**ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ «МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ДИЗАЙН-ПРОФЕССИЙ «ПЕНТАСКУЛ»**

117628 город Москва, улица Грина, дом 34, корпус 1, эт. 1 пом. V оф. 11, тел. +7(880)055-07-67

e-mail: dekanat@pentaschool.ru, веб-сайт: pentaschool.ru

|  |  |
| --- | --- |
| Образовательная программа | **УТВЕРЖДАЮ:** **ООО "МАДП "Пентаскул"****\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Малихина С.О.****приказ от 31-01-2023 № 2/ОП** |

**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА**

**повышения квалификации**

**Наименование программы**

Дизайн рекламы. Практикум

**Документ о квалификации**

Удостоверение о повышении квалификации

**Общая трудоемкость**

44 академических часа

**Форма обучения**

Заочная

**СОДЕРЖАНИЕ**

1. Общая характеристика программы (цель, планируемые результаты обучения)

2. Содержание программы (учебный план, календарный учебный график)

3. Организационно-педагогические условия реализации программы

4. Оценка качества освоения программы (формы аттестации, контроля, оценочные материалы и иные компоненты)

5. Список используемой литературы и информационных источников

Приложение № 1. Рабочие программы модулей

Приложение № 2. Программа итоговой аттестации

Приложение № 3. Оценочные материалы

**1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ**

**(цель, планируемые результаты обучения)**

 **Нормативные правовые основания разработки программы.**

 Нормативную правовую основу разработки программы составляют:

1. Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
2. Приказ Минобрнауки России от 1 июля 2013 г. № 499 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам».

 Перечень документов, с учетом которых создана программа:

1. Методические рекомендации по разработке основных профессиональных образовательных программ и дополнительных профессиональных программ с учетом соответствия профессиональных стандартов (утв. приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 22 января 2015г. №ДЛ-1/05);
2. Федеральный государственный образовательный стандарт среднего профессионального образования по профессии 54.01.20 Графический дизайнер (утв. Приказом Минобрнауки России от 09.12.2016 № 1543).
3. Профессиональный стандарт "Графический дизайнер" (утв. Приказом Минтруда России от 17.01.2017 № 40н).

 **1.1. Категория обучающихся.**

 К освоению программы допускаются лица: имеющие/получающие образование из перечня профессий СПО/специальностей СПО и перечня направлений/специальностей ВО.

 **1.2. Форма обучения - заочная.**

 Программа реализуется с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий.

 **1.3. Цель реализации программы и планируемые результаты обучения.**

 **Цель:** формирование/совершенствование профессиональных компетенций в сфере дизайна коммуникаций.

 **Характеристика профессиональной деятельности выпускника.**

 Выпускник готовится к выполнению следующего вида деятельности:

1. Проектирование объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (В/6).

 **Планируемые результаты обучения.**

 Результатами освоения обучающимися программы являются приобретенные (усовершенствованные) выпускником компетенции, выраженные в способности применять полученные знания и умения при решении профессиональных задач.

 **Характеристика компетенций, подлежащих совершенствованию, и (или) перечень новых компетенций, формирующихся в результате освоения программы:**

 **ВД 1. Проектирование объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (В/6) (по ПС "Графический дизайнер")**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Профессиональные компетенции | Знания | Умения | Практический опыт (владение) |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| ПК 1. Художественно-техническая разработка дизайн-проектов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (B/02.6). | З 1.1. Типографика, фотографика, мультипликация.З 1.2. Основы художественного конструирования и технического моделирования.З 1.3. Основы рекламных технологий.З 1.4. Технологические процессы производства в области полиграфии, упаковки, кино и телевидения.З 1.5. Материаловедение для полиграфии и упаковочного производства.З 1.6. Компьютерное программное обеспечение, используемое в дизайне объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации.З 1.7. Профессиональная терминология в области дизайна.З 1.8. Законодательство Российской Федерации в области интеллектуальной собственности. | У 1.1. Анализировать информацию, необходимую для работы над дизайн-проектом объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации.У 1.2. Находить дизайнерские решения задач по проектированию объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации с учетом пожеланий заказчика и предпочтений целевой аудитории.У 1.3. Использовать специальные компьютерные программы для проектирования объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации.У 1.4. Учитывать при проектировании объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации свойства используемых материалов и технологии реализации дизайн-проектов.У 1.5. Обосновывать правильность принимаемых дизайнерских решений. | ПО 1.1. Изучение информации, необходимой для работы над дизайн-проектом объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации.ПО 1.2. Определение композиционных приемов и стилистических особенностей проектируемого объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации.ПО 1.3. Разработка дизайн-макета объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации.ПО 1.4. Подготовка графических материалов для передачи в производство. |

