

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования «Саратовский государственный технический
университет имени Гагарина Ю.А.»

Профессионально-педагогический колледж

УТВЕРЖДАЮ

И.о. директора

Профессионально-педагогического
колледжа СГТУ имени Гагарина Ю.А.

Т.И. Кузнецова

июня 2022 г.



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ.02 ПРОИЗВОДСТВО РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ**
специальность
42.02.01 РЕКЛАМА

Рабочая программа рассмотрена
на заседании методической комиссии
рекламы, информационной безопасности и
компьютерных сетей

протокол № 11 от 10» июня 2022 г.
Председатель МК Ястр М.А. Ястребова

Саратов 2022

Рабочая программа профессионального модуля разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее СПО) 42.02.01 Реклама, утверждённого приказом Министерства образования и науки РФ от 12.05.2014 г., № 510.

Разработчики программы: Гельмут Ю.А. – преподаватель ППК СГТУ имени Гагарина Ю.А.

Рецензенты:

Внутренний: Ницо Р.З. – преподаватель ППК СГТУ имени Гагарина Ю.А.

Внешний: Комарова Е.А. – Генеральный директор «Дизайн студия - С»

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	6
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	7
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	21

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.02 ПРОИЗВОДСТВО РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ

1.1. Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля является частью программы подготовки специалистов среднего звена по специальностям 42.02.01 Реклама в части освоения основного вида профессиональной деятельности: «Производство рекламной продукции».

1.2. Место профессионального модуля в структуре ПССЗ

Профессиональный модуль входит в профессиональный цикл.

1.3. Цели и задачи профессионального модуля – требования к результатам освоения профессионального модуля Изучение профессионального модуля направлено на освоение основного вида деятельности 5.2.2 Производство рекламной продукции

1.3.1. Перечень общих компетенций

Код	Наименование результата обучения
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3.	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК 4.	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5.	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 6.	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7.	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
ОК 8.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9.	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.
ОК 10.	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.
ОК 11.	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке

1.3.2. Перечень профессиональных компетенций

Код	Наименование результата обучения
ПК 2.1.	Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.
ПК 2.2.	Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.
ПК 2.3.	Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.

1.3.3. В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

иметь практический опыт:	– выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при использовании рекламного продукта;
	– построения модели (макета, сценария) объекта с учетом выбранной технологии;
	– подготовки к производству рекламного продукта;
	– производства рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков;
	– выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при использовании рекламного продукта;
уметь:	– осуществлять фотосъемку для производства рекламного продукта;
	– осуществлять видеосъемку для производства рекламного продукта;
	– использовать компьютерные технологии при создании печатного рекламного продукта;
	– разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы;
	– использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео-, анимации;
	– использовать мультимедийные и web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта;
знать:	– технику, технологии и технические средства фотосъемки в рекламе;
	– технику, технологии и технические средства видеосъемки в рекламе;
	– технические и программные средства для создания печатного рекламного продукта;
	– технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации;
	– технологию создания Интернет-рекламы;
	– аппаратное и программное обеспечение.

1.4 Количество часов на освоение программы профессионального модуля:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 609 часов, включая:
обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 413 часов;

самостоятельной работы обучающегося – 196 часов;
учебной практики – 72 часа.
производственной практики (по профилю специальности) – 72 часа.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Коды профессиональных и общих компетенций	Наименование разделов профессионального модуля	Суммарный объем нагрузки, час. (максимальная учебная нагрузка и практики)	Объем времени, отведенный на освоение МДК								Практика		
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося					Самостоятельная работа обучающегося		Консультации			
			Всего часов	в т.ч. лаборатор. занятия (если предусмотрено) часов	в т.ч. практич. занятия (если предусмотрено) часов	в т.ч., курсовая работа (проект) (если предусмотрено) часов	в т.ч. семинар. занятия (если предусмотрено) часов	Всего часов	в т.ч., курсовая работа (проект) (если предусмотрено) часов		Учебная (если предусмотрено) часов	Производственная (по профилю специальности) часов	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	
ОК 1-11 ПК 2.1- ПК 2.3	МДК 02.01. Выполнение рекламных проектов в материале	264	178	6	91	30			86				
	МДК 02.02. Проектная компьютерная графика и мультимедиа	187	127	6	72				60				
	МДК 02.03. Техника и технологии рекламной фотографии	79	54	4	32				25				
	МДК 02.04. Техника и технологии рекламного видео	79	54	6	30				25				
	УП. 02.01 Учебная практика	72										72	
	ПП. 02.01 Производственная практика (по профилю специальности)	72											72
Всего:		753	413						196			72	72

2.2. Содержание обучения по профессиональному модулю

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические занятия, Самостоятельная работа обучающихся обучающегося, курсовая работа (проект) (если предусмотрены), иные виды учебной работы в соответствии с учебным планом	Объем часов	Уровень освоения	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программ
1	2	3	4	5
7 семестр				
МДК 02.01. Выполнение рекламных проектов в материале				
Тема 1. Изучение технологий печати	Содержание учебного материала	12	1	ОК 01-11, ПК 2.1- 2.3
	Основы технологии печати. Понятие, история, особенности, назначение. Виды печати.	2		
	Выбор технологии печати. Выбор технологии изготовления печатных форм. Выбор технологии, материалов и оборудования для изготовления фотоформ. Выбор материалов и оборудования для изготовления печатных форм. Сквозной контроль качества.	2		
	Практическое занятие № 1 Виды печати и классификации изданий.	2		
	Практическое занятие № 2 Использование типографских систем измерений.	2	2	
	Практическое занятие № 3 Рассмотрение видов печатных машин.	2		
	Практическое занятие № 4 Рассмотрение и использование печатной бумаги и краски.	2		
Тема 2. Исследование процессов производства печатной продукции	Содержание учебного материала	14	1	
	Основы производства печатной продукции. Современное состояние и развитие полиграфического производства. Проектирование комплексного производственного процесса. Основы теории систем. Системное рассмотрение технологического процесса производства.	2		
	Этапы производства печатной продукции: допечатная подготовка, технология набора, рукопись, ввод текста, клавиатурный ввод, ввод при помощи оптических методов (OCR), речевой ввод, набор и обработка - шрифты, параметры, характеристики, кодирование знаков и т.д.	2		
	Способы печати рекламной продукции. Виды принтеров. Виды	2		

