

Федеральное государственное образовательное бюджетное
учреждение высшего образования
«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»
(Финансовый университет)

Уральский филиал Финуниверситета

СОГЛАСОВАНО

Генеральный директор

ООО «ФИНУИ»



П.М. Саитгалина

УТВЕРЖДАЮ

Директор

Уральского филиала
Финуниверситета



И.А. Кравченко

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

по специальности 42.02.01 Реклама

Челябинск - 2026

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (далее – ФГОС СПО) по специальности 42.02.01 Реклама, утверждённого Приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 21.07.2023 № 552.

Разработчик: Угрюмова Наталья Викторовна, к.э.н., преподаватель

Рабочая программа профессионального модуля рассмотрена и рекомендована на заседании предметно-цикловой комиссии профессиональных дисциплин.

Протокол от «27» января 2026 г. № 6.

Председатель
предметно-цикловой комиссии
профессиональных дисциплин

Н.В. Угрюмова

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	6
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	7
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	15
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	17

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

1.1.Область применения рабочей программы

Рабочая программа профессионального модуля (далее – рабочая программа) является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности по специальности 42.02.01 Реклама в части освоения основного вида профессиональной деятельности.

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен освоить основной вид деятельности и соответствующие ему общие компетенции и профессиональные компетенции.

1.2.Цели и задачи профессионального модуля – требования к результатам освоения профессионального модуля

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

Владеть навыками	<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.
Уметь	<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

	<p>оригинальность и антиплагиат;</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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	<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.

1.3. Количество часов, отводимое на освоение профессионального модуля

Всего – 296 часов, из них

самостоятельная работа – 60 часов;

на освоение МДК – 146 часов;

производственная практика (по профилю специальности) – 72 часа;

экзамен по модулю – 18 часов.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения профессионального модуля является овладение студентами видом профессиональной деятельности в области проведения исследований для создания и реализации рекламного продукта, том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

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 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 общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения.
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

Перечень профессиональных компетенций

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
ВД	Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и 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 решение в целях тактического планирования рекламной коммуникационной компании.
ПК 4.3	Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Структура профессионального модуля

Коды профессиональных общих компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего, час.	В т.ч. в форме практической. подготовки	Объем профессионального модуля, ак. час.						
				Обучение по МДК					Практики	
				Все го	В том числе				Учебная	Производственная
					Лабораторных. и практических. занятий	Курсовых работ (проектов)	Самостоятельная работа	Промежуточная аттестация		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
ОК 01 - ОК 06, ОК 09, ПК 4.1 - ПК 4.3	МДК.04.01 Разработка творческих рекламных решений	90	20	90	20	20	20			
ОК 01 - ОК 06, ОК 09, ПК 4.1 - ПК 4.3	МДК.04.02 Разработка и размещение рекламного контента для продвижения бренда	116	40	116	40		40			
ОК 01 - ОК 06, ОК 09, ПК 4.1 - ПК 4.3	Производственная практика (по профилю специальности)	72								72
ОК 01 - ОК 06, ОК 09, ПК 4.1 - ПК 4.3	Экзамен по модулю	18						18		
	Всего:	296	60	206	60	20	60	18		72

