов	2
Тема 4.2. Проектирование печатной рекламы	Содержание учебного материала	4/-
	1. Проектирование печатной рекламы. Виды печатной рекламы. Технологии печатной рекламы.	2
	2. Создание рекламных буклетов разных форматов листовок разных форматов. Создание афиш. Создание баннеров для размещения на различных конструкциях	2
Тема 4.3. Проектирование наружной рекламы	Содержание учебного материала	4/2
	Виды наружной рекламы, конструктивные особенности, технологии создания.	2
	В том числе практических и лабораторных занятий	2
	Практическое занятие 1. Создание макетов наружной/печатной рекламы	2
Тема 4.4. Проектирование транзитной рекламы	Содержание учебного материала	4/2
	Виды транзитной рекламы	2
	В том числе практических и лабораторных занятий	2
	Практическое занятие 1. Разработка комплекса транзитной рекламы	2
Тема 4.5. Проектирование интернет - рекламы	Содержание учебного материала	40/16
	1. Интернет-реклама. Типы. Особенности создания и размещения	2
	2. Баннерная реклама. Форматы и условия размещения	2
	3. Баннерная реклама для размещения на сайте, в соцсетях	2
	4. Создание рекламы для использования в блогосфере	2
	5. Создание рекламы для соцсетей	2
	6. Создание рекламы для мессенджеров	2
	7. Особенности создания лендинга. Создание лендинга	2
	8. Особенности создания многостраничных сайтов	2
	9. Создание структуры и юзefлоу сайта	2
	10. Создание многостраничного сайта	2
	11. Создание рекламных продуктов для размещения тематических сайтах, в электронных СМИ	2
	12. Создание рекламных продуктов для осуществления внешней оптимизации сайта	2

	В том числе практических и лабораторных занятий	16
	1. Практическое занятие 3.Баннерная реклама для размещения на сайте, в соцсетях	2
	2. Практическое занятие 4.Создание рекламы для использования в блогосфере	2
	3. Практическое занятие 5.Создание рекламы для соцсетей	2
	4. Практическое занятие 6.Создание рекламы для мессенджеров	2
	5. Практическое занятие 7. Создание лендинга	2
	6. Практическое занятие 8.Создание многостраничного сайта	4
	7. Практическое занятие 9.Создание рекламных продуктов для обеспечения внешней оптимизации сайта	2
Самостоятельная учебная работа обучающегося		15
1. Совершенствование рекламной коммуникации посредством разработки сайта.		
2. Совершенствование рекламной коммуникации посредством продвижения в онлайн среде.		
3. Совершенствование рекламной коммуникации посредством создания контента.		
4. Совершенствование рекламной коммуникации посредством разработки рекламной продукции.		
5. Совершенствование рекламной коммуникации посредством смм продвижения.		
Раздел 5. Технологии фото- и видеосъёмки при реализации креативных решений		56/10
Тема 5.1. Использование студийного оборудования, технология фототравирования.	Содержание учебного материала	6/4
	Особенности технологии прикладного использования студийного оборудования.	2
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	4
	Практическое занятие №1. Схемы установки студийного освещения для решения основных задач рекламной фотосессии.	2
	Практическое занятие № 2. Использование насадок и фильтров на приборы студийного освещения, для создания специфического светового рисунка на рекламируемом объекте.	2
Тема 5.2. Работа над имиджевой фотографией, фотосессия предметов потребления.	Содержание учебного материала	8/2
	Фотографирование визуальных рекламных композиций. Фотосессия предметов потребления. Фотосессия визуальных композиций. Фотосессия имиджевого предмета. Креативная компоновка различных предметов в композицию для рекламного проекта.	6
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	2
	Практическое занятие № 3. Компоновка и финишное решение для рекламной композиции натюрморта предметов потребления. Подбор визуального ряда и текстового материала по заданной теме в фотосессии визуальной композиции.	2
Тема 5.3 Технология видеосъёмки в рекламе	Содержание	8/2
	Техника и технология видеосъёмки. Основные правила видеосъёмки. План съёмки. Кинематографические планы. Структура кадра. Основы композиции. Основные принципы работы с визуальными образами. Изображение пространства. Движение камеры. Управление композицией. Классификация планов по крупности. План: крупный, средний, общий. Правила монтажа по крупности.	2
	Ракурс. Перспектива. Глубина кадра. Понятие "ракурс", его правильный выбор. Субъективная камера. Внутрикадровый монтаж. Монтажная съёмка. Режиссерские решения для полноценного раскрытия темы.	2