	бумаги и фотобумаги, их назначение. Способы печати рекламной продукции: способ глубокой печати, способ высокой печати, способ орловской печати, способ плоской печати, способ офсетной печати, способ струйной печати, способ трафаретной печати, способ флексографской печати. Резка готовой печатной продукции, ее окончательный сбор. Авторская печатная форма. Подготовка макетов для печати. Выбор бумаги для печати.			
	Практическое занятие № 5 Процессы допечатной подготовки.	2	2	ОК 01-11, ПК 2.1- 2.3
	Практическое занятие № 6 Печатные процессы.	2		
	Практическое занятие № 7 Брошюровочно-переплетные процессы.	2		
	Практическое занятие № 8 Дополнительная отделка и издательство.	2		
Тема 3. Работа с цветом в полиграфии	Содержание учебного материала	16		
	Работа с цветом в полиграфии. Цвет и цветные оригиналы в полиграфии. Процесс цветного репродуцирования. Законы синтеза цвета. Аддитивный синтез цвета. Субтрактивный синтез цвета. Автотипный синтез цвета.	2	1	
	Цвет в природе. Природа цвета (Цвет как предмет науки). Параметры описания цвета. Объективные характеристики цвета. Белые поверхности. Черные поверхности.	2		
	Субъективные характеристики цвета: цветовой тон, насыщенность и светлота. Понятие, особенности. Хроматические и ахроматические цвета. Метамерные цвета. Пороговая чувствительность восприятия цвета. Систематизация оттенков цвета. Количественное описание цвета и различимости отдельных оттенков цвета.	2		
	Модели описания различия цветовых оттенков: Модель RGB, Модель CMYK, Модель HSB (HSL, HSI, HSV), Модель CIE Lab.	2		
	Практическое занятие № 9 Закрепление основ теории цвета.	2	2	
	Практическое занятие № 10 Обзор аппаратного и программного обеспечения.	2		
	Практическое занятие № 11 Калибровка оборудования и цветопроба.	2		
Практическое занятие № 12 Балансировка цвета.	2			
Тема 4. Печатная реклама: виды, структура,	Содержание учебного материала	18		
	Основные виды печатной рекламы: рекламный листок, буклет, плакат, проспект, каталог, открытка, календарь и пр. Понятие, основные требования.	2	1	

основные правила	Реклама в прессе. Характеристика газетно-журнальной рекламы. Реклама в газетах. Характеристика типов газет. Реклама в журналах. Рекламные блоки. Реклама на обложке. Прямая почтовая рассылка (ППР). Требования к тексту ППР. Интернет-реклама. Требования к текстам интернет-рекламы.	2	2	ОК 01-11, ПК 2.1- 2.3
	Практическое занятие № 13 Продукты для разработки эффективной рекламы.	2		
	Практическое занятие № 14 Написание рекламного текста.	2		
	Практическое занятие № 15 Иллюстрирование рекламного сообщения.	2		
	Практическое занятие № 16 Презентация рекламного сообщения.	2		
	Практическое занятие № 17 Создание рекламной открытки.	2		
	Практическое занятие № 18 Создание рекламного календаря.	2		
	Практическое занятие № 19 Создание рекламы на обложке журнала.	2		
Тема 5. Наружная реклама: средства, композиция и материалы	Содержание учебного материала	70		
	Понятие наружной рекламы. Виды и средства наружной рекламы, ее особенности, основные задачи, композиция, материалы.	2	1	
	Стационарная наружная реклама: плакаты и афиши на тумбах, рекламные щиты (бил- борды), панно на зданиях (брандмауэры), плакаты на столбах, указатели, растяжки над проезжей частью улицы.	2		
	Создание и разработка макетов. Принципы: взгляд за 1 секунду, компактность информации, один ключевой способ контакта, крупные шрифты и контрастные цвета, фокусировка на одной идее или сообщении. Проверка читаемости макета. Тестирование макета.	4		
	Технологии производства наружной рекламы: бумажные постеры; реклама на полимерных тканях и пленках; виниловая аппликация.	2		
	Практическое занятие № 20 Основные композиций и материалов в наружной рекламе.	2		2
	Практическое занятие № 21 Создание логотипа.	2		
	Практическое занятие № 22 Создание визитки и флаера.	2		
	Практическое занятие № 23 Создание буклета.	2		
	Практическое занятие № 24 Создание плаката.	2		
	Практическое занятие № 25 Анализ созданных средств наружной рекламы на соответствие предъявляемым требованиям.	3		
	Лабораторное занятие № 1 Создание бил-борда.	2		

				ОК 01-11, ПК 2.1- 2.3
	Лабораторное занятие № 2 Создание брендмауэра.	2		
	Самостоятельная работа обучающихся № 1 Создание рекламной открытки. Создание рекламного календаря.	14	3	
	Самостоятельная работа обучающихся № 2 Создание рекламного календаря.	14		
	Самостоятельная работа обучающихся № 3 Создание логотипа.	6		
	Самостоятельная работа обучающихся № 4 Создание визитки и флаера.	8		
Промежуточная аттестация: Дифференцированный зачет		1		
8 семестр		3		
Тема 6. Интерьерная реклама: оформление, полиграфия, эффект	Содержание учебного материала	18	2	
	Интерьерная реклама: понятие, особенности, виды, основные требования и правила, создаваемый эффект.	2		
	Оформление места продажи. Оформление витрин, производство POS материалов, разработка визуальной навигации, информационных щитов и указателей, дегустационных стоек и т.д. Оформление интерьеров музеев и выставочных залов: виды, требования, перспективы, технологические решения, задачи оформления.	2		
	Практическое занятие № 26 Создание витрины магазина.	2		
	Практическое занятие № 27 Оформление музеев и выставочных залов.	2		
	Практическое занятие № 28 Создание интерьера выставочных залов.	2		
	Практическое занятие № 29 Создание брендбука: формирование концепции и фирменного стиля.	2		
	Практическое занятие № 30 Создание брендбука: оформление рекламного материала.	2		
	Практическое занятие № 31 Создание брендбука: допечатная подготовка.	2		
	Практическое занятие № 32 Презентация разработанного брендбука.	2		
Тема 7. Автор закадрового текста, монологов и диалогов	Содержание учебного материала	14	1	
	Реклама на радио. Тексты радиорекламы. Рекомендации по созданию радиотекста. Жанровые разновидности радиорекламы.	2		
	Специфика создания текстов на радио и закадровых текстов для телевизионных материалов. Информационная, аналитическая и художественная публицистика. Соотнесение этих понятий с рекламными	2		

	текстами. Герои и персонажи – принципы их использования в рекламных произведениях.		1	
	Монолог и диалог. Особенности прямой и косвенной речи в рекламных материалах. Мастерство создания диалога. Специфика рекламного диалога. Жанры рекламных материалов с использованием диалога. Актёрский диалог и общение документальных героев и персонажей. Формы литературной записи, оформление сценариев подобных аудио- и видеоматериалов.	2		ОК 01-11, ПК 2.1- 2.3
	Практическое занятие № 33 Рекламы на радио.	2	2	
	Практическое занятие № 34 Тренинг «Мастерство создания диалога».	2		
	Практическое занятие № 35 Написание монолога (диалога) для радио, на представленную тему.	2		
	Практическое занятие № 36 Оформление сценариев подобных аудио- и видеоматериалов.	2		
Тема 8. Режиссура рекламного клипа	Содержание учебного материала	72	1	
	Режиссура театра и кино: специфика режиссерского творчества, средства выразительности. Система К.С. Станиславского как метод работы с актером. Профессия — режиссер рекламы. Российские режиссеры рекламы.	2		
	Создание телевизионной рекламы. Телевидение как аудиовизуальное средство массовой коммуникации. Общая характеристика телерекламы. Принципы эффективной телерекламы. Преимущества и недостатки телерекламы. Приемы воздействия на потребителя рекламы. Рекламный сериал. Типология рекламных роликов. Команда рекламного проекта.	2		
	Основы сценарного мастерства режиссера рекламы. Композиция рекламного сценария. Режиссерский сценарий и раскадровка. Режиссерский замысел. Жанр рекламного произведения.	2		
	Рекламный образ. Природа рекламного образа. Технология создания рекламных образов. Классификация приемов создания рекламного образа.	2		
	Практическое занятие № 37 Творческое наследие В.И. Немировича-Данченко, Е.Б. Вахтангова, В.Э. Мейерхольда, А.Я. Таирова.	2		2
	Практическое занятие № 38 Деятельность российских и иностранных режиссеров рекламы.	2		