 **Выпускник должен обладать компетенциями:**

|  |  |
| --- | --- |
| Код компетенции | Наименование компетенции |
| ОК 01 по (ФГОС СПО 54.01.20) | Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам.. |
| ОК 02 по (ФГОС СПО 54.01.20) | Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности.. |
| ПК 1.2 по (ФГОС СПО 54.01.20) | Определять выбор технических и программных средств для разработки дизайн-макета с учетом их особенностей использования.. |
| ПК 2.2 по (ФГОС СПО 54.01.20) | Определять потребности в программных продуктах, материалах и оборудовании при разработке дизайн-макета на основе технического задания.. |
| ПК 2.3 по (ФГОС СПО 54.01.20) | Разрабатывать дизайн-макет на основе технического задания.. |
| ПК 2.4 по (ФГОС СПО 54.01.20) | Осуществлять представление и защиту разработанного дизайн-макета.. |

 **1.4. Общая трудоемкость программы.**

 Общая трудоемкость освоения программы повышения квалификации составляет 44 академических часа за весь период обучения.

**2. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ**

**(учебный план, календарный учебный график)**

 **2.1. Учебный план программы, реализуемой с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий.**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование модулей и тем | Общая трудоемкость, в акад. час. | Работа обучающегося в СДО, в акад. час. | Формы промежуточной и итоговой аттестации (ДЗ, З) 1 |
| Лекции | Практические занятия и/или тестирование |
| **Модуль I. Дизайн коммуникаций** |
| 1. | Специфика визуальных носителей | 3 | 1 | 2 | З |
| 2. | Корпоративная культура и дизайн | 3 | 1 | 2 |
| 3. | Алгоритм разработки рекламы | 4 | 1 | 3 |
| 4. | Мастер-класс «Верстка в деловой документации» | 4 | 1 | 3 |
| **Модуль II. Физические носители коммуникаций** |
| 5. | Психология восприятия рекламы | 3 | 1 | 2 | З |
| 6. | Рекламные кампании | 3 | 1 | 2 |
| 7. | Дизайн информационных данных | 4 | 1 | 3 |
| 8. | Мастер-класс «Эффекты в рекламном плакате» | 4 | 1 | 3 |
| **Модуль III. Идеология продвижения бренда** |
| 9. | Продвижение товара или услуги | 3 | 1 | 2 | З |
| 10. | Коммуникация в цифровой сфере | 3 | 1 | 2 |
| 11. | Презентация проекта | 4 | 1 | 3 |
| 12. | Мастер-класс «Создание шаблонного макета» | 4 | 1 | 3 |
| Итоговая аттестация | 2 | Итоговое тестирование |
| **ИТОГО** | **44** |

1 ДЗ – дифференцированный зачет. З - зачет.

 **2.2. Календарный учебный график.**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование модулей | Общая трудоемкость, в акад. час. | Учебные недели 2 |
| 1. | Дизайн коммуникаций | 14 | 1-3 |
| 2. | Физические носители коммуникаций | 14 | 4-5 |
| 3. | Идеология продвижения бренда | 14 | 6-8 |
| Итоговая аттестация | 2 | 9 |

2 Учебные недели отсчитываются с момента зачисления в Образовательную организацию.

 2.3. Рабочие программы модулей представлены в Приложении № 1.

 2.4. Программа Итоговой аттестации представлена в Приложении № 2.

 2.5. Оценочные материалы представлены в Приложении № 3.

**3. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ**

 **3.1 Материально-технические условия реализации программы.**

 ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ «МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ДИЗАЙН-ПРОФЕССИЙ «ПЕНТАСКУЛ» (далее – Образовательная организация) располагает материально-технической базой, обеспечивающей реализацию образовательной программы и соответствующей действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

 **3.2. Требования к материально-техническим условиям со стороны обучающегося (потребителя образовательной услуги).**

 Рекомендуемая конфигурация компьютера:

1. Разрешение экрана от 1280х1024.
2. Pentium 4 или более новый процессор с поддержкой SSE2.
3. 512 Мб оперативной памяти.
4. 200 Мб свободного дискового пространства.
5. Современный веб-браузер актуальной версии (Firefox 22, Google Chrome 27, Opera 15, Safari 5, Internet Explorer 8 или более новый).

