

«ИНСТИТУТ ПИЩЕВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И ДИЗАЙНА» - филиал
Государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования
«Нижегородский государственный инженерно-экономический университет»
г. Нижний Новгород

ФАКУЛЬТЕТ ТЕХНОЛОГИИ И ДИЗАЙНА

КАФЕДРА ДИЗАЙНА, КОНСТРУИРОВАНИЯ И СЕРВИСНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

УТВЕРЖДАЮ

Заместитель директора по УР

_____ Е.Н.Галкина

«___» _____ 20__ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ 02 «ПРОИЗВОДСТВО РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ»

Специальность **42.02.01 РЕКЛАМА**

Квалификация выпускника: СПЕЦИАЛИСТ ПО РЕКЛАМЕ

Курс 3

Семестр 5,6

Форма обучения **ОЧНАЯ**

Нижний Новгород
2020 г.

Учебно-методический комплекс профессионального модуля разработан на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования 42.02.01 Реклама.

код наименование специальности

Организация-разработчик:

«Институт пищевых технологий и дизайна» – филиал Государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Нижегородский государственный инженерно-экономический университет»

Разработчики:

Кудряшова Д.В., преподаватель кафедры ДКиСТ
Ф.И.О., должность,

Рецензент: _____
Ф.И.О., должность

Рецензент: _____
Ф.И.О., должность

Рассмотрена на заседании кафедры дизайна, конструирования и сервисных технологий

протокол №__ от «__» _____ 202_ г.

Заведующий кафедрой Павлова Л.В., к.п.н., доцент
Ф.И.О., ученая степень, звание, должность

Согласовано:

Методист _____ Копица В.Н.

Заведующий УМО _____ Н.Г.Перевозчикова

Декан факультета _____ Костылев Д.С., к.п.н., доцент

Заведующий выпускающей кафедрой _____ Павлова Л.В., к.п.н., доцент

РЕЦЕНЗИИ ПРИЛАГАЮТСЯ К КОНТРОЛЬНОМУ ЭКЗЕМПЛЯРУ

ОГЛАВЛЕНИЕ

I. Рабочая программа профессионального модуля

1. Паспорт программы профессионального модуля
 - 1.1. Область применения программы
 - 1.2. Цели и задачи модуля – требования к результатам освоения модуля
 - 1.3. Связь образовательной программы с профессиональными стандартами
 - 1.4. Сопоставление единиц ФГОС СПО и профессиональных стандартов
2. Организационно-методические данные профессионального модуля
3. Требования к результатам освоения профессионального модуля
4. Структура и содержание профессионального модуля
 - 4.1. Структура профессионального модуля
 - 4.2. Содержание профессионального модуля
 - 4.3. Содержание разделов профессионального модуля
 - 4.4. Практические/лабораторно-практические занятия
 - 4.5. Использование интерактивных форм проведения занятий
 - 4.6. Самостоятельная работа
5. Условия реализации профессионального модуля
 - 5.1. Образовательные технологии
 - 5.2. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению
6. Взаимосвязь видов учебных занятий
7. Информационное обеспечение обучения
8. Критерии оценки знаний, умений, навыков и заявленных компетенций

I. РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Рабочая программа профессионального модуля «Производство рекламной продукции» предназначена для реализации федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по программе подготовки специалистов среднего звена по специальности СПО 42.02.01 Реклама базовой подготовки. Квалификация – специалист по рекламе (базовой подготовки). Область профессиональной деятельности выпускников базовой подготовки: организация и проведение работ по разработке и производству рекламного продукта с учетом требований заказчика. Объектами профессиональной деятельности выпускников являются:

- рекламные продукты: рекламная фотография, рекламное видео, наружная реклама, реклама в Интернете, корпоративная и имиджевая рекламы, реклама в полиграфии;
- рекламная кампания;
- технологические процессы изготовления рекламного продукта;
- рекламные коммуникативные технологии.

Теоретические занятия и лабораторно-практические работы организуются в специализированных кабинетах и лабораториях, оборудованных в соответствии с направлением деятельности будущего специалиста по рекламе и содержанием дидактических единиц программы ПМ 02. Протяженность каждого занятия – не менее 2-х академических часов с необходимыми техническими перерывами. Ряд тем, ориентированных на выполнение лабораторных и практических работ по проектной технологии, предполагается изучать непрерывно, методом «погружения».

Лабораторные работы и практические занятия как обязательный компонент включают в себя практические задания с использованием персональных компьютеров. Для выполнения практических работ образовательная организация должна обеспечить каждого обучающегося рабочим местом в компьютерном классе с необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения в комплексе или вариантах: графический редактор «Corel DRAW», «Adobe Photoshop», «Adobe Flash».

Освоение обучающимися ППССЗ допускается только в образовательной организации и реализуется в условиях созданной соответствующей образовательной среды, имитирующей проектную профессиональную среду дизайнера рекламы на типовом предприятии рекламы.

Учебная практика организуется на базе учебного корпуса в соответствующих лабораториях. Производственная практика организуется на базе профильных предприятий на рабочем месте специалиста по рекламе: дизайнера рекламы, специалиста компьютерной графики, специалиста рекламно-информационной продукции, макетчика, верстальщика. Учебные и производственные практики проводятся образовательной организацией при освоении обучающимися профессиональных компетенций в рамках профессионального модуля. В ходе освоения программ практик предполагается консультационная помощь специалистов, как учебного заведения, так и профильного предприятия.

Консультационная помощь обучающимся оказывается в рамках установленного времени, предусмотренного учебным планом, по графику.