	Практическое занятие № 39 Знакомство с творчеством российских и иностранных режиссеров рекламы.	2	2	ОК 01-11, ПК 2.1- 2.3
	Практическое занятие № 40 Знакомство с «Ночью пожирателей рекламы».	2		
	Практическое занятие № 41 Работа режиссера с художником над пространственным решением драматургического произведения.	2		
	Практическое занятие № 42 Опыт деятельности различных команд рекламного производства.	2		
	Практическое занятие № 43 Технологии создания рекламного образа.	2		
	Практическое занятие № 44 Правила написания и раскадровки сценария.	2		
	Практическое занятие № 45 Разработка сценария видеоклипа рекламной кампании.	2		
	Лабораторное занятие № 3 Ролевая игра «Клип-шоу».	2		
	Самостоятельная работа обучающихся № 5 Создание буклета.	10	3	
	Самостоятельная работа обучающихся № 6 Создание плаката.	10		
	Самостоятельная работа обучающихся № 7 Создание брендмауэра.	14		
	Самостоятельная работа обучающихся № 8 Работа над курсовым проектом.	10		
Примерная тематика курсовых проектов:		30		ОК 01-11, ПК 2.1- 2.3
<ol style="list-style-type: none"> 1. Новый подход в создании сувенирной рекламы в системе фирменного стиля компании. 2. Возможности видеоролика в рекламе образовательных услуг. 3. Разработка аналога рекламного плаката для компании с использованием приемов психологического воздействия на интересы и потребности людей. 4. Разработка, создание и распространение буклета с рекламой образовательных услуг. 5. Создание и разработка ролика в качестве телевизионной рекламы компании. 6. Создание и разработка роликов для радио. 7. Создание и разработка социальной рекламы «Город без наркотиков» для размещения на бил-бордах города. 8. Создание и разработка телевизионного ролика рекламы «Город без наркотиков». 9. Создание и разработка социальной рекламы на радио и телевидении. 10. Создание видеоролика некоммерческого характера на предоставление образовательных услуг. 11. Создание и разработка брендбука компании. 				

Промежуточная аттестация: Комплексный экзамен с МДК 02.02				
Всего по МДК 02.01		264		
МДК 02.02. Проектная компьютерная графика и мультимедиа				
Тема 1. Проектная компьютерная графика и мультимедиа	Содержание учебного материала	16	1	ОК 01-11, ПК 2.1- 2.3
	Проектная компьютерная графика и мультимедиа: основные понятия, особенности, возможности использования, программное обеспечение.	2		
	Форматы графических изображений. Методы сжатия графических изображений. Качество графических изображений. Уменьшение размера графических изображений без потери качества.	4		
	Обзор графических редакторов по работе с растровыми и векторными изображениями. Их достоинства и недостатки. Область применения графических редакторов.	2		
	Практическое занятие № 1 Истории развития интернет-технологий.	4	2	
	Практическое занятие № 2 Сопоставительный анализ программного обеспечения.	4		
Тема 2. Векторная компьютерная графика	Содержание учебного материала	20	1	
	Векторная компьютерная графика. Понятие, особенности, объекты, используемые программы.	2		
	Программа CorelDraw: возможности, применение редактора в создании рекламного продукта. Интерфейс программы, основные команды и панели.	2		
	Программа AdobeIllustrator: возможности, применение редактора в создании рекламного продукта. Интерфейс программы, основные команды и панели.	2		
	Практическое занятие № 3 Работа с CorelDraw.	6		
	Практическое занятие № 4 Работа с AdobeIllustrator.	6		
	Лабораторное занятие № 1 Создание вывески с помощью CorelDraw.	2		
Тема 3. Растровая компьютерная графика	Содержание учебного материала	43	2	
	Растровая компьютерная графика. Понятие, особенности, объекты, используемые программы.	2		
	Программа AdobePhotoshop: возможности, применение редактора в создании рекламного продукта. Интерфейс программы, основные команды и панели.	2		
	Программа Corel Photo-Paint: возможности, применение редактора в	2		

	создании рекламного продукта. Интерфейс программы, основные команды и панели.			ОК 01-11, ПК 2.1- 2.3
	Практическое занятие № 5 Работа с AdobePhotoshop.	6		
	Практическое занятие № 6 Работа с Corel Photo-Paint.	5		
	Самостоятельная работа обучающихся № 1 Создать анимацию движения прыгающего мячика от стенки к стенке с деформацией формы.	6		
	Самостоятельная работа обучающихся № 2 Создать анимацию формы рекламного текста в графический объект.	6		
	Самостоятельная работа обучающихся № 3 Создать сложную анимацию формы и движения, работа с библиотекой, создание клипов.	14		
Промежуточная аттестация: Дифференцированный зачет		2		
8 семестр				
Тема 4. Верстка полиграфической продукции	Содержание учебного материала	10	1	
	Основы верстки полиграфической продукции: понятие, задачи, основные схемы верстки, требования.	2		
	Программа Scribus: возможности, применение в создании рекламного продукта. Интерфейс программы, основные команды и панели.	2		
	Программа AdobeInDesign: возможности, применение в создании рекламного продукта. Интерфейс программы, основные команды и панели.	2		
	Практическое занятие № 7 Работа с Scribus.	2	2	
	Практическое занятие № 8 Работа с AdobeInDesign	2		
Тема 5. Мультимедийные технологии	Содержание учебного материала	12	1	
	Мультимедийные технологии: понятие, задачи, основные виды, требования.	2		
	Программа MicrosoftSilverlight: возможности, применение в создании рекламного продукта. Интерфейс программы, основные команды и панели.	4		
	Программа AdobeFlash: возможности, применение в создании рекламного продукта. Интерфейс программы, основные команды и панели.	2		
	Практическое занятие № 9 Работа с MicrosoftSilverlight.	2	2	
	Практическое занятие № 10 Работа с AdobeFlash.	2		
Тема 6. Рисование во Flash	Содержание учебного материала	6	1	
	Понятие и сущность Flash. Техника работы в программе.	2		