 **3.3. Учебно-методическое и информационное обеспечение программы.**

 Образовательная организация обеспечена электронными учебниками, учебно-методической литературой и материалами по всем учебным дисциплинам (модулям) программы. Образовательная организация также имеет доступ к электронным образовательным ресурсам (ЭОР).

 При реализации программ с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий в Образовательной организации созданы условия для функционирования электронной информационно-образовательной среды, включающей в себя:

1. Электронные информационные ресурсы.
2. Электронные образовательные ресурсы.
3. Совокупность информационных технологий, телекоммуникационных технологий, соответствующих технологических средств.

 Данная среда способствует освоению обучающимися программ в полном объеме независимо от места нахождения обучающихся.

 Электронная информационно-образовательная среда Образовательной организации обеспечивает возможность осуществлять следующие виды деятельности:

1. Планирование образовательного процесса.
2. Размещение и сохранение материалов образовательного процесса.
3. Фиксацию хода образовательного процесса и результатов освоения программы.
4. Контролируемый доступ участников образовательного процесса к информационным образовательным ресурсам в сети Интернет.
5. Проведение мониторинга успеваемости обучающихся.

 Содержание учебных дисциплин (модулей) и учебно-методических материалов представлено в учебно-методических ресурсах, размещенных в электронной информационно-образовательной среде Образовательной организации.

 Учебно-методическая литература представлена в виде электронных информационных и образовательных ресурсов в библиотеках и в системе дистанционного обучения. Образовательная организация имеет удаленный доступ к электронным каталогам и полнотекстовым базам:

1. http://www.lomonosov.online/ – электронная научно-образовательная библиотека «Современные образовательные технологии в социальной сфере»;
2. http://www.biblioclub.ru/ – университетская библиотека, ЭБС «Университетская библиотека онлайн».

 **3.4. Кадровое обеспечение программы.**

 Реализация программы повышения квалификации обеспечивается педагогическими работниками, требование к квалификации которых регулируется законодательством Российской Федерации в сфере образования и труда.

**4. ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ**

**(формы аттестации, контроля, оценочные материалы и иные компоненты)**

 **4.1. Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.**

 В процессе обучения используется тестирование как форма текущего контроля успеваемости.

 Формой промежуточной аттестации является зачет. Для получения отметки по промежуточной аттестации обучающийся должен набрать определенное количество баллов согласно системе оценивания.

 Промежуточная аттестация включает в себя прохождение тестирования и выполнение практического задания. Промежуточная аттестация входит в период (время изучения) учебного модуля и проводится в форме, указанной в учебном плане. Время, отводимое на промежуточную аттестацию, заложено в каждом модуле программы (столбец практические занятия и тестирование). При наборе определенного количества баллов для получения отметки не ниже «зачтено» при прохождении тестирования, практическое задание не является обязательным для выполнения.

 Вариант оценочных материалов представлен в Приложении №3.

 **Системы оценивания.**

 По результатам промежуточной аттестации выставляются отметки по стобалльной и двухбалльной системам оценивания.

 Соответствие балльных систем оценивания:

|  |  |
| --- | --- |
| Количество балловпо стобалльной системе | Отметкапо двухбалльной системе |
| 51-100 | «зачтено» |
| менее 51 | «не зачтено» |

 Оценка результатов освоения обучающимся образовательной программы или ее части осуществляется в соответствии со следующими критериями:

 отметка «зачтено» ставится обучающемуся, успешно освоившему учебный модуль и не имеющему задолженностей по результатам текущего контроля успеваемости;

 отметка «не зачтено» ставится обучающемуся, имеющему задолженности по результатам текущего контроля успеваемости по модулю.

 **4.2. Итоговая аттестация.**

 Итоговая аттестация обучающихся по программе повышения квалификации является обязательной и осуществляется после успешного освоения всех модулей образовательной программы в полном объеме. Итоговая аттестация проводится в форме итогового тестирования (Программа итоговой аттестации представлена в Приложении №2, вариант оценочных материалов представлен в Приложении №3). Итоговая аттестация входит в период (время изучения) образовательной программы и проводится в форме, указанной в учебном плане отдельной строкой.

 Итоговая аттестация предназначена для определения уровня полученных или усовершенствованных компетенций обучающихся.

 По результатам итоговой аттестации выставляются отметки по стобалльной системе и четырехбалльной.