3.2 Содержание обучения по профессиональному модулю

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) (если предусмотрены)	Объем, акад. ч / в том числе в форме практической подготовки, акад. ч
1	2	3
МДК.04.01 Разработка творческих рекламных решений		90/20
Раздел 1. Система корпоративной идентичности в рекламной деятельности		30/6
Тема 1.1. Система корпоративной идентичности, ее основные функции и элементы	Содержание учебного материала	30
	1. Понятие системы корпоративной идентичности, фирменного стиля, бренд айдентики. Бренд-айдентика и корпоративная айдентика. Брендбук, гайдлайн, логобук.	
	2. Основные функции системы корпоративной идентичности. Влияние системы корпоративной идентичности на эффективность рекламной коммуникации.	
	3. Основные элементы системы корпоративной идентичности. Методика разработки шрифтового логотипа. Виды визуальных знаков. Методика разработки графического знака.	
	4. Причины и способы изменения корпоративной айдентики. Редизайн, рестайлинг, ребрендинг.	
	5. Носители корпоративной идентичности: деловая документация, корпоративная одежда и транспорт, сувенирная продукция.	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	6
	Практическое занятие 1. Разработка шрифтового логотипа и графического фирменного знака.	2
	Практическое занятие 2. Формирование системы корпоративной идентичности.	2
Практическое занятие 3. Разработка комплекса носителей корпоративного стиля.	2	
Примерная тематика самостоятельной учебной работы при изучении раздела 1		6
1. Сравнительный анализ элементов идентичности двух конкурирующих брендов (на примере рынка кофеен, сотовых операторов или банков).		
2. Эволюция фирменного стиля известного бренда (например, Pepsi, Apple, «Магнит»): причины изменений и влияние на рекламу.		
3. Аудит нарушений корпоративной идентичности в наружной рекламе города (фотофиксация и разбор ошибок в использовании логотипа, шрифтов, цветов).		
4. Роль цветовых ассоциаций в рекламе (анализ 5 брендов из разных отраслей: финансы, еда, технологии).		
5. Носители корпоративной идентичности: от визитки до мерча (составить карту носителей для выбранной компании).		
Раздел 2. Рекламное проектирование		30/6
Тема 2.1. Рекламное проектирование	Содержание учебного материала	10
	1. Проведение ситуационного анализа и формирование ключевых рекламных решений. Понятие инсайта и key visual.	

	2. Рекламный текст и копирайтинг. Прием литературного тропа в создании креативной рекламы. Виды тропов.	
	3. Работа с заказчиком. Заполнение и утверждение брифа. Бриф, дебриф, креативный бриф.	
	4. Проведение ситуационного анализа и формирование ключевых рекламных решений. Понятие инсайта и key visual.	
	В том числе практических и лабораторных занятий	
	Практическое занятие 4. Проведение анализа, формирование ключевого рекламного решения.	1
	Практическое занятие 5. Создание инсайта, разработка рекламного текста.	1
	Практическое занятие 6. Создание ключевого визуального образа (Key visual). Разработка комплекса рекламной продукции для продвижения нового товара на рынок.	2
Тема 2.2. Проектирование печатной рекламы	Содержание учебного материала	10
	1. Проектирование печатной рекламы. Виды печатной рекламы. Технологии печатной рекламы.	
	2. Проектирование BTL-рекламы. Виды POSM.	
	3. Виды рекламы для сопровождения экспозиционной деятельности.	
	В том числе практических и лабораторных занятий	4
	Практическое занятие 7. Разработка комплекса POSM.	4
Тема 2.3. Проектирование рекламы в онлайн среде	Содержание учебного материала	10
	1. Основные виды рекламных носителей в онлайн-среде. Типы и структура сайтов.	
	2. Контекстная и таргетированная реклама. Виды интернет-баннеров.	
	В том числе практических и лабораторных занятий	4
	Практическое занятие 8. Разработка комплекса рекламной продукции для продвижения в онлайн среде.	4
Примерная тематика самостоятельной учебной работы при изучении раздела		6
1. Разработка креативной концепции на основе нестандартного свойства продукта (например, «тихая стиральная машина», «сухой шампунь»).		
2. Создание серии из 3-х баннеров для одной рекламной кампании с единым Tone of Voice (ToV) под разные сегменты ЦА.		
3. Подбор и обоснование цветовых схем и шрифтовых пар для брендов с заданной эмоцией (агрессия, доверие, радость, эко-стиль).		
4. Рерайт текста для разных медиа: одно и то же объявление переписать для Instagram (Reels), Telegram-канала и наружной растяжки.		
5. Разработка сценария короткого ролика (15-30 сек) для YouTube Shorts / TikTok по методу «Проблема → Агитация → Решение» (PAS).		
Раздел 3. Проектирование рекламного комплекса		30/8
Тема 3.1. Проектирование наружной рекламы	Содержание учебного материала	15
	Виды наружной рекламы, конструктивные особенности, технологии создания.	
	В том числе практических и лабораторных занятий	8
	Практическое занятие 9. Разработка комплекса и серии креативной наружной рекламы.	8
Тема 3.2. Проектирование транзитной рекламы	Содержание учебного материала	15
	Виды транзитной рекламы.	
	В том числе практических и лабораторных занятий	8