Освоение профессионального модуля «Производство рекламной продукции» реализуется одновременно с учебными программами общепрофессиональных дисциплин профессионального цикла:

- Рисунок с основами перспективы;
- Живопись с основами цветоведения;
- Маркетинг в рекламе;
- Правовое обеспечение рекламной деятельности.

Схема формирования профессиональных компетенций и развития общих компетенций в рамках ПМ 02 одновременно с процессом подготовки к освоению профессиональных и общих компетенций в рамках общепрофессиональных дисциплин определена учебным планом по специальности СПО 42.02.01 Реклама, разработанным и утвержденным ИПТД – филиалом ГБОУ ВО НГИЭУ.

Освоение профессионального модуля «Производство рекламной продукции» обоснованно опережает освоение профессионального модуля «Выполнение работ по профессии 20032 «Агент рекламный». Отсутствие синхронизации или опережения освоения модуля «Разработка и создание дизайна рекламной продукции» с освоением профессионального модуля «Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта», необходимой для формирования дизайна рекламной продукции на этапе предпроектного поиска, является особенностью учебного плана, утвержденного ИПТД – филиалом ГБОУ ВО НГИЭУ, и требует преемственности содержания ЗУН для формирования компетенций в названных профессиональных модулях.

1.1. Область применения программы

Программа профессионального модуля является частью примерной основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама в части освоения вида профессиональной деятельности (ВПД):

Производство рекламной продукции и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

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.

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

Целью освоения профессионального модуля является получение практического опыта в области выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств, и материалов при исполнении рекламного продукта, а также в построении модели, макета и сценария рекламного объекта с учетом выбранной технологии, освоение умений осуществлять фотосъемку и видеосъемку для производства рекламного продукта, активно и осознанно использовать компьютерные технологии при создании печатного рекламного продукта.

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

иметь практический опыт:

- выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств, и материалов при исполнении 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;

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.

1.3. Связь образовательной программы с профессиональными стандартами

Таблица 1 – Связь образовательной программы с профессиональными стандартами

Наименование программы	Наименование выбранного профессионального стандарта (одного или нескольких)	Уровень квалификации
1	2	3
42.02.01 Реклама (базовой подготовки)	Специалист по информационным ресурсам	Возможностям образовательной программы СПО соответствует ОТФ А – 4 уровень квалификации

1.4. Сопоставление единиц ФГОС СПО и профессиональных стандартов

Таблица 2 – Сопоставление единиц ФГОС СПО и профессиональных стандартов

ФГОС СПО	Профессиональный стандарт	Выводы
1	2	3
<p>ВПД Производство рекламной продукции</p>	<p>- 7 квалификационный уровень Предметная реализация требований к художественно-техническому оформлению СМИ (ОТФ: код А) – ПС 161</p> <p>- 6 квалификационный уровень Творческо-организационная деятельность по созданию новых продуктов телерадиовещательных СМИ (ОТФ: код А) – ПС 120</p> <p>- 4 квалификационный уровень Создание и воспроизведение фотоизображения стандартными техническими средствами (ОТФ: код А) – ПС 329</p> <p>- 6 квалификационный уровень Разработка и реализация проектов в области фотографирования (ОТФ: код D) – ПС 329</p>	<p>Уровень квалификации отобранной ОТФ не превышает возможности образовательной программы в названном ВПД.</p> <p>Цели ВПД, заданного ФГОС спец. 42.02.01, предполагают в большей степени художественную разработку информации в рекламном продукте в сравнении с целями ОТФ и трудовых функций/действий ПС, предполагающих композиционно-техническое модифицирование информации для применения в рекламном продукте.</p> <p>Данный профессиональный модуль необходим для ознакомительного изучения в процессе подготовки к ВПД ПС</p>
<p><i>Профессиональные компетенции ВПД:</i> ПК 2.1. Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.</p>	<p><i>Трудовые функции по каждой ОТФ:</i></p> <p>6 квалификационный уровень Творческо-организационная деятельность по созданию новых продуктов телерадиовещательных СМИ (ОТФ: код А) – ПС 120</p> <p>– Определение формата, тематики и оценка материала для нового продукта телерадиовещательных СМИ (ТФ: А/01.6)</p> <p>– Планирование создания нового продукта телерадиовещательных СМИ (ТФ: А/03.6)</p> <p>7 квалификационный уровень</p>	<p>Названные единицы ПС корреспондируют с единицами ФГОС по ключевым дескрипторам. Это обеспечивает связь образовательной программы в части названного ВПД с рынком труда и гражданским обществом</p> <p>Терминология, применяемая в ФГОС, не соответствует терминологии ПС.</p> <p>Принципиальной корректировки ФГОС по</p>

	<p><i>Предметная реализация требований к художественно-техническому оформлению СМИ (ОТФ: код А) – ПС 161</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – Отбор иллюстративных материалов (ТФ: А/02.7) <p>4 квалификационный уровень</p> <p><i>Создание и воспроизведение фотоизображения стандартными техническими средствами (ОТФ: код А) – ПС 329</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – Фиксация изображения фотографической аппаратурой (ТФ: А/01.4) – Организация схемы освещения для создания фотоизображения (ТФ: А/02.4) – Композиционное построение кадра (ТФ: А/03.4) <p>6 квалификационный уровень</p> <p><i>Разработка и реализация проектов в области фотографирования (ОТФ: код D) – ПС 329</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – Оценка и выбор технологии и/или оборудования для создания фотоизображения (ТФ: D/02.6) 	<p>содержанию целей ПК не требуется. Принятие решения о коррекции ФГОС СПО целесообразно при условии целевой подготовки специалиста.</p>
<p>ПК 2.2. Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.</p>	<p>6 квалификационный уровень</p> <p><i>Творческо-организационная деятельность по созданию новых продуктов телерадиовещательных СМИ (ОТФ: код А) – ПС 120</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – Подготовка создания сценарного материала нового продукта (ТФ: А/02.6) – Организация обеспечения производственного процесса создания нового продукта телерадиовещательных СМИ необходимыми ресурсами (ТФ: А/05.6) <p>7 квалификационный уровень</p> <p><i>Предметная реализация требований к художественно-техническому оформлению СМИ (ОТФ: код А) – ПС 161</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – Разработка макета издания (ТФ: А/01.7) <p>4 квалификационный уровень</p> <p><i>Создание и воспроизведение фотоизображения стандартными техническими средствами (ОТФ: код А) – ПС 329</i></p>	