 **Критерии оценки результатов освоения образовательной программы.**

 Соответствие балльных систем оценивания:

|  |  |
| --- | --- |
| Количество баллов по стобалльной системе | Отметкапо четырехбалльной системе |
| 81-100 | «отлично» |
| 61-80 | «хорошо» |
| 51-60 | «удовлетворительно» |
| менее 51 | «неудовлетворительно» |

 Оценка результатов освоения программы осуществляется в соответствии со следующими критериями:

 отметка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, не показавшему освоение планируемых результатов (знаний, умений, навыков, компетенций), предусмотренных программой; допустившему серьезные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий;

 отметка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, показавшему частичное освоение планируемых результатов (знаний, умений, навыков, компетенций), предусмотренных   программой; сформированность не в полной мере новых компетенций и профессиональных умений для осуществления профессиональной деятельности;

 отметка «хорошо» выставляется обучающемуся, показавшему освоение планируемых результатов (знаний, умений, навыков, компетенций), предусмотренных программой, допустившему несущественные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий;

 отметка «отлично» выставляется обучающемуся, показавшему полное освоение планируемых результатов (знаний, умений, навыков, компетенций), всестороннее и глубокое изучение литературы.

**5. СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИНФОРМАЦИОННЫХ ИСТОЧНИКОВ**

 **Основная литература.**

1. Модуль 1. Дизайн коммуникаций. - URL: http://lib.lomonosov.online/course/view.php?id=26713

2. Модуль 2. Физические носители коммуникаций. - URL: http://lib.lomonosov.online/course/view.php?id=26714

3. Модуль 3. Идеология продвижения бренда. - URL: http://lib.lomonosov.online/course/view.php?id=26715

 **Дополнительная литература.**

1. Интеллектуальная собственность и реклама : актуальные вопросы, административная и судебная практика [Электронный ресурс] / М.:Альпина Паблишерз,2016. -187с. - 978-5-9614-1191-1. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book\_red&id=229798

2. Марусева И. В.. Мишень вкуса : аксиомы и структура арт-маркетинга; графический дизайн и креатив; рекламные арт-мемы; творческий метод создания рекламы «Золотое сечение»: монография [Электронный ресурс] / М.|Берлин:Директ-Медиа,2016. -305с. - 978-5-4475-7044-6. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book\_red&id=438287

3. Трушина, Л.Е. История отечественной и зарубежной рекламы : учебник : [16+] / Л.Е. Трушина. – 2-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 246 с. : ил.. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=112329 (дата обращения: 30.04.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03591-3. – Текст : электронный.. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book\_red&id=112329

4. Чернатони, Л. Брендинг: как создать мощный бренд : учебник / Л. Чернатони, М. МакДональд ; предисл. Б. Л. Ерёмина ; ред. Г. А. Клебче ; пер. с англ. под ред. Б. Л. Еремина. – Москва : Юнити-Дана, 2017. – 559 с.. - URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=691470

5. Шарков Ф. И.. Интегрированные коммуникации : реклама, паблик рилейшнз, брендинг: учебное пособие [Электронный ресурс] / М.:Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°»,2016. -324с. - 978-5-394-00792-7. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book\_red&id=453044

6. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг / Ф.И. Шарков. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 324 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116042 (дата обращения: 30.04.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03519-7. – Текст : электронный.. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book\_red&id=116042

7. Шарков, Ф.И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы : учебное пособие / Ф.И. Шарков. – 4-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2019. – 272 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573436 (дата обращения: 30.04.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03152-6. – Текст : электронный.. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book\_red&id=573436

Приложение № 1 к дополнительной профессиональной программе повышения квалификации

«Дизайн рекламы. Практикум»

**РАБОЧИЕ ПРОГРАММЫ МОДУЛЕЙ**

**Рабочая программа модуля**

**«Дизайн коммуникаций»**

**1. Цель освоения модуля:** формирование у обучающихся профессиональных компетенций в сфере особенностей дизайна коммуникаций.

**2. Характеристика компетенций, подлежащих совершенствованию, и (или) перечень новых компетенций, формирующихся в результате освоения модуля:**

**ВД 1. Проектирование объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (В/6) (по ПС "Графический дизайнер")**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Профессиональные компетенции | Знания | Умения | Практический опыт (владение) |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| ПК 1. Художественно-техническая разработка дизайн-проектов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (B/02.6). | З 1.2. Основы художественного конструирования и технического моделирования.З 1.3. Основы рекламных технологий.З 1.7. Профессиональная терминология в области дизайна. | У 1.1. Анализировать информацию, необходимую для работы над дизайн-проектом объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации.У 1.5. Обосновывать правильность принимаемых дизайнерских решений. | ПО 1.1. Изучение информации, необходимой для работы над дизайн-проектом объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации. |

**Выпускник должен обладать компетенциями:**

|  |  |
| --- | --- |
| Код компетенции | Наименование компетенции |
| ОК 01 по (ФГОС СПО 54.01.20) | Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам.. |
| ОК 02 по (ФГОС СПО 54.01.20) | Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности.. |

 **3. Структура и содержание модуля.**

 **Объем модуля и виды учебной деятельности.**

 Общая трудоемкость модуля «Дизайн коммуникаций» составляет 14 академических часов.