	Построение композиции и выбор ракурсов для съёмки рекламного интернет-видео с целью максимального удержания внимания аудитории.	2
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	2
	Практическое занятие № 4. Съёмка видео с учётом монтажных переходов для управления зрительским восприятием	2
Тема 5.4 Освещение и видеосъёмка.	Содержание	4/2
	Роль света при проведении видеосъёмки. Видеосъёмка при искусственном освещении. Характеристики света. Уровни освещённости. Осветительное оборудование для студийного освещения. Общие замечания по использованию искусственных источников света.. Освещение лица. Простейшие схемы установки света. Коррекция света.	2
	Практическое занятие № 5. Моделирование схемы освещения.	2
Тема 5.5 Техника монтажа	Содержание	8/-
	Технические и программные средства для компьютерной обработки видео. Видеоредакторы.	2
	Программы создания анимаций и спецэффектов. Конверторы и кодеры. Видеопроекторы. Редакторы звука. Онлайн-сервисы редактирования видео и аудио. Возможности платформы 123Apps.	2
	Видеоредакторы. Начало работы. Запуск программы. Интерфейс программы. Кодирование видеоданных. Форматы экспорта видео.	2
	Монтаж видео и экспорт его под распространённые теле- и веб-форматы.	2
Тема 5.6 Использование дополнительных видеоэффектов	Содержание:	12/-
	Примеры видеоэффектов. Добавление и удаление видеоэффектов. Настройка эффектов по шаблонам. Особенности работы с хромакеем. Создание титров и заставок. Редактор титров. Работа с моушен-графикой.	4
	Созданию видеоэффектов с использованием редакторов, а также с помощью интернет-сервисов на базе искусственного интеллекта.	4
	Создание и размещение в Интернете рекламного AR-приложения с помощью сервиса WebAR.	2
	Создание рекламного ролика в жанре моушен-дизайна.	2
Тема 5.7 Озвучивание видеофильмов	Содержание:	10/-
	Звуковое сопровождение видеофильмов. Природа звука. Характеристики звука. Цифровой звук. Основные форматы записи звука. Основной набор аппаратуры для работы со звуком. Уровни звука. Стереозвук.	4
	Монтаж звука. Линия времени для аудиодорожек. Регулировка громкости звука. Регулятор баланса звука. Техника работы с микрофоном. Использование нескольких звуковых дорожек. Особенности обработки звука для ведения в сети Интернет трансляций в режиме реального времени.	4
	Озвучивание информационной видеопрезентации средствами ИИ-сервиса для синтеза речи и генерации звуков.	2
Примерная тематика самостоятельной учебной работы при изучении раздела		
	1. Пробная фотосессия предметов.	15
	2. Приобретение знаний композиции в составлении натюрморта. Фотографирование натюрморта со студийным светом.	
	3. Подготовка и оформление ресурсов видеопрокта для публикации на видеохостинге Rutube и VK-Видео	
Раздел 6. Применение компьютерной графики при реализации креативных решений на основных рекламных носителях		136/20
Тема 6.1 Основы компьютерной графики.	Содержание	8/-
	Программные средства для создания печатного рекламного продукта. Основные понятия и возможности компьютерной графики. Технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации.	8
	Программные средства для создания печатного рекламного продукта. Основные понятия и возможности	