	Практическое занятие 10. Разработка комплекса транзитной рекламы.	8
<p>Примерная тематика самостоятельной учебной работы при изучении раздела 3</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Разработка макета наружной рекламы: Создать эскиз (или в Figma/Canva) билборда/ситилайта с заголовком, слоганом и СТА. 2. Написание текстов для разных форматов: Адаптировать одно объявление под 3 канала: Instagram*, ВКонтakte, email-рассылка (стилистика, длина, триггеры). 3. Сценарий видеоролика (15–30 сек): Раскадровка для Reels/TikTok/YouTube Shorts с текстом, музыкой и призывом. 4. Подбор визуального тона (Visual Tone of Voice): Собрать мудборд (коллаж референсов) для премиального или молодёжного бренда. 		8
<p>Курсовой проект (работа) Тематика курсовых работ:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Совершенствование рекламной коммуникации посредством редизайна сайта и адаптации для мобильных устройств. 2. Совершенствование рекламной коммуникации в соцсетях. 3. Совершенствование рекламной коммуникации посредством проведения мероприятий (Event-мероприятия, btl акции, выставки и т.д.). 4. Совершенствование рекламной коммуникации посредством разработки фирменного стиля. 5. Совершенствование рекламной коммуникации посредством рестайлинга фирменного стиля. 6. Совершенствование рекламной коммуникации посредством разработки сайта. 7. Совершенствование рекламной коммуникации посредством продвижения в онлайн среде. 8. Совершенствование рекламной коммуникации посредством создания контента. 9. Совершенствование рекламной коммуникации посредством разработки рекламной продукции. 10. Совершенствование рекламной коммуникации посредством смм продвижения. 11. Разработка фирменного стиля и формирование имиджа компании. 12. Разработка рекламного комплекса для торговой марки. 13. Разработка рекламного комплекса для предприятия. 14. Разработка рекламного комплекса для увеличения лояльности целевой аудитории. 15. Разработка рекламной кампании в соцсетях для узнаваемости и информирования целевой аудитории для предприятия. 16. Разработка рекламной кампании в онлайн среде. 17. Разработка и создание медиа контента и раздаточных материалов. 18. Разработка материалов для совершенствования рекламной коммуникации. 19. Проведение рестайлинга фирменного стиля и создание печатной продукции. 20. Формирование (если на стартапе) рекламной коммуникации посредством создания фирменного стиля для предприятия. 21. Формирование рекламной коммуникации в онлайн среде. 22. Продвижение посредством таргетированной рекламы. 23. Продвижение посредством контекстной рекламы. 24. Проведение рестайлинга фирменного стиля для повышения узнаваемости имиджа компании. 25. Разработка комплекса печатной рекламы для информирования целевой аудитории. 26. Креативная концепция для создания рекламного кампании. 27. Разработка корпоративного персонажа для использования в рекламной продукции. 28. Разработка корпоративного персонажа для повышения узнаваемости. 		20

29. Разработка сценария и раскадровки рекламной медиапродукции.		
Обязательные аудиторные учебные занятия по курсовому проекту (работе) 1. Согласование и утверждение темы курсовой работы. Работа с литературой, составление плана работы. 2. Определение цели и задач курсовой работы, работа над вводной частью. 3. Работа над теоретической частью. 4. Проведение анализа, определение ключевых рекламных решений. 5. Разработка эскизов графической части курсовой работы. 6. Разработка рекламной продукции. 7. Описание практических разработок и проведение предварительной оценки эффективности. 8. Работа над заключительной частью. 9. Подготовка к защите курсовой работы. 10. Защита курсовой работы.		
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.		
МДК.04.02 Разработка и размещение рекламного контента для продвижения бренда		116/40
Раздел 1. Основы компьютерной графики		28/10
Тема 1.1. Основы векторной графики. Программа Adobe Illustrator	Содержание учебного материала	14
	1. Основные настройки и инструменты, навыки работы с объектами, работа с цветом, способы окрашивания объектов.	
	2. Операции над объектами (трансформация, порядок, выравнивание, геометрические операции над объектами).	
	3. Создание и редактирования контуров. Техника рисунка в кривых и работа с текстом.	
	4. Создание текстурных векторных кистей.	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	5
	Практическое занятие №1. Рисунок из геометрических объектов. Создание логотипа.	1
	Практическое занятие №2. Работы с кривыми. Создание патера; Кисти. Создание текстурных векторных кистей.	1
	Практическое занятие №3. Векторный компьютерный рисунок с использованием кривых.	1
	Практическое занятие 4. Создание рекламного плаката.	1