 **Разделы модуля и виды занятий.**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование тем | Общая трудоемкость, в акад. час. | Работа обучающегося в СДО, в акад. час. |
| Лекции | Практические занятия и/или тестирование |
| 1. | Специфика визуальных носителей | 3 | 1 | 2 |
| 2. | Корпоративная культура и дизайн | 3 | 1 | 2 |
| 3. | Алгоритм разработки рекламы | 4 | 1 | 3 |
| 4. | Мастер-класс «Верстка в деловой документации» | 4 | 1 | 3 |
| **ИТОГО** | **14** | **4** | **10** |

 **Форма промежуточной аттестации:** Зачет.

 **Тематическое содержание модуля.**

 Тема 1. Специфика визуальных носителей. Виды актуальных коммуникаций для бренда. Как составляется CJM и точки контакта с целевой аудиторией.

 Тема 2. Корпоративная культура и дизайн. Разработка визуальной репутации бренда. Дизайн деловой документации.

 Тема 3. Алгоритм разработки рекламы. Логика повествования. Иерархия в композиции. Способы манипулирования вниманием зрителя.

 Тема 4. Мастер-класс «Верстка в деловой документации». Правила верстки деловой документации в Adobe Illustrator.

 **Практические занятия.**

 Практическое занятие предусматривает выполнение практического задания, которое включает в себя отработку умений и навыков по всем темам модуля. Практическое задание может выполняться как после каждой темы (частично), так и после всего модуля (полностью).

|  |  |
| --- | --- |
| Темы практических занятий | Практические задания |
| 1. Специфика визуальных носителей.2. Корпоративная культура и дизайн.3. Алгоритм разработки рекламы.4. Мастер-класс «Верстка в деловой документации». | Проведение анализа брифа (реального или вымышленного бренда), целевой аудитории, CJM (карту путешествий клиента) и точек контакта ЦА с брендом. Создание на основе проведенного анализа списка актуальных носителей для бренда
Создание дополнительных стилеобразующих элементов айдентики
Интеграция между собой текста и изображения – создание рекламного макета. |

 **Список используемой литературы и информационных источников.**

 **Основная литература.**

1. Модуль 1. Дизайн коммуникаций. - URL: http://lib.lomonosov.online/course/view.php?id=26713

 **Дополнительная литература.**

1. Марусева И. В.. Мишень вкуса : аксиомы и структура арт-маркетинга; графический дизайн и креатив; рекламные арт-мемы; творческий метод создания рекламы «Золотое сечение»: монография [Электронный ресурс] / М.|Берлин:Директ-Медиа,2016. -305с. - 978-5-4475-7044-6. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book\_red&id=438287

2. Чернатони, Л. Брендинг: как создать мощный бренд : учебник / Л. Чернатони, М. МакДональд ; предисл. Б. Л. Ерёмина ; ред. Г. А. Клебче ; пер. с англ. под ред. Б. Л. Еремина. – Москва : Юнити-Дана, 2017. – 559 с.. - URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=691470

3. Шарков Ф. И.. Интегрированные коммуникации : реклама, паблик рилейшнз, брендинг: учебное пособие [Электронный ресурс] / М.:Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°»,2016. -324с. - 978-5-394-00792-7. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book\_red&id=453044

**Рабочая программа модуля**

**«Физические носители коммуникаций»**

**1. Цель освоения модуля:** формирование у обучающихся профессиональных компетенций в сфере специфики физических носителей коммуникаций.