	<ul style="list-style-type: none"> – Воспроизведение фотоизображения (ТФ: А/05.4) <p>6 квалификационный уровень <i>Разработка и реализация проектов в области фотографирования (ОТФ: код D) – ПС 329</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – Создание и разработка визуальной идеи фотоизображения и выбор способа демонстрации (ТФ: D/01.6) 	
ПК 2.3. Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.	<p>6 квалификационный уровень <i>Творческо-организационная деятельность по созданию новых продуктов телерадиовещательных СМИ (ОТФ: код А) – ПС 120</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – Организация деятельности рабочей группы по созданию нового продукта телерадиовещательных СМИ (ТФ: А/06.6) <p>4 квалификационный уровень <i>Создание и воспроизведение фотоизображения стандартными техническими средствами (ОТФ: код А) – ПС 329</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – Воспроизведение фотоизображения (ТФ: А/05.4) – Простая цифровая ретушь, цветокоррекция фотоизображения (ТФ: А/04.4) <p>6 квалификационный уровень <i>Разработка и реализация проектов в области фотографирования (ОТФ: код D) – ПС 329</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – Создание и разработка визуальной идеи фотоизображения и выбор способа демонстрации (ТФ: D/01.6) 	
<i>Практический опыт по ВПД:</i>	<i>Трудовые функции или трудовые действия</i>	
– выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств,	<p>6 квалификационный уровень <i>Творческо-организационная деятельность по созданию новых продуктов телерадиовещательных СМИ (ОТФ: код А) – ПС 120</i> <u>Единица ТФ: А/01.6. Определение формата, тематики и</u></p>	Практический опыт по ВПД, в большинстве случаев соответствует ОТФ/ ТФ, перечисленным в ПС. ОТФ/ТФ в профессиональном стандарте ориентированы на выполнение

<p>и материалов при исполнении рекламного продукта;</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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; 	<p><u>оценка материала для нового продукта телерадиовещательных СМИ:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> – Поиск идеи/материала для нового продукта по результатам анализа российских и зарубежных источников информации – Определение темы и основного содержания нового продукта и новостного блока – Оценка оригинальности идеи нового продукта – Оценка актуальности нового продукта, его художественной ценности и востребованности – Определение целевой аудитории нового продукта – Согласование тематики нового продукта с руководством канала <p><u>Единица ТФ: А/03.6. Планирование создания нового продукта телерадиовещательных СМИ:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> – Определение производственной мощности, необходимой для создания продукта, включая оборудование – Определение потребности в кадровых ресурсах для создания продукта – Выбор оптимального плана подготовки и реализации продукта – Разработка производственного графика создания продукта – Оценка творческой и технической составляющей для оптимизации расходов создания и реализации нового продукта – Оценка возможных рисков при создании продукта – Расчет финансовых средств, необходимых для создания нового продукта – Выявление необходимости привлечения дополнительного финансирования (инвестиций) 	<p>композиционно-технического модифицирования информации по сравнению с практическим опытом для реализации художественной дизайн-практики по разработке рекламного продукта, определенным ФГОС.</p> <p>Критерии, характеризующие трудовые действия, незначительно шире. Необходимо расширить практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> - по содержанию ТФ А/01.4: Разметка и форматирование документов <p>Требования ФГОС к практическому опыту по ВПД меньше ПС, но достаточны для начала трудовой деятельности.</p>
---	--	--

<p>7 квалификационный уровень Предметная реализация требований к художественно-техническому оформлению СМИ (ОТФ: код А) – ПС 161 Единица ТФ: А/02.7: Отбор иллюстративных материалов:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Подбор иллюстративного материала для публикаций из внешних источников – Оформление подписки на материалы информационных агентств – Принятие решений о целесообразности приобретения авторских художественно-графических оригиналов – Подготовка проектов и организация своевременного заключения договоров с лицами, привлекаемыми для изготовления графического материала и выполнения других работ по художественному оформлению издания вне штата <p>4 квалификационный уровень Создание и воспроизведение фотоизображения стандартными техническими средствами (ОТФ: код А) – ПС 329 Единица ТФ: А/01.4. Фиксация изображения фотографической аппаратурой:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Выставление технических параметров аппаратуры с учетом технических требований – Выбор границ фотокадра – Фиксация фотоизображения – Контроль качества записи фотоизображения – Контроль исправности и работоспособности фотоаппаратуры <p>Единица ТФ: А/02.4. Организация схемы освещения для создания фотоизображения:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Определение схемы освещения – Установка искусственных источников света
--

