

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

Директор

Профессионально-педагогического
колледжа СГТУ имени Гагарина Ю.А.

Т.И. Кузнецова

«22» октября 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ОП.11 ВЫПОЛНЕНИЕ РЕКЛАМНЫХ ПРОЕКТОВ В МАТЕРИАЛЕ
специальность
42.02.01 РЕКЛАМА

Рабочая программа рассмотрена
на заседании цикловой методической комиссии
информационных технологий

протокол № 2 от «22» октября 2023 г.

Председатель ЦМК _____ А.А. Комзолова

Саратов 2023

Рабочая программа учебной дисциплины разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее – СПО) 42.02.01 Реклама, утверждённого приказом Министерства просвещения РФ № 552 от 21.07.2023

Разработчик:

Нихо Р.Н. – преподаватель высшей квалификационной категории ППК СГТУ имени Гагарина Ю.А.

Рецензенты:

Внутренний: Курдюкова Т.И. - преподаватель высшей квалификационной категории ППК СГТУ имени Гагарина Ю.А

Внешний: Акифьева Е. В.– преподаватель высшей квалификационной категории СКМ и Э СГТУ имени Гагарина Ю.А.

СОДЕРЖАНИЕ

1.	ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2.	СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	6
3.	УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	11
4.	КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	12

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП. 11 Выполнение рекламных проектов в материале

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена (ППССЗ) в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама.

1.2. Место учебной дисциплины в структуре ППССЗ

Дисциплина входит в профессиональный учебный цикл, в состав общепрофессиональных дисциплин.

1.3 Цели и требования к результатам освоения учебной дисциплины:

Изучение дисциплины направлено на формирование **общих и профессиональных компетенций**, включающих в себя способность:

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;

ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;

ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;

ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения;

ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках;

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

ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.

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

В результате освоения дисциплины обучающийся должен **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;
технологии создания Интернет-рекламы;
аппаратное и программное обеспечение.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен **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.

1.4 Количество часов на освоение программы дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося 166 часов, в том числе:
обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 166 часов;

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего по программе учебной дисциплины)	166
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	166
в том числе:	
лекции, уроки	60
практические занятия	106
Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета	

**2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины
ОП.11 Выполнение рекламных проектов в материале**

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические занятия, самостоятельная работа 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 программы
1	2	3	4	5
4 семестр				
Тема 1. Изучение технологий печати	Содержание учебного материала	14	1	ОК 01-07,09 ПК 4.1-4.3
	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.	4		
	Практическое занятие № 1 Виды печати и классификации изданий.	2	2	
	Практическое занятие № 2 Использование типографских систем измерений.	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	20	1	
	Основы производства печатной продукции. Современное состояние и развитие полиграфического производства. Проектирование комплексного производственного процесса. Основы теории систем. Системное рассмотрение технологического процесса производства.	4		
	Этапы производства печатной продукции: допечатная подготовка, технология набора, рукопись, ввод текста, клавиатурный ввод, ввод при помощи оптических методов (OCR), речевой ввод,	4		

	набор и обработка - шрифты, параметры, характеристики, кодирование знаков и т.д.			ОК 01-07,09 ПК 4.1-4.3
	Способы печати рекламной продукции. Виды принтеров. Виды 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.	4		
	Практическое занятие № 5 Процессы допечатной подготовки.	2	2	
	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	24		1
	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.	4		
	Цвет в природе. Природа цвета (Цвет как предмет науки). Параметры описания цвета. Объективные характеристики цвета. Белые поверхности. Черные поверхности.	4		
	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.	4		
	Модели описания различия цветовых оттенков: Модель RGB, Модель CMYK, Модель HSB (HSL, HSI, HSV), Модель CIE Lab.	4		
	Практическое занятие № 9 Закрепление основ теории цвета.	2	2	
	Практическое занятие № 10 Обзор аппаратного и программного	2		

	обеспечения.			
	Практическое занятие № 11 Калибровка оборудования и цветопроба.	2		
	Практическое занятие № 12 Балансировка цвета.	2		
Тема 4. Печатная реклама: виды, структура, основные правила	Содержание учебного материала	8	1	ОК 01-07,09 ПК 4.1-4.3
	Основные виды печатной рекламы: рекламный листок, буклет, плакат, проспект, каталог, открытка, календарь и пр. Понятие, основные требования.	4		
	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		
	Практическое занятие № 13 Продукты для разработки эффективной рекламы. (Другие формы контроля: средний балл по текущим оценкам успеваемости)	2		
	5 семестр	14		
	Требования к тексту ППР. Интернет-реклама. Требования к текстам интернет-рекламы.	2		
	Практическое занятие № 14 Написание рекламного текста.	2		
	Практическое занятие № 15 Иллюстрирование рекламного сообщения.	2	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	24		
	Понятие наружной рекламы. Виды и средства наружной рекламы, ее особенности, основные задачи, композиция, материалы.	2		
	Стационарная наружная реклама: плакаты и афиши на тумбах, рекламные щиты (бил- борды), панно на зданиях (брендмауэры), плакаты на столбах, указатели, растяжки над проезжей частью	2		