	Практическое занятие № 11 Работа с инструментами во Flash.	2		ОК 01-11, ПК 2.1- 2.3
	Практическое занятие № 12 Работа с цветом.	2		
Тема 7. Основы анимации	Содержание учебного материала	10	1	
	Понятие, анимационные технологии, этапы создания.	2		
	Практическое занятие № 13 Покадровая анимация.	4	2	
	Практическое занятие № 14 Анимация движения и формы.	4		
Тема 8. Символы. Сложная анимация	Содержание учебного материала	6	1	
	Понятие, типы символов. Создание статистических символов. Создание анимированного символа. Редактирование символов.	2		
	Практическое занятие № 15 Работа с библиотеками и символами.	2	2	
	Практическое занятие № 16 Применение сцен в фильмах Flash.	2		
Тема 9. Маскирование слоев	Содержание учебного материала	8	1	
	Понятие маски, маскирующего и маскируемого слоя. Общие принципы построения слоя-маски.	2		
	Практическое занятие № 17 Работа со слоями и изображениями.	2	2	
	Практическое занятие № 18 Маскируемые слои и анимированные маски.	4		
Тема 10. Введение в разработку Web-сайтов	Содержание учебного материала	6	1	
	Общие сведения о компьютерных сетях, основные определения. Этапы и средства создания Web-сайтов.	2		
	Практическое занятие № 19 Создание кнопки с применением ActionScript 3.0.	2	2	
	Практическое занятие № 20 Анимация эффектов.	2		
Тема 11. Работа со звуком	Содержание учебного материала	6	2	
	Специфика звука в рекламе. Виды звукового сопровождения. Работа со звуком.	2		
	Практическое занятие № 21 Наложение и обработка звука.	2	2	
	Практическое занятие № 22 Озвучивание анимации.	2		
Тема 12. Основы создания анимационного фильма	Содержание учебного материала	42	1	
	Процесс создания анимации с точки зрения производства продукта — создания творческого проекта. Фазы производства анимационного фильма. Раскадровка будущей анимации. Монтаж.	1		
	Практическое занятие № 23 Создание титров.	3	2	
	Лабораторное занятие № 1 Создание анимационного фильма.	4		

	Самостоятельная работа обучающихся № 4 Написать сценарий к рекламному анимационному ролику.	4	3	ОК 01-11, ПК 2.1- 2.3
	Самостоятельная работа обучающихся № 5 Доработать анимацию в графическом редакторе Adobe Photoshop.	4		
	Самостоятельная работа обучающихся № 6 Создать звуковое сопровождение к интернет – заставке в редакторе Adobe Flash.	6		
	Самостоятельная работа обучающихся № 7 Создать рекламный Flash –баннеры, интернет - заставки в графическом редакторе Adobe Flash.	8		
	Самостоятельная работа обучающихся № 8 Создать 2 анимированные открытки на фоне авторских фотографий в графическом редакторе Adobe Photoshop.	6		
	Самостоятельная работа обучающихся № 9 Нарисовать по созданным эскизам мультипликационный образ, сцены для будущих интернет – заставок в графическом редакторе Corel Draw или Adobe Flash.	6		
Промежуточная аттестация: комплексный экзамен с МДК 02.01				
Всего по МДК 02.02		187		
МДК 02.03. Техника и технологии рекламной фотографии				
Тема 1. Основы и термины	Содержание учебного материала	4	1	ОК 01-11, ПК 2.1- 2.3
	Основные термины и определения в рекламной фотографии. Выдержка. Диафрагма. Экспозиция и экспопара.	2		
	Самостоятельная работа обучающихся № 1 Изучить историю фотографии.	2	3	
Тема 2. Оборудование. Устройство фотоаппарата	Содержание учебного материала	22	1	
	Профессиональные фотокамеры , классификация фотокамер, их характеристики, область применения, вспышки, аксессуары к фотокамере (штативы, моноподы, фотосумки, фоторюкзаки, Flash-карты, аккумуляторы, светофильтры, UV-фильтры, бленды). Объективы, классификация объективов, область применения.	2		
	Эксплуатация фотооборудования. Студийный свет: софтбоксы, рефлекторы, фотозонты, отражатели, фоны, импульсный свет. Зависимость между диафрагмой и выдержкой. Установка баланса белого, светосилы, ISO – чувствительности. Режимы базовой и творческой зоны.			

	Практическое занятие № 1 Технологии работы с объективами и их характеристики.	22		ОК 01-11, ПК 2.1- 2.3
	Практическое занятие № 2 Типы светофильтров и работа с ними.	2	2	
	Практическое занятие № 3 Работа по сохранности снимков и защите прав на них.	2		
	Самостоятельная работа обучающихся № 2 Построить и сфотографировать композицию натюрморта.	6	3	
	Самостоятельная работа обучающихся № 3 Построить и сфотографировать композицию рекламного продукта	6		
Тема 3. Процесс цифровой обработки фотографий	Содержание учебного материала	14	1	
	Понятие, цель создания. Процесс создания цифровой фотографии. Пост-обработка цифровых фотографий.	2		
	Практическое занятие № 4 Анализ технологических особенностей цифровых камер.	2	2	
	Практическое занятие № 5 Оптимизация размера цифровых фотографий.	2		
	Практическое занятие № 6 Технологии наложения снимков и мультиэкспозиции.	2		
	Практическое занятие № 7 Техника сборки цифровых панорам.	2		
	Практическое занятие № 8 Создание анимированных объемных снимков.	2		
	Практическое занятие № 9 Особенности создания черно-белых фотографий.	2		
Тема 4. Управление цветностью и печать	Содержание учебного материала	6	1	
	Понятия, концепции, принципы управления цветностью.	2		
	Практическое занятие № 10 Концепция и методов цветокоррекции.	2	2	
	Практическое занятие № 11 Настройка оборудования и программного обеспечения.	2		
Тема 5. Техника и стиль фотосъемки	Содержание учебного материала	6	1	
	Основные понятия. Виды и стили фотосъемки.	2		
	Практическое занятие № 12 Работа с различными источниками света.	2	2	
	Практическое занятие № 13 Основы фотокомпозиции.	2		
Тема 6. Жанровая съемка	Содержание учебного материала	27	1	
	Фотосъемка предметов. Режимы творческой и базовой зоны. Фотосъемка в режиме приоритета выдержки, приоритета диафрагмы,	2	1	

	ручном режиме предметов. Использование стационарной вспышки, независимой вспышки и фотосъемка без вспышки.			
	Фотосъемка в студии и на природе. Фотосъемка предметов, объектов в студии: натюрморт, интерьер, рекламный продукт. Натурная фотосъемка: пейзаж, архитектура.	2	1	ОК 01-11, ПК 2.1- 2.3
	Фотосъемка людей. Режимы творческой и базовой зоны. Фотосъемка в режиме приоритета выдержки, приоритета диафрагмы, ручном режиме людей. Использование стационарной вспышки, независимой вспышки и фотосъемка без вспышки. Постановочная фотография. Репортажная фотография. Рекламная фотография на продажу.	2	1	
	Практическое занятие № 14 Особенности фотосъемки портрета, пейзажа, натюрморта.	2	2	
	Практическое занятие № 15 Фотосъемка детей (подростки, маленькие дети, младенцы).	2		
	Практическое занятие № 16 Особенности фотосерии, фотоочерка, репортажа.	2		
	Лабораторное занятие № 1 Создание рекламного плаката с моделью.	4		
	Самостоятельная работа обучающихся № 4 Сфотографировать пейзаж и архитектуру.	6	3	
	Самостоятельная работа обучающихся № 5 Создать варианты использования студийного света при фотосъемке портрета	5		
Промежуточная аттестация: Комплексный экзамен с МДК 02.04				
Итого по МДК 02.03		79		
МДК 02.04 Техника и технологии рекламного видео				
Тема 1. Видеокамеры и их классификация	Содержание учебного материала	2	1	
	Видеоборудование, классификация видеокамер, их область применения, профессиональные видеокамеры. Уход за видеоборудованием, его хранение.	2		
Тема 2. Аксессуары к видеокамере	Содержание учебного материала	7	1	
	Объективы к видеокамерам, область применения, штативы, ST-Dcam, их область применения, аккумуляторы, видеосумки, средства ухода за видеоаппаратурой, диски, кассеты, flash-карты.	2		
	Самостоятельная работа обучающихся № 1 Составить сравнительную таблицу «Видеоборудование и его область применения».	5	3	
Тема 3.	Содержание учебного материала	6	1	