	Практическое занятие №5. Работа с текстом. Разработка дизайна интернет-рассылок.	1
Тема 1.2. Основы растровой графики. Программа Photoshop	Содержание учебного материала	14
	1. Интерфейс программы Photoshop. Основные инструменты. Способы выделения.	
	2. Понятия слоя. Работа со слоями, многослойные изображения.	
	3. Работа с текстом и эффекты в растровой среде.	
	4. Техника ретуширования. Цветовая тоновая коррекция изображения.	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	5
	Практическое занятие №6. Создание композиции с использованием готовых выделенных объектов.	1
	Практическое занятие №7. Создание многослойной монтажной композиции в растровой графике.	1
	Практическое занятие №8. Компьютерная обработка растрового изображения: стилизация фотографии «под вектор».	1
	Практическое занятие №9. Обработка фотографий в программе растровой графики.	1
	Практическое занятие №10. Размещение объектов с учётом перспективы.	1
Примерная тематика самостоятельной учебной работы при изучении раздела 1 Работа с конспектами, учебной и специальной литературой (по параграфам, главам учебных пособий, указанным преподавателем). <ul style="list-style-type: none"> – Импорт и экспорт изображений, работа с растровыми изображениями. – Специальные эффекты в векторной среде. – Цветовая-тоновая коррекция фотографий. – Художественное редактирование растровых изображений, создание рекламного плаката, в основе которого лежит фотомонтаж. 		10
Раздел 2. Выбор основных изобразительных средств рекламной фотографии.		28/10
Тема 2.1. Использование студийного оборудования, технология фототравирования.	Содержание учебного материала	14
	Особенности технологии прикладного использования студийного оборудования.	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	5
	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.	3
Тема 2.2. Работа над имиджевой фотографией, фотосессия предметов потребления.	Содержание учебного материала	14
	Фотографирование визуальных рекламных композиций. Фотосессия предметов потребления. Фотосессия визуальных композиций. Фотосессия имиджевого предмета. Креативная компоновка различных предметов в композицию для рекламного проекта.	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	5
	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
	Практическое занятие №4. Фотосессия имиджевого предмета. Подбор вариантов креативного решения освещения для выявления визуального акцента. Фотографирование визуального проекта имиджевой	3

	фотосессии.	
Примерная тематика самостоятельной учебной работы при изучении раздела 2 1. Пробная фотосессия предметов. 2. Приобретение знаний композиции в составлении натюрморта. Фотографирование натюрморта со студийным светом. 3. Подбор оптики по свойствам, параметрам и творческим задачам. 4. Приобретение знаний об оптической системе фотокамеры. Работа с объективами различных оптических систем.		10
Раздел 3. Использование технологии создания рекламных фотокомпозиций		28/10
Тема 3.1. Разработка и создание дизайна рекламной продукции	Содержание учебного материала	14
	1. Осуществление поиск рекламных идей.	
	2. Художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы в жанрах.	
	В том числе практических и лабораторных занятий	5
	Практическое занятие №5. Разработка авторского рекламного проекта.	2
	Практическое занятие №6. Создание визуальных образов с рекламными функциями.	3
Тема 3.2. Производство рекламной продукции	Содержание учебного материала	14
	1. Выбор и использование инструментов, оборудования, материалов и изобразительных средств	
	2. Практическое использование изобразительных средств оптики, фактуры, световых схем для создания имиджа рекламного продукта.	
	В том числе практических и лабораторных занятий	5
	Практическое занятие №7. Создание модели, макета, сценария визуального решения объекта	2
	Практическое занятие №8. Исполнение рекламного решения имиджа в визуальном образе.	3
Примерная тематика самостоятельной учебной работы при изучении раздела 3 1. Комплексное фото сопровождение бренда, продукции, каталогизирование визуальных образов. 2. Создание конечного визуального продукта рекламной фотосессии. 3. Разработка имиджевого решения визуального ряда рекламируемого объекта.		10
Раздел 4. Техника и технология рекламного видео		32/10
Тема 4.1. Способы формирования идеи. Запись идеи для дальнейшего видео производство.	Содержание учебного материала	8
	1. Логлайн. Синописис.	
	2. Сценарий. Раскадровка.	
	3. Трехактная структура повествования.	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	3
	Практическое занятие №1. Написание своих логанов к реальным фильмам, написание логанов к своему воображаемому рекламному ролику.	1
	Практическое занятие №2. Написание своего сценария по логлайну к своему рекламному ролику.	1
	Практическое занятие №3. Создание раскадровки по своему сценарию рекламному ролику.	1
Тема 4.2. Тритмент. Референсы	Содержание учебного материала	8
	1.Тритмент. Структура. Наполнение.	
	2. Референсы.	
	В том числе практических и лабораторных занятий	3