	<ul style="list-style-type: none"> – Работа с естественным светом <p><u>Единица ТФ: А/03.4. Композиционное построение кадра:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> – Выбор точки фотосъемки – Установка оборудования с учетом технических параметров – Постановка объекта съемки – Проверка точности выбранных параметров кадра – Отбор дублей <p>6 квалификационный уровень <i>Разработка и реализация проектов в области фотографирования (ОТФ: код D) – ПС 329</i></p> <p><u>Единица ТФ: D/02.6. Оценка и выбор технологии и/или оборудования для создания фотоизображения:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> – Определение технологических методов воплощения визуальной идеи фотоизображения – Выбор оборудования для воплощения визуальной идеи фотоизображения – Описание плана использования оборудования – Определение технологических методов воплощения визуальной идеи фотоизображения 	
<i>Должен уметь</i>	<i>Необходимые умения</i>	
<ul style="list-style-type: none"> – осуществлять фотосъемку для производства рекламного продукта; – осуществлять видеосъемку для производства рекламного продукта; – использовать компьютерные технологии при создании печатного рекламного 	<ul style="list-style-type: none"> – Принципы художественно-технического оформления печатной продукции – Определять необходимое для реализации проекта оборудование, программное обеспечение и трудозатраты – Использовать производственно-технические возможности компьютерных технологий – Пользоваться фотоаппаратурой и фотооборудованием для осуществления фотосъемки – Определять экспонетрические и иные параметры фотосъемки – Строить кадр в соответствии с законами фото 	<p>Терминология, применяемая в ФГОС, не соответствует терминологии ПС.</p> <p>Критерии схожи, но не в полном объеме: необходимые умения в профессиональном стандарте задают специфику композиционно-технического модифицирования информации по сравнению с художественной дизайн-практикой по разработке рекламного продукта, определённой ФГОС.</p> <p>Необходимо расширить перечень осваиваемых умений:</p>

<p>продукта;</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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; 	<p>композиции</p> <ul style="list-style-type: none"> – Заряжать кассеты и фотоаппараты различных систем – Контролировать качество записи и исправности фотоаппаратуры – Применять компьютерное оборудование и информационно-коммуникационные технологии для реализации профессиональных задач – Применять различные средства, техники и приемы эффективного общения в профессиональной деятельности – Использовать приемы саморегуляции поведения в процессе межличностного общения, определять тактику поведения в конфликтных ситуациях, возникающих в профессиональной деятельности – Соблюдать нормы делового общения и профессиональной этики – Проверять исправность осветительного оборудования – Формировать схему освещения – Выставлять осветительное оборудование в соответствии с установленной схемой освещения – Определять источники освещения – Применять классические схемы освещения и композиции кадра при съемке в студии – Использовать дневное освещение в сочетании с дополнительным осветительным оборудованием при фотосъемке на выезде – Применять компьютерное оборудование и информационно-коммуникационные технологии для решения профессиональных задач – Определять экспонетрические и иные параметры фотосъемки – Строить кадр в соответствии с законами фотокомпозиции – Устанавливать фотоаппаратуру и фотооборудование 	<p>Владеть текстовым редактором и навыками работы с множеством документов, стилями, таблицами, списками, заголовками и другими элементами форматирования, Требования ФГОС в части «должен уметь» по объему меньше ПС, но достаточны для начала трудовой деятельности</p>
---	---	--

	<ul style="list-style-type: none"> – Выполнять фотосъемку на документы, одиночные портреты и небольших групп в павильоне и на постоянной площадке – Выполнять технологическую фотосъемку неподвижных объектов в выездных условиях – Выполнять съемку плоских и объемных оригиналов – Применять компьютерное оборудование и информационно-коммуникационные технологии для реализации профессиональных задач – Применять цифровые технологии для ретуши негативных и позитивных изображений – Выполнять основные виды коррекции фотографических изображений – Выполнять цифровую ретушь, не нарушая структуры изображения, исправлять множественные мелкие дефекты изображения, дефект красных глаз, удалять объекты с изображения – Корректировать контраст, яркость, цветовой баланс, общую цветность изображения – Кадрировать изображение под заданный формат – Контролировать качество выполняемых работ – Выполнять цветокоррекцию при цветной автоматизированной печати – Применять основные графические форматы для записи и хранения цифровых изображений – Применять компьютерные технологии для подготовки полученных фотографических изображений к выводу на печать – Выполнять автоматизированную проявку фотоматериалов – Выполнять автоматизированную и цифровую печать фотографических изображений основных форматов – Формировать комплекты фотографий на документы 	
--	--	--

	<p>различных видов в специализированном программном обеспечении</p> <ul style="list-style-type: none"> – Создавать, исследовать и развивать визуальную идею – Оценивать ценность визуальной идеи и возможность ее использования – Оценивать ресурсы, необходимые для воплощения визуальной идеи – Представлять воплощение визуальной идеи в виде сценария, презентации – Готовить техническое задание на воплощение визуальной идеи – Оценивать пригодность визуальной идеи для дальнейшего развития с учетом: <ul style="list-style-type: none"> • творческой и технической осуществимости; • опыта реализации аналогичных проектов; • имеющихся ресурсов и сроков реализации; • соблюдения правовых, этических норм, которые затрагиваются при воплощении визуальной идеи 	
<i>Должен знать</i>	<i>Необходимые знания</i>	
<ul style="list-style-type: none"> – 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-, 	<ul style="list-style-type: none"> – Профессиональные компьютерные программы верстки – Современные информационно-коммуникационные технологии – Новейшие теоретические и практические знания в области медиапроизводства – Основные сведения о телекоммуникационных системах, применяемых для телевизионного и радиовещания – Принципы творческо-постановочного и технологического процессов подготовки и создания медиапрограмм – Передовой отечественный и зарубежный опыт производства и продвижения продукции телерадиовещания – Технологии медиапроизводства, программное обеспечение и аппаратные средства мультимедиа, основы 	<p>Терминология, применяемая в ФГОС, не соответствует терминологии ПС.</p> <p>Критерии в основном схожи. Однако необходимые знания в профессиональном стандарте ориентированы на специфику композиционно-технического модифицирования информации по сравнению с освоением художественной дизайн-практики по разработке рекламного продукта, определённой ФГОС.</p> <p>Освоение ПС предусматривает необходимость расширить перечень осваиваемых знаний:</p> <p>Стандарты распространенных форматов текстовых и табличных данных,</p>