	компьютерной графики. Технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации.	
Тема 6.2. Основы растровой графики.	Содержание учебного материала	48/12
	1. Интерфейс редактора растровой графики. Основные инструменты. Способы выделения.	8
	2. Понятия слоя. Работа со слоями, многослойные изображения.	8
	3. Работа с текстом и эффекты в растровой среде.	10
	4. Техника ретуширования. Цветовая тоновая коррекция изображения	10
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	12
	Практическое занятие №1. Создание композиции с использованием готовых выделенных объектов	2
	Практическое занятие № 2. Создание многослойной монтажной композиции в растровой графике	2
	Практическое занятие № 3. Компьютерная обработка растрового изображения: стилизация фотографии «под вектор»	2
	Практическое занятие № 4. Обработка фотографий в программе растровой графики	2
	Практическое занятие № 5. Размещение объектов с учётом перспективы	2
	Практическое занятие № 6. Создание рекламной листовки в редакторе растровой графики	2
Тема 6.3 Разработка и создание многостраничного сайта	Содержание учебного материала	80/8
	Изучение основных функций в Figma. Обзор основных настроек и панели инструментов. Обзор инструмента Дизайн и Прототип.	4
	Создание текстовых слоев, подбор шрифтов и настроек типографики. Изучение направляющих и Grid сетки. Создание заливки цветом и градиентами.	4
	Создание «умных» списков, кнопок и меню, которые подстраиваются под контент.	14
	Использование простых геометрических фигур Rectangle, Ellipse, Line и Pen Tool (векторное рисование) для создания кнопок, блоков и элементов дизайна.	10
	Создание примитивных анимаций. Переход в режим Prototype, создание связей между фреймами (On tap, After delay). Анимация кнопок (hover-эффекты), переключателей и интерактивных элементов.	6
	Использование интеллектуальной анимации для плавных переходов, изменение размеров, цветов и позиций. Анимация прозрачности (opacity) и движения.	6
	Использование AutoLayout, эффекта Clip Content и работа с покадровой анимацией.	4
	Применение плагинов: Работа с инструментами типа FigmaMotion, Motion, LottieFiles для создания более сложных движений.	4
	Оптимизирование макетов, группировка элементов, экспорт изображений для переноса верстки в Dprofile и Tilda.	20
	В том числе практических и лабораторных занятий	8
	Практическое занятие № 7. Создание Лендинга с использованием Grid сетки.	4
Практическое занятие № 8. Создание прототипа сайта с анимированными переходами между страницами.	4	
Самостоятельная учебная работа обучающихся	25	
Подготовка материалов для создания рекламного продукта.		

Создание страницы для справочной таблицы. Разработка макета страницы для создания сложных форм списка с цветным оформлением страницы. Подготовка макета таблицы со вставками рисунков и оформлением ячеек таблиц разными способами. Разработка макета страницы со вставками рисунков, их разным размещением по листу. Создание структуры страницы с набором гиперссылок.	
Консультации	4
Промежуточная аттестация	8
Учебная практика Виды работ: Составление брифа на разработку креативных материалов Разработка творческих рекламных решений для достижения целей коммуникационной кампании Разработка мудборда для визуализации ключевого инсайта рекламного контента Разработка элементов фирменного стиля Разработка элементов SEO-копирайтинга Разработка макета лендинга Разработка макета и мокапа для рекламных продуктов Разработка презентации авторского проекта	108
Производственная практика Виды работ: 1. Изучение функциональной структуры предприятия и функций каждого структурного подразделения (тип рекламного агентства, руководство, иерархия должностей, объём заказов, уровень, территория охвата, возможности, эффективность) 2. Изучение опыта креативного отдела рекламного агентства (успешные, провальные, яркие рекламные сообщения) 3. Участие в разработке медиаплана, разработка средств продвижения рекламного продукта. 4. Участие студента в качестве стажёра-помощника во всех организационных мероприятиях, связанных с поиском и психологическим обоснованием рекламных идей (описать поставленную задачу, варианты решений, указать идеи, выбранные агентством для работы) 5. Выполнение в качестве стажёра-помощника художественных эскизов и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы; создание визуальных образов с рекламными функциями, обоснование выбора использования инструмента, оборудования, основных изобразительных средств и материалов. 6. Создание моделей (макетов, сценариев) рекламного объекта с учетом выбранной технологии. Выполнение отдельных элементов рекламного проекта в материале. 7. Разработка в качестве стажёра-помощника авторских рекламных проектов (фирменного стиля, рекламной кампании, пиар-кампании) 8. Проведение исследования первоначальных творческих концепций для определения их эффективности (в том числе в фокус-группах) и соответствия целям и задачам кампании. Редактирование результатов креативного процесса.	72