**2. Характеристика компетенций, подлежащих совершенствованию, и (или) перечень новых компетенций, формирующихся в результате освоения модуля:**

**ВД 1. Проектирование объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (В/6) (по ПС "Графический дизайнер")**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Профессиональные компетенции | Знания | Умения | Практический опыт (владение) |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| ПК 1. Художественно-техническая разработка дизайн-проектов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (B/02.6). | З 1.1. Типографика, фотографика, мультипликация.З 1.2. Основы художественного конструирования и технического моделирования.З 1.3. Основы рекламных технологий.З 1.4. Технологические процессы производства в области полиграфии, упаковки, кино и телевидения.З 1.5. Материаловедение для полиграфии и упаковочного производства.З 1.6. Компьютерное программное обеспечение, используемое в дизайне объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации.З 1.7. Профессиональная терминология в области дизайна.З 1.8. Законодательство Российской Федерации в области интеллектуальной собственности. | У 1.2. Находить дизайнерские решения задач по проектированию объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации с учетом пожеланий заказчика и предпочтений целевой аудитории.У 1.3. Использовать специальные компьютерные программы для проектирования объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации.У 1.4. Учитывать при проектировании объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации свойства используемых материалов и технологии реализации дизайн-проектов. | ПО 1.2. Определение композиционных приемов и стилистических особенностей проектируемого объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации.ПО 1.3. Разработка дизайн-макета объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации.ПО 1.4. Подготовка графических материалов для передачи в производство. |

**Выпускник должен обладать компетенциями:**

|  |  |
| --- | --- |
| Код компетенции | Наименование компетенции |
| ПК 1.2 по (ФГОС СПО 54.01.20) | Определять выбор технических и программных средств для разработки дизайн-макета с учетом их особенностей использования.. |
| ПК 2.2 по (ФГОС СПО 54.01.20) | Определять потребности в программных продуктах, материалах и оборудовании при разработке дизайн-макета на основе технического задания.. |

 **3. Структура и содержание модуля.**

 **Объем модуля и виды учебной деятельности.**

 Общая трудоемкость модуля «Физические носители коммуникаций» составляет 14 академических часов.

 **Разделы модуля и виды занятий.**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование тем | Общая трудоемкость, в акад. час. | Работа обучающегося в СДО, в акад. час. |
| Лекции | Практические занятия и/или тестирование |
| 1. | Психология восприятия рекламы | 3 | 1 | 2 |
| 2. | Рекламные кампании | 3 | 1 | 2 |
| 3. | Дизайн информационных данных | 4 | 1 | 3 |
| 4. | Мастер-класс «Эффекты в рекламном плакате» | 4 | 1 | 3 |
| **ИТОГО** | **14** | **4** | **10** |

 **Форма промежуточной аттестации:** Зачет.

 **Тематическое содержание модуля.**

 Тема 1. Психология восприятия рекламы. Концепция AIDA и ЦА. Как создать ассоциативный образ. Выбор точки фокуса в рекламе.

 Тема 2. Рекламные кампании. Закон о рекламе. Как провести рекламную кампанию от идеи до реализации. Каналы рекламных коммуникаций.

 Тема 3. Дизайн информационных данных. Как объединить креатив и информативность. Принципы типографики в коммуникациях. Интеграция графики с текстовой информацией.

 Тема 4. Мастер-класс «Эффекты в рекламном плакате». Какими эффектами Adobe Photoshop пользоваться при создании рекламного плаката.

 **Практические занятия.**

 Практическое занятие предусматривает выполнение практического задания, которое включает в себя отработку умений и навыков по всем темам модуля. Практическое задание может выполняться как после каждой темы (частично), так и после всего модуля (полностью).

|  |  |
| --- | --- |
| Темы практических занятий | Практические задания |
| 1. Психология восприятия рекламы.2. Рекламные кампании.3. Дизайн информационных данных.4. Мастер-класс «Эффекты в рекламном плакате». | Создание рекламных макетов: выстраивание иерархии в повествовании, выравнивание элементов, использование изображений и стилеобразующих элементов, подбор колорита.
Создание образных ассоциативных рекламных изображений, подбор гармоничного колорита, логичное расположение поясняющих текстов
Создание макета страницы или разворота с группой разных изображений, подбор гармоничного колорита, логичное расположение поясняющих текстов |

 **Список используемой литературы и информационных источников.**

 **Основная литература.**

1. Модуль 2. Физические носители коммуникаций. - URL: http://lib.lomonosov.online/course/view.php?id=26714

 **Дополнительная литература.**

1. Интеллектуальная собственность и реклама : актуальные вопросы, административная и судебная практика [Электронный ресурс] / М.:Альпина Паблишерз,2016. -187с. - 978-5-9614-1191-1. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book\_red&id=229798

2. Трушина, Л.Е. История отечественной и зарубежной рекламы : учебник : [16+] / Л.Е. Трушина. – 2-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 246 с. : ил.. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=112329 (дата обращения: 30.04.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03591-3. – Текст : электронный.. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book\_red&id=112329

3. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг / Ф.И. Шарков. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 324 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116042 (дата обращения: 30.04.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03519-7. – Текст : электронный.. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book\_red&id=116042

**Рабочая программа модуля**

**«Идеология продвижения бренда»**

**1. Цель освоения модуля:** формирование у обучающихся профессиональных компетенций в сфере продвижения бренда товара или услуги.