	Практическое занятие №4. Написать триметр опираясь на свой логин и сценарий.	1
	Практическое занятие №5. Научиться пользоваться ресурсами для поисков референсов.	1
	Практическое занятие №6. Собрать референсы для своего ролика поместить в Тритмент.	1
Тема 4.3. Создание рекламного видеоролика по-своему тритменту.	Содержание учебного материала	16
	1. Основные принципы композиции кадра.	
	2. 10 принципов монтажа.	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	6
	Практическое занятие №7. Снять рекламный ролик Опираясь на свой тритмент.	3
	Практическое занятие №8. Смонтировать рекламный ролик согласно раскадровки.	3
Примерная тематика самостоятельной учебной работы при изучении раздела 4 <ol style="list-style-type: none"> 1. Сравнительный анализ двух рекламных роликов одного бренда (разных лет) с точки зрения эволюции технических приемов (монтаж, цветокоррекция, работа камеры). 2. Разбор ошибок в любительской или неудачной профессиональной рекламе: выявить нарушения базовых технологий (освещение, звук, композиция, сбитый фокус). 3. Анализ трендов в технике съемки рекламного видео за последние 2-3 года (slow-mo, hyperlapse, «нарезки», POV, аниматроника). 4. Исследование влияния типа плана (деталь, крупный, средний, общий) на восприятие рекламируемого продукта (на примере 5 разных товаров). 5. Деконструкция 15-секундного ролика: поккадровый разбор с описанием типа кадра, света, движения камеры и обоснованием каждого решения. 		10
Производственная практика (по профилю специальности) Виды работ 1. Характеристика предприятия, организационная структура предприятия. <ol style="list-style-type: none"> 1. Основные виды деятельности, ассортимент продукции, структура управления, должностные обязанности специалистов организации. 2. Место фотографии в цепочке рекламной продукции. 3. Анализ рекламной деятельности предприятия. 4. Организация и подготовка выпуска, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы. 5. Технология организации и проведения фотосопровождения. Финишные визуальные работы.		72
Экзамен по модулю		18
Всего		296

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

Учебная аудитория для проведения занятий всех видов, предусмотренных образовательной программой, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, а также для проведения текущего контроля, промежуточной и государственной итоговой аттестации:

Для дисциплины МДК.04.01 Разработка творческих рекламных решений:

Кабинет «Дизайна и макетирования рекламной продукции»

Специализированная мебель:

Стол учительский – 1 шт.;

Стул учительский – 1 шт.;

Стол студенческий двухместный – 10 шт.;

Стулья – 20 шт.;

Шкаф – 2 шт.;

Доска меловая – 1 шт.

Технические средства обучения:

Компьютер преподавателя – 1 шт.;

Мультимедиапроектор – 1 шт.;

Экран с электроприводом – 1 шт.;

Комплект (2 шт.) аудио колонок для воспроизведения аудио файла – 1 шт.;

Принтер – 1 шт.

Для дисциплины МДК.04.02 Разработка и размещение рекламного контента для продвижения бренда:

Кабинет «Стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний»

Специализированная мебель:

Стол учительский – 1 шт.;

Стул учительский – 1 шт.;

Стол студенческий двухместный – 8 шт.;

Стулья – 16 шт.;

Шкаф – 2 шт.;

Доска меловая – 1 шт.