Постановка цели и задачи видеоролика	Построение сценарной заявки – рабочей версии видеоролика. Сюжет, тема, цели, проблемы, факты, жанр, видеоролика. Необходимое оборудование, актеры, место видеосъемки, видео-редакторы, в котором будет произведен монтаж и рендеринг видеоролика.	2		
	Практическое занятие № 1 Создание съемочного пространства.	2		
	Практическое занятие № 2 Составление смет на производство рекламного видео.	2	2	
Тема 4. Построение сценария ролика	Содержание учебного материала	4		
	Разработка идеи сценария, действий, сюжетов, эпизодов, актов. Создание образов героев, их внешности, черт характера, достоинств, недостатков, индивидуальности. Написание сценария ролика. Описание планов видеосъемки по готовому сценарию.	2		1
	Лабораторное занятие № 1 Проведение кастинга для видеосъемки.	2	2	
Тема 5. Видеосъемка рекламного ролика	Содержание учебного материала	8		
	Основные приемы видеосъемки. Технологии видеосъемки: общего плана, крупного плана, диалога героев, героев в движении.	2		1
	Практическое занятие № 3 Видеосъемка общего и крупного плана.	2		
	Практическое занятие № 4 Видеосъемка диалога нескольких героев.	2		2
	Практическое занятие № 5 Видеосъемка героев в движении.	2		
Тема 6. Особенности художественного монтажа в производстве рекламного видеоролика	Содержание учебного материала	6		
	Понятие, история и развитие монтажа. Приемы и принципы монтажа. Комфортный монтаж и его правила. Акцентный и ритмический монтаж. Нелинейный монтаж и спецэффекты. Монтаж звука.	2		1
	Практическое занятие № 6 Основные функций и приёмов видеомонтажа.	2		
	Практическое занятие № 7 Специфика монтажа рекламных видеороликов.	2		2
Тема 7. Видео-редакторы, их назначение и возможности	Содержание учебного материала	14		
	Современные видео-редакторы, их возможности и область применения. Форматы видео – файлов, их качество, установки проекта: система PAL, NTSC, HDR.	2		1
	Практическое занятие № 8 Видео-редактор Movie Maker MS.	2		2
	Самостоятельная работа обучающихся № 2 Построить сценарную заявку видеоролика, обозначить цель, проблемы, задачи.	10		3

	Доработать структуру сценария видеосъемки ролика			
Тема 8. Работа с Adobe Premiere Pro	Содержание учебного материала	28	1	
	Интерфейс видео-редактора, основные панели, основные команды, захват видео, импортирование файлов, монтирование ролика в видео – редакторе. Основные принципы монтажа, видео – переходы, видео-эффекты, аудио-переходы, аудио – эффекты. Микширование звука. Формат кадра ролика, изменение его параметров в видео - редакторе. Скорость кадров в ролике. Масштабирование, прозрачность, наложение эффектов на кадры. Создание титров в видео-редакторе, визуализация проекта, просмотр, анализ ролика, экспортирование ролика в необходимый формат и качества.	2	1	
	Практическое занятие № 9 Основы работы с программой.	2	2	
	Практическое занятие № 10 Основные приёмы монтажа в программе.	2		
	Практическое занятие № 11 Дополнительные возможности монтажа в программе.	2		
	Практическое занятие № 12 Работа со спецэффектами.	2		
	Практическое занятие № 13 Создание титров для ролика.	2		
	Практическое занятие № 14 Методики вывода фильма.	2		
	Лабораторное занятие № 1 Монтаж созданного видеоролика.	4		
Самостоятельная работа обучающихся № 3 Монтировать видеоролик в видео – редакторе. Подобрать музыкальное сопровождение к ролику. Подобрать звуковые эффекты к ролику.	10	3		
Тема 9. Оформление материала	Содержание учебного материала	4		
	Постпродакшн. Основные и дополнительные методы оформления смонтированного фильма. Медиапланирование. Классическая модель рекламной кампании.	2		
	Практическое занятие № 15 Методики вывода фильма.	2		
Промежуточная аттестация: Комплексный экзамен с МДК 02.03				
Всего по МДК 02.04.		79		
Учебная практика Примерные виды работ: Анализ составных частей фотоаппарата. Анализ работы корпуса, видеоискателя, затвора. Анализ характеристики объектива.		72		

<p>Анализ работы студийной видеоаппаратуры. Анализ работы съемочного аппарата. Выбор художественной формы реализации рекламной идеи. Создание визуального образа с рекламными функциями. Определение этапов разработки рекламного ролика. Подбор жанровых особенностей рекламного ролика. Определение основных этапов подготовительного (предпостановочного) процесса. Отбор природы, организация оформления съемочного производства. Постановочный репортажный метод съемки. Составление рекламного текста. Разработка композиционного решения рекламного продукта по заданию.</p>			
<p>Производственная практика (по профилю специальности) Примерные виды работ: Выбор на основе проведенных исследований символики, форм и цветов организации и их обоснование. Создание или описание имеющегося логотипа и шрифта, который будет представлять организацию. Создание в визуальных редакторах брендбука в виде книги. Внесение в него таких разделов как: обложка, содержание, введение, образ бренда, логотип и правила его использования, фирменные шрифты, фирменные цвета. Источником информации выступают данные полученные в результате ранее проведенных исследований и излагаются в более сжатой и менее научной форме. Разработка носителей фирменного стиля: визитная карточка, фирменный блокнот, компакт-диск, фирменный конверт, фирменная флеш-карта, фирменная кружка, шаблоны оформления документации, буклет.</p>	72		
<p>Всего:</p>	753		
<p>Промежуточная аттестация по ПМ - экзамен квалификационный</p>			

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению профессионального модуля

Реализация программы профессионального модуля требует наличия полигона «мини-типография», лаборатории компьютерной графики и видеомонтажа для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, в том числе групповых, индивидуальных, письменных, устных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Кабинет социально-экономических дисциплин

Оборудование:

- рабочее место преподавателя;
- специализированная мебель (столы, стулья по количеству обучающихся);
- доска ученическая.

Технические средства обучения:

- компьютер (ноутбук);
- мультимедийный проектор, экран.

Учебно-наглядные пособия: плакаты, учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации по рабочей программе дисциплины, в том числе, видео-аудио материалы, компьютерные презентации.

Компьютер имеет доступ к электронно-библиотечным системам, выход в глобальную сеть Интернет, оснащен лицензионным программным обеспечением.