<p>анимации;</p> <ul style="list-style-type: none"> – технологию создания Интернет-рекламы; – аппаратное и программное обеспечение. 	<p>компьютерной графики и анимации, компьютерные музыкальные технологии и звуковой дизайн мультимедиапрограмм</p> <ul style="list-style-type: none"> – Технические средства телерадиовещания – Виды, устройство и назначение цифровой и аналоговой фотографической аппаратуры и фотооборудования – Принципы получения фотографического изображения (аналогового и цифрового) – Основы техники и технологии фотографической съемки – Виды фотосъемки и их особенности – Организация работ на съемочной площадке в соответствии с требованиями охраны труда – Приемы организации световых схем – Технические характеристики осветительного оборудования – Правила использования осветительной техники – Основные этапы развития фотографии – Законы фотокомпозиции – Основные принципы фотосъемки (аналоговой и цифровой) – Технические параметры оборудования (аналогового и цифрового) – Основные принципы рационального использования площади съемочной площадки – Основы пластической анатомии – Классификация дефектов цифровых изображений и основные методы их устранения – Технологии синтеза цвета и основы цветокоррекции – Технологии получения цифровых изображений, оцифровывания фотоматериалов – Форматы графических файлов и технологии организации графической информации, применяемые в фотографии 	<p>Характеристики и распространенные форматы графических файлов. Требования ФГОС в части «должен знать» по объему меньше ПС, но достаточны для начала трудовой деятельности</p>
---	---	---

- Базовые технологии работы в программе редактирования и монтажа растровых изображений
- Основные технологии коррекции визуального качества цифровых фотоизображений
- Основные системные информационно-коммуникационные технологии
- Основы химико-фотографических процессов
- Классификация дефектов цифровых изображений и основные методы их устранения
- Технологии синтеза цвета и основы цветокоррекции
- Технологии получения цифровых изображений, оцифровывания фотоматериалов
- Форматы графических файлов и технологии организации графической информации, применяемые в фотографии
- Базовые технологии работы в программе редактирования и монтажа растровых изображений
- Основные технологии коррекции визуального качества цифровых изображений
- Требования охраны труда при работе в фотостудии
- Психология взаимоотношений с клиентами
- История мировой культуры
- История изобразительного искусства
- Факторы, влияющие на формирование идеи:
 - - эстетические соображения, включая персональные предпочтения разработчика;
 - изменение стилей изображения, моды и требований в соответствующих секторах;
 - подходы, которые целесообразно использовать для различных заказчиков
- История фотографии и фотографических стилей
- Композиция в рисунке, живописи, фотографии и дизайне

	– Расчет необходимых ресурсов и подготовка технического задания	
--	---	--

Выбран ПС 161 «Специалист по производству продукции печатных средств массовой информации», ПС 120 «Специалист по производству продукции телерадиовещательных средств массовой информации» и ПС 329 «Фотограф», так как обобщенные трудовые функции относятся к рекламе.

Основная цель вида профессиональной деятельности, обозначенная в ПС 161 «Специалист по производству продукции печатных средств массовой информации»: удовлетворение потребностей читателей в продукции печатных средств массовой информации.

Основная цель вида профессиональной деятельности, обозначенная в ПС 120 «Специалист по производству продукции телерадиовещательных средств массовой информации»: организация процесса создания и продвижения медийных проектов в целях удовлетворения информационных потребностей различных аудиторий.

Основная цель вида профессиональной деятельности, обозначенная в ПС 329 «Фотограф»: организация процесса производства и создание фотоизображений в сфере коммерческой, документальной, художественной и технической фотографии.

Все вышеперечисленные цели видов профессиональной деятельности не противоречит основной области профессиональной деятельности выпускников, обозначенного в ФГОС 42.02.01 Реклама: организация и проведение работ по разработке и производству рекламного продукта с учетом требований заказчика.

В системе компетентного обучения по ФГОС можно успешно реализовать названные трудовые действия. Названия обобщенных трудовых функций (ОТФ) и трудовых действий (ТД) позволяют формировать фонд оценочных средств для конкретизации результата освоения образовательной программы в части ВПД.

Качество формирования компетенций, заданных ФГОС спец. 42.02.01 для выполнения нормативно-одобряемых профессиональных действий, констатируется по итогу выполнения обобщенных, типовых или целевых проектных заданий. Оценочные средства целесообразно ориентировать на обобщенные, типовые или целевые рекламные иллюстративные и текстовые продукты, проектируемые на типовом предприятии рекламы. Вариативность и валидность оценочного средства может обеспечиваться за счет видоизменения технологической оснащённости проекта и качества требований целевого сегмента к продукту рекламы.

2. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ДАННЫЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

всего – 893 часа, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 621 час, включая:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 440 часов;

самостоятельной работы обучающегося – 181 час;

учебной и производственной практики – 252 часа,

курсовой проект – 20 часов,

ЛПР – 346 часов.