10. Копирайтерские виды работ. Написание текстов для различных носителей рекламной информации. Составление и оформление текстов рекламных объявлений. Участие в разработке проекта рекламы с использованием художественных языковых средств (описать цели, поисковые идеи, результат)	
11. Участие в презентации клиенту коммуникационной стратегии развития бренда, медиастратегии, творческой стратегии, креативных работ и других проектов.	
12. Изготовление макетов рекламной продукции	
Экзамен по профессиональному модулю	6
Всего	724

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому оснащению

Реализация программы профессионального модуля предполагает наличие учебных кабинетов и лабораторий: лаборатория Информационных технологий, мастерская Производства рекламного продукта.

Оснащение учебных кабинетов и лабораторий в соответствии с установленным протоколом Методического совета факультета № 5 от 24.12.2025 г.

Технические средства обучения: комплект мультимедийного оборудования.

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

Основные источники:

1. Кольшкіна, Т. Б. Проектирование и оценка рекламного образа : учебное пособие для среднего профессионального образования / Т. Б. Кольшкіна, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 262 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18737-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/545458>
2. Мазилкіна, Е. И. Основы рекламы : учебное пособие / Е. И. Мазилкіна, Г. Г. Паничкина, Л. А. Ольхова. - Москва : Альфа-М : ИНФРА-М, 2019. - 240 с. - (ПРОФИЛЬ). - ISBN 978-5-98281-271-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1009460>
3. Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 514 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10539-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517937>

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА 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; 	<p>Наблюдение и оценка в ходе выполнения:</p> <ul style="list-style-type: none"> – практических заданий аудиторных занятий,
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; – методами оптимизации интернет-ресурсов с целью привлечения большего числа интернет-клиентов. 	<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.</p>

<p>ОК 01 Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам</p>	<p>–выбор и применение методов и способов решения профессиональных задач в области маркетингового обеспечения реализации рекламного продукта в интернете; -решение стандартных и нестандартных профессиональных задач</p>	<p>Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы</p>
<p>ОК 02 Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности</p>	<p>- выбор и правильное применение современных средств поиска, анализа и интерпретации информации; - выбор и правильное применение инструментария информационных технологий для выполнения профессиональных задач</p>	<p>Наблюдение и оценка в ходе выполнения: – практических заданий аудиторных занятий, – видов работ учебной и производственной практики. Наблюдение и оценка в ходе выполнения практической части экзамена.</p>
<p>ОК 03 Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях</p>	<p>- способен самостоятельно выполнять работу по личностному развитию в профессиональной сфере; - выполняет творческие проекты и участвует в профессиональных конкурсах</p>	<p>Наблюдение за результатами творческой деятельности. Мониторинг участия во внеучебных мероприятиях, при выполнении творческих самостоятельных работ</p>
<p>ОК 04 Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде</p>	<p>- способен продуктивно и позитивно взаимодействовать при решении поставленных задач при групповой работе</p>	<p>Мониторинг участия во внеучебных мероприятиях, при выполнении творческих самостоятельных работ</p>

<p>ОК 05 Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста</p>	<p>- способен осуществлять устную и письменную коммуникацию, разрабатывать нейминг и рекламные тексты с учетом особенностей ЦА</p>	<p>Мониторинг участия во внеучебных мероприятиях, при выполнении творческих самостоятельных работ</p>
<p>ОК 06 Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с</p>	<p>- проявляет гражданскую позицию, демонстрирует осознанное поведение при решении профессиональных задач; - применяет антикоррупционное поведение при выстраивании</p>	<p>Мониторинг участия во внеучебных мероприятиях, при выполнении творческих самостоятельных работ</p>