3.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение реализации профессионального модуля

Основные учебные издания

1. Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 514 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10539-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/430788>

2. Смотрова, Т.И. Разработка и технология производства рекламной продукции: учебное пособие / Смотрова Т.И., Слинькова Н.В. — Москва : Русайнс, 2020. — 111 с. — ISBN 978-5-4365-4676-6. — URL: <https://book.ru/book/936012>

Дополнительные учебные издания

3. Акопов, А. С. Компьютерное моделирование : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. С. Акопов. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 389 с. — (Профессиональное

образование). — ISBN 978-5-534-10712-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/431333>

4. Аверин, В.Н. Компьютерная графика: учебник для СПО /В.Н. Аверин.- М.: Академия, 2018.- 256с. В пер.

Интернет-ресурсы:

5. Информационно-правовой портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.garant.ru>

6. Справочная правовая системы «Консультант Плюс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://base.consultant.ru/>

Методические указания для обучающихся по освоению профессионального модуля

7. Методические указания для обучающихся по выполнению практических работ.

8. Методические указания для обучающихся по выполнению заданий самостоятельной работы.

9. Методические указания по выполнению заданий практики.

3.3. Общие требования к организации образовательного процесса

При реализации компетентного подхода программа профессионального модуля предусматривает использование в образовательном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (применение электронных образовательных ресурсов, деловых игр, разбора конкретных ситуаций, психологических тренингов, групповых дискуссий) в сочетании с внеаудиторной работой для формирования и развития общих и профессиональных компетенций обучающихся.

Реализация практических занятий осуществляется непосредственно в ППК СГТУ имени Гагарина Ю.А.

Образовательная деятельность в форме практической подготовки организована при реализации МДК 02.01. Выполнение рекламных проектов в материале, МДК 02.02 Проектная компьютерная графика и мультимедиа, МДК 02.03 Техника и технологии рекламной фотографии, МДК 02.04 Техника и технологии рекламного видео, учебной практики, производственной (по профилю специальности) практики, предусмотренных учебным планом следующим образом:

– при реализации МДК 02.01. Выполнение рекламных проектов в материале, МДК 02.02 Проектная компьютерная графика и мультимедиа, МДК 02.03 Техника и технологии рекламной фотографии, МДК 02.04 Техника и технологии рекламного видео практическая подготовка организуется путем проведения практических занятий, предусматривающих участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью;

– при проведении практики практическая подготовка организуется путем непосредственного выполнения обучающимися определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Учебная практика проводится на базе ППК СГТУ имени Гагарина Ю.А.

Производственная (по профилю специальности) практика проводится в организациях, направление деятельности которых соответствует профилю подготовки обучающихся. Производственная (по профилю специальности) практика проводится концентрировано по завершении освоения МДК 02.01. Выполнение рекламных проектов в материале, МДК 02.02 Проектная компьютерная графика и мультимедиа, МДК 02.03 Техника и технологии рекламной фотографии, МДК 02.04 Техника и технологии рекламного виде.

Формы проведения консультаций для обучающихся: групповые, индивидуальные, письменные, устные.

Программа профессионального модуля реализуется в 7,8 семестрах 4 курса обучения. Освоению профессионального модуля должно предшествовать изучение учебных дисциплин и профессиональных модулей: ЕН.01 Математика, ЕН.02 Экологические основы природопользования, ЕН.03 Информатика, ОП.01 Рисунок с основами перспективы, ОП. 02 Живопись с основами цветоведения, ОП.03 История изобразительного искусства, ОП.04 Экономика организации, ОП.06 Интернет - технологии, ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта, ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих (20032 Агент рекламный).

3.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарным курсам, учебной практике, производственной (по профилю специальности) практике:

- наличие высшего профессионального образования, соответствующего профилю преподаваемого модуля;
- наличие опыта деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы;
- получение дополнительного профессионального образования по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1 Критерии оценки, формы и методы контроля и оценки результатов обучения

Код, наименование профессиональных компетенций	Критерии оценки	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
ПК 2.1. Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.	выбор и использование инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при использовании рекламного продукта;	Текущий контроль успеваемости: - опрос устный (фронтальный); - выполнение письменной работы; - выполнение практической работы (индивидуальная и групповая форма работы);
ПК 2.2. Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.	построение модели (макета, сценария) объекта с учетом выбранной технологии;	- защита рефератов - собеседование по результатам выполненной работы; - наблюдение за процессом выполнения заданий;
ПК 2.3. Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.	<ul style="list-style-type: none"> - производство рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков; - выбор и использование инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при использовании рекламного продукта; - осуществление фотосъемки для производства рекламного продукта; - осуществление видеосъемки для производства рекламного продукта; - использование компьютерных технологии при создании печатного рекламного продукта; - разработка сценария для съемок и монтажа рекламы; - использование профессиональных пакетов программного обеспечения для 	<ul style="list-style-type: none"> - демонстрация выполнения видов работ практики; - выполнение письменной работы "Отчет по практике". <p>Межсессионная аттестация – тестирование.</p> <p>Промежуточная аттестация по МДК.02.01 в форме экзамена. МДК.02.02 в форме экзамена. МДК 02.03 в форме экзамена. МДК 02.04 в форме экзамена.</p> <p>Промежуточная аттестация по УП.02.01 в форме дифференцированного зачета.</p> <p>Промежуточная аттестация по ПП.02.01 в форме дифференцированного зачета.</p> <p>Промежуточная аттестация по ПМ.02 в форме экзамена квалификационного.</p>

	<p>обработки графики, аудио-, видео-, анимации;</p> <ul style="list-style-type: none"> - использование мультимедийных и web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта. 	
--	---	--

Код, наименование общих компетенций	Критерии оценки	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	<ul style="list-style-type: none"> - Определение социальной значимости профессиональной деятельности; - определение и характеристика задач и видов трудовых действий; - умение аргументировать свой профессиональный выбор; - поиск информации о профессиональной деятельности; - анализ информации о профессиональной деятельности. 	<p>Текущий контроль успеваемости:</p> <ul style="list-style-type: none"> - опрос устный (фронтальный); - выполнение письменной работы; - выполнение практической работы (индивидуальная и групповая форма работы); - защита рефератов - собеседование по результатам выполненной работы;
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	<ul style="list-style-type: none"> - выявление задачи в профессиональном контексте; - анализ задачи, выделение её составных частей; - определение этапов решения задачи; - поиск информации необходимой для решения задачи; - планирование деятельности; - определение необходимых ресурсов; - контроль деятельности; - проведение оценки результатов собственных действий 	<ul style="list-style-type: none"> - наблюдение за процессом выполнения заданий; - демонстрация выполнения видов работ практики; - выполнение письменной работы "Отчет по практике". <p>Межсессионная аттестация – тестирование.</p> <p>Промежуточная аттестация по МДК.02.01 в форме экзамена. МДК.02.02 в форме экзамена. МДК 02.03 в форме экзамена. МДК 02.04 в форме экзамена.</p>
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	<ul style="list-style-type: none"> - анализ стандартных и нестандартных ситуаций; - описание ситуации; - выявление причинно-следственных связей; - поиск путей решения ситуации; - несение ответственность за принятое решение 	<p>Промежуточная аттестация по УП.02.01 в форме дифференцированного зачета.</p> <p>Промежуточная аттестация по ПП.02.01 в форме</p>