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности «Разработка и создание дизайна рекламной продукции», в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями

Таблица 3 – Результаты освоения программы профессионального модуля

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
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), за результат выполнения заданий
ОК 8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации
ОК 9	Быть готовым к смене 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

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Структура профессионального модуля

Таблица 4 – Структура профессионального модуля

ПМ 02 «Производство рекламной продукции»
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

4.2 Содержание профессионального модуля

Таблица 5 – Содержание профессионального модуля

ПМ 02 «Производство рекламной продукции»
МДК.02.01 Выполнение рекламных проектов в материале
Раздел 1. Выполнение рекламных проектов в материале
МДК.02.02 Проектная компьютерная графика и мультимедиа
Раздел 2. Компьютерная графика
Раздел 3. Мультимедиа
МДК.02.03 Техника и технологии рекламной фотографии
Раздел 4. Техника фотографии
Раздел 5. Технология фотографии
Раздел 6. Основы рекламной фотографии
МДК.02.04 Техника и технологии рекламного видео
Раздел 7. История рекламного ролика. Производство телевизионной рекламы и другой видеопродукции
Раздел 8. Технические средства видеосъемки. Виды съемочной аппаратуры. Ее устройство, носители изображения
Раздел 9. Основы видеорежиссуры, процессы видеосъемки и видеопроекции
Раздел 10. Компьютерная обработка и хранение отснятых видеоматериалов

4.3. Содержание разделов профессионального модуля

Таблица 6 – Содержание разделов профессионального модуля

Наименование разделов профессионального модуля	Содержание разделов профессионального модуля
1	2
МДК.02.01 Выполнение рекламных проектов в материале	
Раздел 1. Выполнение рекламных проектов в материале	
Тема 1.1. Введение	<ul style="list-style-type: none"> – Основные понятия предмета. Цели и задачи МДК «Выполнение рекламных проектов в материале». Роль и место дисциплины в подготовке специалиста по рекламе. Предмет дисциплины, ее структура, связь с другими дисциплинами. Рекомендации по выполнению практических заданий и организации самостоятельной работы студентов при изучении модуля; – Разработка и технологии производства рекламного продукта; – Процесс проектирования в рекламной деятельности.

Наименование разделов профессионального модуля	Содержание разделов профессионального модуля
1	2
МДК.02.01 Выполнение рекламных проектов в материале	
Тема 1.2. Производство полиграфической продукции	<ul style="list-style-type: none"> – Три способа печати: шелкография, офсетный и цифровой. Цифровые лазерные принтеры и бумага для печати. Оборудование для брошюровки и ламинирования полиграфической продукции; – Стоимость полиграфической продукции. Прайс-лист. Особенности его составления; – Оформление заказа в печать. Оригинал-макет, техническое задание. Сроки изготовления. Составление технического задания рекламной продукции.
Тема 1.3. Производство сувенирной продукции	<ul style="list-style-type: none"> – Виды сувенирной продукции; – Технология сублимации. Сублимационный принтер; – Оборудование для нанесения рисунка на сублимационную чашку, тарелку; – Оборудование для нанесения на ткань и металл
Тема 1.4. Производство наружной рекламы	<ul style="list-style-type: none"> – Виды наружной рекламы; – Рекламно-информационная конструкция, располагаемая со стороны фасада здания несущая на себе имиджевую или рекламную информацию (вывески, витрины)⁴ – Современные технологии и методы в световой наружной рекламе (короба, неон); – Унифицированные выставочные стенды для оформления мест продаж; – Виды объемных букв для наружного размещения и интерьеров.
Тема 1.5. Производство теле- и радио- рекламы	<ul style="list-style-type: none"> – Понятие «телевизионная реклама». Отличия телевизионной рекламы от других видов рекламы. Преимущества и недостатки телевидения как канала распространения рекламы; – Виды и жанры телевизионной рекламы; – Этапы производства телевизионной рекламы; – Композиция и стилистика рекламного сценария рекламного ролика; – Методика оценки воздействия телевизионной рекламы; – Особенности выпуска радиорекламы.
Тема 1.6. Производство рекламного социального и общественного продукта	<ul style="list-style-type: none"> – Особенности производства различных видов рекламного плаката с объектом, афиши, постера; – Технологии оформления выставки; – Технологии разработки социальной рекламы; – Технологии оформления выставки (Выполнение авторского эскиза). Защита авторского проекта выставки; – Производство упаковочного рекламного продукта

Наименование разделов профессионального модуля	Содержание разделов профессионального модуля
1	2
МДК.02.01 Выполнение рекламных проектов в материале	
Курсовая работа	<ul style="list-style-type: none"> – Оформление раздела «Введение»; – Оформление раздела «Требования к рекламному продукту (техническое задание на выполнение рекламных работ)»; – Оформление раздела «Конструкторский раздел»; – Оформление раздела «Технологический раздел»; – Оформление раздела «Заключение»; – Оформление ПЗ КР; – Защита КР.

МДК.02.02 Проектная компьютерная графика и мультимедиа	
Раздел 2. Компьютерная графика	
Тема 2.1. Общие сведения о компьютерной графике	<ul style="list-style-type: none"> – Введение. Основные области применения. Достоинства и недостатки растровой и векторной графики. Форматы растровой и векторной графики; – Пиксели, разрешение, размер изображения. Типы изображений. Цветовые модели. Цветовые палитры. Аппаратный уровень КГ
Тема 2.2. Редакторы растровой графики	<ul style="list-style-type: none"> – Введение. Назначение и состав редактора растровой графики. Понятие «растровое изображение». Особенности, параметры и форматы растровых изображений. Настройка интерфейса программы. Понятие «рабочее пространство» (workspace). Персонализация рабочего пространства. Открытие и закрытие файлов. Создание нового изображения. Изменение основных параметров изображений. Способы отмены выполненных действий. Кадрирование изображений. Коррекция изображений; – Техника выделения областей изображения. Обзор способов выделения областей изображения. Инструменты локального выделения: назначение инструментов, настройка параметров. Приемы выделения областей сложной формы. Особенности редактора векторной графики. Модификация формы выделения. Дополнение, вычитание и пересечение областей выделения. Растушевка границы области. Действия с выделенной областью: перемещение, дублирование, масштабирование, поворот, искажение выделенной области – Создание многослойного изображения. Зачем нужны слои. Способы создания слоя. Работа со слоями. Параметры слоя. Управление слоями с помощью палитры «Layers». Особенности работы с многослойным изображением. Сохранение многослойного файла. Выделение и связывание нескольких слоев. Трансформация содержимого слоя. Операции со слоями. Слияние слоев. Создание коллажей;