**2. Характеристика компетенций, подлежащих совершенствованию, и (или) перечень новых компетенций, формирующихся в результате освоения модуля:**

**ВД 1. Проектирование объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (В/6) (по ПС "Графический дизайнер")**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Профессиональные компетенции | Знания | Умения | Практический опыт (владение) |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| ПК 1. Художественно-техническая разработка дизайн-проектов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации (B/02.6). | З 1.2. Основы художественного конструирования и технического моделирования.З 1.3. Основы рекламных технологий.З 1.5. Материаловедение для полиграфии и упаковочного производства.З 1.6. Компьютерное программное обеспечение, используемое в дизайне объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации.З 1.7. Профессиональная терминология в области дизайна. | У 1.2. Находить дизайнерские решения задач по проектированию объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации с учетом пожеланий заказчика и предпочтений целевой аудитории.У 1.3. Использовать специальные компьютерные программы для проектирования объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации.У 1.4. Учитывать при проектировании объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации свойства используемых материалов и технологии реализации дизайн-проектов. | ПО 1.2. Определение композиционных приемов и стилистических особенностей проектируемого объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации.ПО 1.3. Разработка дизайн-макета объекта визуальной информации, идентификации и коммуникации.ПО 1.4. Подготовка графических материалов для передачи в производство. |

**Выпускник должен обладать компетенциями:**

|  |  |
| --- | --- |
| Код компетенции | Наименование компетенции |
| ПК 2.3 по (ФГОС СПО 54.01.20) | Разрабатывать дизайн-макет на основе технического задания.. |
| ПК 2.4 по (ФГОС СПО 54.01.20) | Осуществлять представление и защиту разработанного дизайн-макета.. |

 **3. Структура и содержание модуля.**

 **Объем модуля и виды учебной деятельности.**

 Общая трудоемкость модуля «Идеология продвижения бренда» составляет 14 академических часов.

 **Разделы модуля и виды занятий.**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование тем | Общая трудоемкость, в акад. час. | Работа обучающегося в СДО, в акад. час. |
| Лекции | Практические занятия и/или тестирование |
| 1. | Продвижение товара или услуги | 3 | 1 | 2 |
| 2. | Коммуникация в цифровой сфере | 3 | 1 | 2 |
| 3. | Презентация проекта | 4 | 1 | 3 |
| 4. | Мастер-класс «Создание шаблонного макета» | 4 | 1 | 3 |
| **ИТОГО** | **14** | **4** | **10** |

 **Форма промежуточной аттестации:** Зачет.

 **Тематическое содержание модуля.**

 Тема 1. Продвижение товара или услуги. Создание кинестетической айдентики. Виды сувениров, упаковки, мерча, вывесок, витрин, POS – материалов.

 Тема 2. Коммуникация в цифровой сфере. Виды цифрового размещения рекламы. Как адаптировать элементы айдентики к цифровой среде. Якорные объекты в композиции.

 Тема 3. Презентация проекта. Понятия: брендбук (brandbook), логобук (logobook) и гайдлайн (guideline). Содержание, обязательные позиции. Варианты верстки шаблона.

 Тема 4. Мастер-класс «Создание шаблонного макета». Как создавать шаблоны макета в Adobe InDesign.

 **Практические занятия.**

 Практическое занятие предусматривает выполнение практического задания, которое включает в себя отработку умений и навыков по всем темам модуля. Практическое задание может выполняться как после каждой темы (частично), так и после всего модуля (полностью).

|  |  |
| --- | --- |
| Темы практических занятий | Практические задания |
| 1. Продвижение товара или услуги.2. Коммуникация в цифровой сфере.3. Презентация проекта.4. Мастер-класс «Создание шаблонного макета». | Создание дизайна рекламных сувениров и мерча, уникальных графических решений, логичное расположение элементов айдентики на носителях (сувенирах и других элементах)
Создание дизайна пиктограмм, подбор гармоничного колорита, стилизация изображений
Создание презентации проекта и верстка брендбука |