<p>ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - определение задачи для поиска информации; - определение необходимых источников информации; - планирование процесса поиска; - структурирование получаемой информации; - выделение наиболее значимого в перечне информации; - оценка практической значимости результатов поиска; - оформление результатов поиска 	<p>дифференцированного зачета. Промежуточная аттестация по ПМ.02 в форме экзамена квалификационного.</p>
<p>ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - применение средств информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности; - осуществление поиска, обработки и хранения информации при помощи информационно-коммуникационных технологий; - решение профессиональных задач при помощи информационно-коммуникационных технологий; -использование современного программного обеспечения. 	
<p>ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - выполнение задач в рамках задания команды; - анализ и верная оценка собственной деятельности и деятельности коллег по команде; - позиционирование себя в команде; - презентация собственных идей; - эффективное взаимодействие посредством письменных и устных коммуникаций с коллегами, руководством, потребителями. 	
<p>ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - определение цели; - планирование деятельности; - распределение ресурсов; - координирование деятельности подчиненных; - осуществление контроля за деятельностью; - несение ответственность за результат выполнения задания 	
<p>ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься</p>	<ul style="list-style-type: none"> - определение актуальности нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; - применение современной научной профессиональной терминологии; 	

самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	<ul style="list-style-type: none"> - определение задач профессионального и личностного развития; - определение и выстраивание траектории профессионального развития и самообразования; - планирование повышения своей квалификации 	
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	<ul style="list-style-type: none"> - определение технологий, используемых в профессиональной деятельности; - определение источников информации о технологиях профессиональной деятельности; - определение условий и результатов успешного применения технологий. 	

4.2. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по профессиональному модулю

Показатели и критерии оценивания компетенций

Показатели и критерии оценивания компетенций, описание шкал оценивания содержатся в приложении 1.

Контрольные и тестовые задания

Контрольные задания содержатся в приложении 1.

Методические материалы

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, характеризующих формирование компетенций, содержатся в приложении 1.

**Контрольно-оценочные средства
для проведения промежуточной аттестации
по профессиональному модулю
ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта**

1.1. Форма промежуточной аттестации: Экзамен квалификационный (8 семестр).

1.2. Система оценивания результатов выполнения заданий

Оценивание результатов выполнения заданий промежуточной аттестации осуществляется на основе следующих принципов:

достоверности оценки – оценивается уровень сформированности знаний, умений, практического опыта, общих и профессиональных компетенций, продемонстрированных обучающимися в ходе выполнения задания;

адекватности оценки – оценка выполнения заданий должна проводиться в отношении тех компетенций, которые необходимы для эффективного выполнения задания;

надежности оценки – система оценивания выполнения заданий должна обладать высокой степенью устойчивости при неоднократных оценках уровня сформированности знаний, умений, практического опыта, общих и профессиональных компетенций обучающихся;

комплексности оценки – система оценивания выполнения заданий должна позволять интегративно оценивать общие и профессиональные компетенции обучающихся;

объективности оценки – оценка выполнения конкурсных заданий должна быть независимой от особенностей профессиональной ориентации или предпочтений преподавателей, осуществляющих контроль или аттестацию.

При выполнении процедур оценки заданий используются следующие основные методы:

- метод экспертной оценки;
- метод расчета первичных баллов;
- метод расчета сводных баллов;
- метод агрегирования.

Результаты выполнения заданий оцениваются в соответствии с разработанными критериями оценки.

Используется столбальная шкала оценки для оценивания результатов обучения.

Перевод столбальной шкалы учета результатов в пятибалльную оценочную шкалу:

Оценка	Количество баллов, набранных за выполнение теоретического и практического задания
Оценка 5 «отлично»	90-100
Оценка 4 «хорошо»	76-89
Оценка 3 «удовлетворительно»	50-75
Оценка 2 «неудовлетворительно»	≤ 49

1.3. Контрольно-оценочные средства

1.3.1 Задание:

1. Собеседование по вопросам
2. Практическое задание

Примерный перечень вопросов:

МДК.02.01. Выполнение рекламных проектов в материале

1. Назовите этапы проектирования комплексного производственного процесса?
2. Назовите этапы производства печатной продукции
3. Как происходит допечатная подготовка печатной продукции?
4. Назовите виды принтеров
5. Назовите виды бумаги, фотобумаги и их назначение
6. Назовите способы печати рекламной продукции
7. Цвет и цветные оригиналы в полиграфии
8. Процесс цветного репродуцирования.
9. Назовите законы синтеза цвета
10. В чем состоят субъективные характеристики цвета?
11. Дайте определение модели RGB. Где и зачем она применяется?
12. Дайте определение модели CMYK. Где и зачем она применяется?
13. Основные виды печатной рекламы: понятие и основные требования
14. Дайте характеристику газетно-журнальной рекламы
15. Охарактеризуйте рекламу в журналах и назовите основные требования, предъявляемые к ней
16. Раскройте вопрос: наружная реклама: средства, композиция и материалы
17. Раскройте вопрос: Интерьерная реклама: оформление, полиграфия, эффект
18. Каковы особенности создания радиорекламы?
19. Назовите особенности прямой и косвенной речи в рекламных материалах
20. Назовите этапы создания телевизионной рекламы

МДК 02.03. Техника и технологии рекламной фотографии

1. Перечислите основные жанры фотографии. Охарактеризуйте каждый из них.
2. Дайте определение понятию мобилографии. Назовите основные отличительные характеристики данного направления фотосъемки от других.
3. Дайте определение понятию коммерческой фотографии. Назовите основные жанры, которые применяются в процессе ее создания.
4. Перечислите виды фотосъемки, используемые при создании имиджевой рекламной фотографии. Раскройте сущность репортажной съемки, ее отличия от других приемов создания имиджевой фотографии.
5. Назовите критерии, в соответствии с которыми просчитывается эффективность воздействия рекламного образа в рекламной фотографии. Дайте краткую характеристику каждому критерию.
6. Раскройте определение рекламного послания. Перечислите элементы, способствующие построению «уникального рекламного послания». Охарактеризуйте каждый из них.
7. Перечислите рекламные образы, которые применяются для воздействия на мужскую целевую аудиторию. Охарактеризуйте каждый из них. Назовите области применения такой рекламы.
8. Перечислите рекламные образы, которые применяются для воздействия на женскую целевую аудиторию. Охарактеризуйте каждый из них. Назовите области применения такой рекламы.
9. Раскройте основные особенности восприятия рекламного изображения.
10. Перечислите техническое оснащение, а также основные виды фотосъемки, которые используются при создании рекламного иллюстрационного продукта. Охарактеризуйте каждый из них.

11. Перечислите вопросы, которые необходимо решить в процессе фотосъемки, для получения безупречного результата.
12. Раскройте понятие композиции в фотографии. Назовите основные приемы композиции. Охарактеризуйте каждый из них.
13. Перечислите основные характеристики композиционного приема «правило третей».
14. Назовите основные композиционные правила фотосъемки в натюрморте. Поясните влияние геометрических приемов композиции в натюрморте на особенности восприятия потребителем готового снимка.
15. Дайте определение приему мультиэкспозиции. Назовите основные цели и правила применения мультиэкспозиции при фотосъемке.
16. Раскройте понятия «рисующего», «заполняющего», «контрового», «бокового», «постоянного», «импульсного» света при осуществлении фотосъемки.
17. Перечислите группы авторских прав. Назовите критерии, которые подлежат учету при рассмотрении личных авторских прав фотографа.
18. Раскройте сущность понятия права на защиту репутации фотографа. Какими критериями характеризуется данное право.
19. Перечислите основные средства и виды монтажа рекламной фотографии. Назовите их основные различия.
20. Раскройте критерии маркетинговой эффективности рекламной фотографии.