Технические средства обучения:

Компьютер преподавателя – 1 шт.;

Мультимедиапроектор – 1 шт.;

Экран с электроприводом – 1 шт.;

Комплект (2 шт.) аудио колонок для воспроизведения аудио файла – 1 шт.;

Принтер – 1 шт.

Для дисциплин МДК.04.01 Разработка творческих рекламных решений и МДК.04.02 Разработка и размещение рекламного контента для продвижения бренда:

Помещение для самостоятельной работы

Библиотека, читальный зал с выходом в интернет

Специализированная мебель:

Стол (учительский) – 1 шт.;

Стул учительский – 1 шт.;
 Стол студенческий двухместный – 13 шт.;
 Стулья студенческие – 26 шт.;
 Компьютеры для студентов – 6 шт.;
 Стол компьютерный – 6 шт.;
 Стулья – 6 шт.;
 Шкаф – 4 шт.;
 Доска меловая – 1 шт.
Технические средства обучения:
 Мультимедиапроектор – 1 шт.;
 Экран – 1 шт.,
 Комплект (2 шт.) аудио колонок для воспроизведения аудио файла – 1 компл.,
 Компьютер преподавателя – 1 шт.;
 Принтер – 1 шт.

4.2. Информационное обеспечение реализации программы

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы для использования в образовательном процессе. При формировании библиотечного фонда образовательной организации выбирается не менее одного издания из перечисленных ниже печатных изданий и (или) электронных изданий в качестве основного, при этом список может быть дополнен новыми изданиями.

4.2.1. Основные печатные издания

1. Сутуга, О. Н., Информационный дизайн и медиа : учебник / О. Н. Сутуга. — Москва : КноРус, 2025. — 290 с. — URL: <https://book.ru/book/957284>
2. Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 418 с. — (Профессиональное образование). — URL: <https://urait.ru/bcode/587419>
3. Семенова, Л. М. Маркетинг в рекламе. Имиджбилдинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. М. Семенова. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 142 с. — (Профессиональное образование). — URL: <https://urait.ru/bcode/572248>
4. Попкова, Е. Г., Основы рекламы : учебник / Е. Г. Попкова. — Москва : КноРус, 2026. — 267 с. — URL: <https://book.ru/book/958301>

4.2.3. Дополнительные источники

Интернет-ресурсы:

1. Рекламный совет России: www.a-z.ru/assoc/osr/
2. Ассоциация коммуникационных агентств России: <http://www.akarussia.ru/>
3. Международная рекламная ассоциация. Российское отделение: <http://www.iaa.ru/15>
4. Сайт о креативе в рекламе <http://www.creatiff.ru/>
5. Сайт о рекламном рынке adindex.ru;
6. Сайт Федеральной антимонопольной службы www.fas.gov.ru;
7. Сайт Большая энциклопедия рекламы www.bigadvenc.ru
8. Рекламный сайт "Advertising.ru": <http://www.advertising.ru>
9. Сайт "Advertology.ru": www.advertology.ru/

10. Центр правового регулирования рекламной деятельности:
<http://www.cprrd.ru/>.
11. Fototips.ru — советы по оборудованию, съёмке, обработке.
12. [Просты фокусы](#) — ежедневные статьи по самым разнообразным темам для фотографов.
13. [Photo-Monster](#) — советы по фотосъёмке от профессионалов.
14. [Основы фотографии](#) от онлайн-фотошколы.
15. Раздел «[Культпросвет](#)» на сайте Photograher.ru — статьи по теории и практике, а также вдохновляющие интервью.
16. Раздел уроков по категориям на сайте [Russian Photo](#).
17. Уроки фотографии, обработка фото, ретушь фотографий на [сайте журнала «Фотоиндустрия»](#).
18. Вдохновляющие советы на сайте [Photomotion.ru](#).
19. Уроки от [Prophotos](#).
20. Советы от [Digital Camera World](#).
21. [MorgueFile Classroom](#) — 10 уроков по фотографии от фриланс-фотографа Джоди Костона (Jodie Coston).
22. [Photonet learning](#) — раздел с уроками по категориям одного из самых масштабных фоторесурсов на английском языке.
23. [Photomanual](#) — доступно о фотографии.
24. [BAMP](#) — уроки по мобильной фотографии
25. [Библиотека книг по фотографии](#).