	улицы.		1	
	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.	4		
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 Оформления 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	2		

	рекламного материала.			
	Практическое занятие № 31 Создание брендбука: допечатная подготовка. (Другие формы контроля: средний балл по текущим оценкам успеваемости)	4		
	6 семестр			
Тема 7. Автор закадрового текста, монологов и диалогов	Содержание учебного материала	18	1	ОК 01-07,09 ПК 4.1-4.3
	Реклама на радио. Тексты радиорекламы. Рекомендации по созданию радиотекста. Жанровые разновидности радиорекламы. Специфика создания текстов на радио и закадровых текстов для телевизионных материалов.	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.	1		
	Практическое занятие № 33 Рекламы на радио.	2	2	
	Практическое занятие № 34 Тренинг «Мастерство создания диалога».	4		
	Практическое занятие № 35 Написание монолога (диалога) для радио, на представленную тему.	4		
	Практическое занятие № 36 Оформление сценариев подобных аудио- и видеоматериалов.	6		
Тема 8. Режиссура рекламного клипа	Содержание учебного материала	24	2	
	Режиссура театра и кино: специфика режиссерского творчества, средства выразительности. Создание телевизионной рекламы.	1		
	Основы сценарного мастерства режиссера рекламы. Рекламный образ.	1		
	Практическое занятие № 37 Творческое наследие В.И. Немировича-Данченко, Е.Б. Вахтангова, В.Э. Мейерхольда, А.Я. Таирова.	2		

	Практическое занятие № 38 Деятельность российских и иностранных режиссеров рекламы.	2		ОК 01-07,09 ПК 4.1-4.3
	Практическое занятие № 39 Знакомство с творчеством российских и иностранных режиссеров рекламы.	2		
	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.	4		
	Практическое занятие № 44 Правила написания и раскадровки сценария.	2		
	Практическое занятие № 45 Разработка сценария видеоклипа рекламной кампании.	4		
Промежуточная аттестация: Дифференцированный зачет		2		
Всего на дисциплину		166		

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1 Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы дисциплины требует наличия учебного кабинета проектирования рекламного продукта для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, в том числе групповых, индивидуальных, письменных, устных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

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 обеспечение и информационное обеспечение реализации учебной дисциплины

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.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Формы и методы контроля и оценки результатов обучения

Результаты обучения	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам; ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности; ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях; ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде; ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста; ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения; ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях; ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках; ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании. ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании. ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет. В результате освоения дисциплины обучающийся должен знать: технику, технологии и технические средства фотосъемки в рекламе; технику, технологии и технические средства видеосъемки в рекламе;	Текущий контроль: - опрос устный; - тестирование; - выполнение практической работы; Оценка результатов выполнения самостоятельной работы Промежуточная аттестация в форме 6 семестра – дифференцированный зачет. Метод проведения промежуточной аттестации 6 семестра: выполнение комплексного задания

технические и программные средства для создания печатного рекламного продукта; технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации; технологии создания Интернет-рекламы; аппаратное и программное обеспечение. В результате освоения дисциплины обучающийся должен 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.	
---	--

4.2. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

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 дисциплине
ОП.11 Выполнение рекламных проектов в материале**

1.1. Форма промежуточной аттестации: комплексный дифференцированный зачет (6 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 расчета первичных баллов;
- метод расчета сводных баллов.

Результаты выполнения заданий оцениваются в соответствии с разработанными критериями оценки.

Используется пятибалльная шкала для оценивания результатов обучения.

Перевод пятибалльной шкалы учета результатов в пятибалльную оценочную шкалу:

Оценка	Количество баллов, набранных за выполнение теоретического и практического задания, средний балл по итогам аттестации
Оценка 5 «отлично»	4,6-5
Оценка 4 «хорошо»	3,6-4,5
Оценка 3 «удовлетворительно»	3-3,5
Оценка 2 «неудовлетворительно»	≤ 2,9

1.3. Контрольно-оценочные средства

1.3.1 Задание:

1. Ответить на вопросы.
2. Выполнить практическое задание.

Примерные вопросы для собеседования

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

Примерные практические задания:

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

Критерии оценки ответа на теоретический вопрос		Баллы за критерии оценки
		Максимальный балл -1
1	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	1
2	демонстрирует недостаточно глубокое, полное знание и	0,5

	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 несущественные ошибки, которые может исправить самостоятельно	
3	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	0,25
4	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	1

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 кабинете экономики и менеджмента.

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

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. Смотров, Т.И. Разработка и технология производства рекламной продукции: учебное пособие / Смотров 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.