	<ul style="list-style-type: none"> – Техника рисования. Инструменты свободного рисования. Использование кистей, аэрографа, карандаша, ластика. Выбор цвета кисти. Цветовые модели. Библиотеки Pantone. Выбор формы кисти. Подключение библиотек кистей. Создание новой кисти. Выбор параметров кисти. Непрозрачность, режимы наложения. Особенности работы с графическим планшетом. Закраска областей. Создание градиентных переходов и узоров (pattern); – Техника ретуширования. Чистка и восстановление деталей изображения с помощью инструментов “Clone Stamp”, “Spot Healing Brush”, “Healing Brush” и “Patch Tool”. Настройка источников для клонирования. Использование инструмента “History Brush”. Удаление локальных цветовых искажений («красные глаза»). Использование инструментов коррекции изображения; – Сканирование и коррекция изображения. Приемы сканирования. Основные параметры сканирующих устройств. Рекомендации по выбору сканера. Устранение муара. Обработка изображения после сканирования. Повышение резкости. Коррекция изображения. Настройка точки черного, точки белого и гаммы изображения. Особенности коррекции для полиграфии. Использование корректирующих слоев для неразрушающей коррекции. Особенности импорта иллюстраций, полученных при помощи цифровой камеры. Использование формата RAW. Преобразование цветовых моделей. Цветоделение. Печать файла; – Выполнение сложного монтажа. Общие сведения о каналах. Виды каналов. Создание и сохранение альфа-каналов. Быстрая маска. Использование маски слоя для многослойного монтажа. Заливочные слои. Основные операции коррекции изображения. Способы автоматической коррекции. Контроль параметров при коррекции при помощи динамических гистограмм.
<p>Тема 2.3. Редакторы векторной графики</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Введение в компьютерную (векторную) графику. Применение компьютерной графики. Графические редакторы. Программа векторной графики: состав, особенности, использование в полиграфии и Интернет. Требование к ресурсам компьютера. Настройка программного интерфейса. Способы создания графического изображения. Объекты. Типы объектов. Создание объектов. Выделение, перемещение и трансформация объектов. Управление масштабом просмотра объектов; – Навыки работы с объектами. Режимы просмотра документа. Копирование объектов. Группировка объектов. Соединение объектов. Логические операции. Использование менеджера объектов (Object Manager). Слои; – Создание и редактирование кривых. Создание объектов

	<p>с помощью инструмента "Smart Fill". Создание и редактирование художественного контура. Использование эффекта "Create Boundary" для создания объекта на основе множества объектов. Трассировка растровых изображений с помощью эффекта "Power Trace";</p> <ul style="list-style-type: none"> – Работа с цветом. Природа цвета. Цветовые модели. Простые и составные цвета. Способы окрашивания объектов. Управление прозрачностью объекта; – Средства повышенной точности. Использование линеек, сетки и направляющих. Точные преобразования объектов. Выравнивание и распределение объектов; – Разработка фирменного стиля. Планирование макета. Настройка документа. Создание логотипов. Разработка фирменных бланков. Правила оформления визиток. Работа с текстом; – Оформление текста. Виды текста: простой и фигурный текст. Фигурный текст. Создание, редактирование, форматирование, предназначение. Импорт текста из офисных приложений. Работа с таблицами. Размещение текста вдоль кривой. Редактирование геометрической формы текста. Простой текст. Создание, редактирование, форматирование, предназначение. Навыки работы с текстовыми блоками; – Использование спецэффектов. Области применения спецэффектов. Обзор спецэффектов. Практика совмещения векторных и растровых изображений.
<p>Раздел 3. Мультимедиа</p>	
<p>Тема 3.1. Компьютерная анимация</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Базовые операции при редактировании изображений в программе Macromedia Flash. Инструменты выделения и рисования. Lasso (Лассо) и Line. Инструменты выделения и рисования. Свободная трансформация. Анимация движения. Временная диаграмма, группировка изображения, вставка ключевого кадра, автоматическое движение объектов, создание двойного движения, автоматическая анимация. Создание двойного движения, вставка ключевого кадра, инструмент свободная трансформация, анимация трансформации; – Совмещение покадровой и автоматической анимации. Создание анимации без использования двойного движения. Создание flash-роликов с автоматической и покадровой анимацией. Автоматическая анимация трансформации объекта. Анимация трансформации, заливка изображением; – Анимация цвета, заливка изображения цветом, создание двойного движения, вставка ключевого кадра. Слои. Создание фона. Использование слоёв для создания фона, текстура, заливка фона растровым изображением, исправление анимации с помощью ключевых кадров; – Направляющие. Движение по произвольной траектории. Движение по направляющей. Создание слоев для размещения объектов, слой с направляющей, скорость