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код ПК и ОК, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
ОК 01	<ul style="list-style-type: none"> - выбор и применение способов решения профессиональных задач; - оценка эффективности и качества выполнения задач; - знание более одного способа решения профессиональной задачи; - аргументация выбора конкретного способа. 	<p>Экспертное наблюдение выполнения практических работ</p> <p>Кейс-задачи</p> <p>Защита проекта</p> <p>Зачет</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ОК 02	<ul style="list-style-type: none"> - соответствие найденной информации заданной теме (задаче); - владение разными способами представления информации; - результативность и оперативность поиска 	<p>Устные выступления с презентацией</p> <p>Защита проектов</p> <p>Зачет</p> <p>Экспертное наблюдение выполнения практических работ</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного;

	<p>информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития;</p> <ul style="list-style-type: none"> - объективный анализ найденной информации; - использование широкого спектра современных источников информации, в том числе Интернета при решении профессиональных задач, профессионального и личностного развития. 	<p>- экзамена по модулю.</p> <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ОК 03	<ul style="list-style-type: none"> - демонстрация интереса к инновациям в области профессиональной деятельности; - выстраивание траектории профессионального развития и самообразования; - осознанное планирование повышения квалификации. 	<p>Осуществление самообразования, использование современной научной и профессиональной терминологии, участие в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических конференциях, оценка способности находить альтернативные варианты решения стандартных и нестандартных ситуаций, принятие ответственности за их выполнение</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ОК 04	<ul style="list-style-type: none"> - демонстрация результатов деятельности в условиях коллективной и командной работы в соответствии с заданной задачей; - объективность оценки собственного вклада в достижение командного результата; - успешность применения коммуникационных способностей на практике; - соблюдение принципов профессиональной этики; - владение способами бесконфликтного общения и саморегуляции в коллективе. 	<p>Экспертное наблюдение за обучающимся в ходе выполнения практических (проектных, исследовательских) парных (групповых) заданий;</p> <p>Оценка практических (проектных, исследовательских) парных (групповых) заданий.</p> <p>Зачет</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе</p>

		проведения производственной практики.
ОК 05	<ul style="list-style-type: none"> - использование вербальных и невербальных способов коммуникации на государственном языке с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста; - соблюдать нормы самостоятельности выбора стиля монологического высказывания в зависимости от его цели и целевой аудитории и с учетом особенностей и различий социального и культурного контекста. 	<p>Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе;</p> <p>Экспертное наблюдение за выполнением работ.</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ОК 06	<ul style="list-style-type: none"> - грамотно излагать свои мысли; - оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке; - проявлять толерантность в рабочем коллективе. 	<p>Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе;</p> <p>Экспертное наблюдение за выполнением работ.</p> <p>Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ОК 09	<ul style="list-style-type: none"> - эффективность поиска необходимой информации в российских и зарубежных источниках: нормативно-правовой документации, стандартах; - объективность анализа и эффективность применения в профессиональной деятельности информации, 	<p>Экспертное наблюдение за выполнением работ;</p> <p>Оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации;</p> <p>Кейс-метод;</p> <p>Зачет</p> <p>Результатов выполнения</p>

	содержащейся в документации профессиональной области.	индивидуальных домашних заданий, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ПК 4.1	- использование дизайнерских эскизов при создании основных печатных документов, определяющих фирменный стиль.	Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы. Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ПК 4.2	- художественно редактировать растровые изображения, создавать рекламный плакат, в основе которого лежит фотомонтаж; - креативность, выразительность рекламной идеи, знание технологий изготовления рекламных носителей и широкоформатной печати, грамотное и качественное выполнение дизайн-проекта; - оригинальность рекламной идеи; - использование программ компьютерной графики.	Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы. Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ПК 4.3	- обоснованность выбора проектных технологий и инструментов; - уровень выполнения рекламных проектов на основе критериев: - актуальность; степень достижения поставленной цели; - креативность; - изобразительная ценность; - обоснованность выводов и	Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы. Результатов выполнения индивидуальных домашних заданий, при проведении: - экзамена, квалификационного; - экзамена по модулю. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе

	предложений; - характер (авторский или компилятивный); - использование смежных технологий и материалов	проведения производственной практики
--	--	--