 **Список используемой литературы и информационных источников.**

 **Основная литература.**

1. Модуль 3. Идеология продвижения бренда. - URL: http://lib.lomonosov.online/course/view.php?id=26715

 **Дополнительная литература.**

1. Чернатони, Л. Брендинг: как создать мощный бренд : учебник / Л. Чернатони, М. МакДональд ; предисл. Б. Л. Ерёмина ; ред. Г. А. Клебче ; пер. с англ. под ред. Б. Л. Еремина. – Москва : Юнити-Дана, 2017. – 559 с.. - URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=691470

2. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг / Ф.И. Шарков. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 324 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116042 (дата обращения: 30.04.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03519-7. – Текст : электронный.. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book\_red&id=116042

3. Шарков, Ф.И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы : учебное пособие / Ф.И. Шарков. – 4-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2019. – 272 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573436 (дата обращения: 30.04.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03152-6. – Текст : электронный.. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book\_red&id=573436

Приложение № 2 к дополнительной профессиональной программе повышения квалификации

«Дизайн рекламы. Практикум»

**ПРОГРАММА ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ**

 **1. Общие положения.**

 Итоговая аттестация обучающегося, завершившего обучение по программе повышения квалификации, предназначена для комплексной оценки уровня знаний на соответствие результатов освоения дополнительной профессиональной программы заявленным целям и планируемым результатам обучения.

 Программа итоговой аттестации составлена в соответствии с локальными актами Образовательной организации, регулирующими организацию и проведение итоговой аттестации.

 **2. Содержание итоговой аттестации.**

 Итоговая аттестация включает вопросы следующих модулей: «Дизайн коммуникаций», «Физические носители коммуникаций», «Идеология продвижения бренда».

 **3. Критерии оценки результатов освоения образовательной программы.**

 По результатам итоговой аттестации выставляются отметки по стобалльной системе и четырехбалльной.

 Соответствие балльных систем оценивания:

|  |  |
| --- | --- |
| Количество балловпо стобалльной системе | Отметкапо четырехбалльной системе |
| 81-100 | «отлично» |
| 61-80 | «хорошо» |
| 51-60 | «удовлетворительно» |
| менее 51 | «неудовлетворительно» |

 Оценка результатов освоения программы осуществляется итоговой аттестационной комиссией в соответствии со следующими критериями:

 отметка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, не показавшему освоение планируемых результатов (знаний, умений, навыков, компетенций), предусмотренных программой; допустившему серьезные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий;

 отметка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, показавшему частичное освоение планируемых результатов (знаний, умений, навыков, компетенций), предусмотренных   программой; сформированность не в полной мере новых компетенций и профессиональных умений для осуществления профессиональной деятельности;

 отметка «хорошо» выставляется обучающемуся, показавшему освоение планируемых результатов (знаний, умений, навыков, компетенций), предусмотренных программой, допустившему несущественные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий;

 отметка «отлично» выставляется обучающемуся, показавшему полное освоение планируемых результатов (знаний, умений, навыков, компетенций), всестороннее и глубокое изучение литературы.

Приложение № 3 к дополнительной профессиональной программе

повышения квалификации

«Дизайн рекламы. Практикум»

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ**

 **Примерный (демонстрационный) вариант оценочных материалов для проведения промежуточной и итоговой аттестации.**

Модуль 3. Идеология продвижения бренда

**Презентация проекта**

**Практическое задание 9**

**Цель задания:** научиться создавать презентацию проекта и верстку брендбука

**Что нужно сделать:** создать авторский макет верстки брендбука, представить:

1. обложку
2. страницу содержания
3. один разворот любой части брендбука своего проекта

Требования к верстке:

1. Единая стилистика оформления
2. Грамотная верстка (логичное выравнивание по сетке, контраст заголовков и основного текста, выставленные колонтитулы и нумерация)

Оформление работы (технические требования):

1. Формат А4 (или любой авторский), 300 dpi, CMYK, jpg или pdf.
2. Объедините все файлы в один архив и отправляйте работу.
3. Обязательно проверьте, чтобы файлы и архив был названы вашим именем (фамилия и имя) и содержали название задания, не только его номер, а именно название.

Максимальная оценка: **11 баллов**

**Критерии оценки:**

| **Критерии** | **Баллы** |
| --- | --- |
| Уникальные авторские макет верстки | 3 |
| Соответствие идеи оформления брендбука общей стилистики бренда | 4 |
| Единая стилистика оформления обложки, содержания и разворота | 4 |