МДК 02.04. Техника и технологии рекламного видео

1. Перечислите основные характеристики развернутого рекламного ролика. Назовите его ассоциативные связи и охарактеризуйте каждый из них.
2. Назовите основные виды художественной образности, на которых строятся телевизионные рекламные ролики. Охарактеризуйте каждый из них.
3. Охарактеризуйте жанр телевизионной рекламы «Стиль MTV». Назовите его существенные отличия от других жанров рекламных роликов.
4. Перечислите основные видео-, аудио- и медиа-факторы, которые влияют на внимание к рекламному ролику.
5. Перечислите основные стадии производства телевизионной рекламы.
6. Дайте определение концепции рекламного ролика. Охарактеризуйте принципы, которым она соответствует.
7. Назовите основные виды концепции рекламного ролика. Охарактеризуйте каждый из них.
8. Дайте определение понятию драматургии. Раскройте специфику драматургии в рекламном ролике.
9. Дайте определение понятию сценария рекламного ролика. Назовите требования к специфике его разработки в рамках рекламного видеоролика.
10. Дайте определение понятию композиции рекламного ролика. Перечислите и охарактеризуйте основные этапы сценарно-композиционного построения рекламного ролика.
11. Дайте определение понятию события в рекламном ролике. Назовите основные виды события и охарактеризуйте каждый из них.
12. Назовите основные традиционные способы озвучивания различных видов рекламы. Охарактеризуйте каждый из них.
13. Перечислите и охарактеризуйте основные виды образно-смыслового хода, применяемого при создании рекламного ролика.
14. Дайте пояснение феноменам клик-поведения и «запинга». Перечислите основные проблемы, предшествующие появлению данных феноменов.
15. Перечислите основные методы воздействия рекламного ролика на потенциального потребителя.

16. Перечислите и охарактеризуйте основные методы построения сценарного материала для рекламного ролика.

17. Дайте определение понятия темы и идеи рекламного ролика. Перечислите основные принципы разработки рекламной идеи ролика.

18. Перечислите основные виды кадровой съемки видеоролика. Охарактеризуйте каждый из них.

19. Перечислите основные средства и виды монтажа рекламного ролика. Дайте определения понятиям «внутренний монтаж», «монтажная фраза», «монтажный лист», «одновременность», «параллелизм», «последовательность».

20. Назовите основные правила монтажа для осуществления плавного перехода внутри одной сцены. Охарактеризуйте каждое из них.

Примерное практическое задание

Для каждого студента разработано индивидуальное задание по всем разделам программы. Задание практического характера включает в себя выполнение раскадровки к режиссерской версии сценария рекламного видеоклипа и в соответствии с ним короткометражного рекламного видео, с применением на практике изученного в процессе обучения материала, а также профессиональных средств монтажа и обработки. Каждый студент должен предоставить в качестве практического задания на экзамен одно рекламное видео в формате MP4 и в исходном документе программы Adobe Premiere и соответствующий ему режиссерский сценарий.

1. Выполнить раскадровку к режиссерской версии сценария рекламного видеоклипа.
2. Осуществить съемку и монтаж рекламного ролика в соответствии с разработанным сценарием.

1.3.2. Критерии оценки

Студенту задается 4 вопроса из каждого МДК. Максимальная оценка 2 балла (0,5*4)

	Критерии оценки к теоретическому заданию	Баллы за критерии оценки
	Наименование критерия	Максимальный балл – 0,5 баллов
	демонстрирует глубокое, полное знание и понимание программного материала; последовательно, самостоятельно раскрывает основное содержание вопроса; выводы полностью аргументированные, в обобщениях прослеживается собственное наблюдение и опыт; четко и верно даны определения понятий и научных терминов дает верные, самостоятельные ответы на сопутствующие вопросы	0,5
	демонстрирует недостаточно глубокое, полное знание и понимание программного материала; недостаточно последовательно, но самостоятельно раскрывает основное содержание вопроса; выводы недостаточно аргументированные, в обобщениях прослеживается собственное наблюдение и опыт; недостаточно четко и верно даны определения понятий и научных терминов; при ответе на сопутствующие вопросы допускает	0,25

	несущественные ошибки, которые может исправить самостоятельно	
	демонстрирует неглубокое, неполное, с существенными пробелами знание и понимание программного материала; излагает программный материал фрагментарно, не всегда последовательно, раскрывает содержание материала, опираясь на помощь преподавателя; допущены ошибки и неточности в использовании научной терминологии; при ответе на сопутствующие вопросы допускает существенные ошибки, при исправлении которых испытывает трудности	0,15
	студент демонстрирует незнание и непонимание программного материала; основное содержание учебного материала не раскрыто; допущены грубые ошибки в определении понятий, при использовании терминологии; не даны ответы на вспомогательные вопросы преподавателя	0
	Итого	0,5

Критерии оценки практического задания

№	Критерии оценки	Максимальный балл за критерии оценки – 3 балла
1	Студент верно продемонстрировал процесс помещения и обрезки видео Студент верно продемонстрировал процесс наложения эффектов при видеомонтаже	0,5
2	Студент правильно применил на практике технологии и правила съемки рекламного видео Студент верно продемонстрировал процесс экспорта видео в разные конечные форматы	0,5
3	Студент верно продемонстрировал процесс обработки фотографии при помощи базовых фильтров	0,25
4	Студент верно продемонстрировал процесс выстраивания светофильтров в исходном фотографическом изображении	0,25
5	Студент правильно применил на практике технологии и правила съемки рекламной фотографии	0,25
6	Студент верно продемонстрировал процесс наложения иллюстрационных и текстовых слоев на изображение и создания коллажа	0,25

1.4. Материально-техническое обеспечение для проведения промежуточной аттестации

Аттестация проводится в полигоне «мини-типография» или в лаборатории компьютерной графики и видеомонтажа

1.5. Учебно-методическое и информационное обеспечение для проведения промежуточной аттестации

Основные учебные издания

1. Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 514 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10539-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/430788>

2. Смотровая, Т.И. Разработка и технология производства рекламной продукции: учебное пособие / Смотровая Т.И., Слинкова Н.В. — Москва : Русайнс, 2020. — 111 с. — ISBN 978-5-4365-4676-6. — URL: <https://book.ru/book/936012>

Дополнительные учебные издания

3. Акопов, А. С. Компьютерное моделирование : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. С. Акопов. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 389 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10712-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/431333>

4. Аверин, В.Н. Компьютерная графика: учебник для СПО /В.Н. Аверин.- М.: Академия, 2018.- 256с. В пер.

Интернет-ресурсы:

5. Информационно-правовой портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.garant.ru>

6. Справочная правовая системы «Консультант Плюс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://base.consultant.ru/>

Методические указания для обучающихся по освоению профессионального модуля

7. Методические указания для обучающихся по выполнению практических работ.

8. Методические указания для обучающихся по выполнению заданий самостоятельной работы.

9. Методические указания по выполнению заданий практики.