	<p>движения объектов, замедление движения. Использование слоев для создания анимации. Слои. Маскирование слоев. Создание слоя-маски, скрытие фрагмента изображения с помощью слоя-маски. Анимация маскирующих слоев, создание анимации движения для слоя маски;</p> <ul style="list-style-type: none"> – Символы. Создание кнопок. Преобразование в символ, четырехкадровая анимация кнопки, активная область кнопки. Создание анимационных фильмов; – Анимация клипа, библиотека символов. Создание клипов. Создание интерактивных фильмов. Управление воспроизведением фильма, управление анимацией; – Создание интерактивных фильмов. Загрузка дополнительных фильмов
Тема 3.2. Компьютерные аудио технологии	<ul style="list-style-type: none"> – Аналоговый и цифровой звук и аппаратное обеспечение для создания, записи, копирования звука. Разрядность цифрового звука и ее влияние на качество цифрового звука. Устройство ввода-вывода звукового сигнала. Захват цифрового звука; – Разновидности программ для цифровой обработки звука. Запись и обработка звука средствами программ Audacity. Интерфейс программы. Элементы управления файлом. Маркирование звуковых фрагментов. Моно- и стереорежимы обработки звука. Изменения уровня громкости. Стилизация звука.
МДК 02.03. Техника и технологии рекламной фотографии	
Раздел 4. Техника фотографии	
Тема 4.1. Фотоаппараты, сменные объективы и принадлежности	<ul style="list-style-type: none"> – Введение. Основные области применения. Знакомство с фотографией. История фотографии. Камера Обскура. Пинхолл. Фотография в России. Принципы формирования изображения. Пленка и матрица. Форматы хранения файлов; – Устройство и принцип работы фотоаппарата; – Основные характеристики фотообъективов; – Основные правила обращения с фототехникой и техника безопасности; дополнительное оборудование для фотосъемки, его назначение; – Строение ПЗС-матрицы, её размеры. Фотокамеры различных производителей
Тема 4.2. Свет и освещение	<ul style="list-style-type: none"> – Световые величины. Преобразование светового потока. Характеристики освещения. Взаимодействие источников света с объектами освещения. Факторы, влияющие на характеристики солнечного освещения. Способы регулирования фотографического изображения в условиях естественного освещения; – Фотосъемка при искусственном освещении. Осветительное оборудование для студийного освещения. Виды освещения: рисующий, заполняющий, фоновый, контровый, моделирующий свет. Общая характеристика импульсных осветителей, их синхронизация, световые характеристики и разновидности. Принадлежности к импульсным осветителям.

Раздел 5. Технология фотографии	
Тема 5.1. Основы фото композиции	<ul style="list-style-type: none"> – Восприятие изображения, организация пространства кадра: точка съёмки, выделение главного объекта, расположение объектов. Динамичность снимка. Глубина кадра.
Тема 5.2. Фотосъёмка жанра	<ul style="list-style-type: none"> – Представления о жанрах искусства, жанрах в фотографии. Определение жанра. Жанровая фотография. Жанр фотоэтюда; – Техническая съёмка: репродукционная съёмка, макрофотография, микрофотография, астрофотография, съёмка на документы.
Тема 5.3. Фотосъёмка пейзажа. Съёмка архитектуры и интерьера	<ul style="list-style-type: none"> – Особенности фотографического пейзажа. Техника пейзажной фотографии. Фокусное расстояние объектива, светофильтры. Светофильтры в пейзажной фотографии. Выразительные средства фотографии при съёмке пейзажа: освещение (фронтальное, боковое, контровое), масштаб, перспектива (линейная, тональная); – Выразительные средства фотографии при съёмке архитектуры и интерьера: правильное воссоздание перспективы путем выбора точки съёмки и фокусного расстояния объектива, использование освещения для выявления пластики архитектурных форм и интерьеров.
Тема 5.4. Фотосъёмка натюрморта. Фотосъёмка портрета	<ul style="list-style-type: none"> – Учебный натюрморт. Творческий натюрморт. Техническое оснащение. Подбор реквизита. Особенности освещения. Выразительные средства фотографии при съёмке натюрморта. Выбор предмета для натюрморта, композиционное построение предмета и кадра, освещение для выявления формы и фактуры; – Этапы формирования, особенности портретной фотографии в историческом контексте. Техническое оснащение в портретной фотографии. Разнообразие портретной фотографии. Освещение в портретной съёмке. Выразительные средства при съёмке портрета: пластическая выразительность благодаря освещению (переходов света и тени), четкость и цельность силуэта, передача объема и формы. Выразительные средства для визуальной коррекции недостатков внешности
Раздел 6. Основы рекламной фотографии	
Тема 6.1. Понятие рекламной фотографии	<ul style="list-style-type: none"> – Понятия рекламной съёмки. Виды рекламной съёмки. Коммерческие аспекты рекламной фотографии; – Технические аспекты работы со светом. Резкость. Управление цветом. Управление контрастностью. Работа с гистограммой; – Основы предметной съёмки. Основы композиции. Подготовка к съёмке. Световые акценты. Моделирующий, заполняющий, контурный. Технические аспекты предметной съёмки; – Макросъёмка. Техника для макросъёмки. Управление глубиной резкости. Дифракционные приделы матрицы. Влияние дифракции на качество фотографии объектов. Выравнивание и распределение объектов.

Тема 6.2. Обработка и хранение рекламной фотографии	– Программы для обработки и хранения рекламной фотографии
МДК 02.04. Техника и технологии рекламного видео	
Раздел 7. История рекламного ролика. Производство телевизионной рекламы и другой видеопродукции	
Тема 7.1. История и анализ ТВ рекламы	– Знакомство с целями и задачами дисциплины, ее специфика. История американской и европейской ТВ рекламы. История и анализ российской ТВ рекламы; – ТВ реклама как часть современного бизнеса. Виды и классификация телевизионной рекламы. Жанровые особенности телевизионной рекламы.
Тема 7.2. Теоретические основы создания ТВ рекламы и другой видеопродукции	– Этапы создания рекламного видео. Выполнение анализа рекламного видео продукта. Типология телевизионной рекламы
Раздел 8. Технические средства видеосъемки. Виды съемочной аппаратуры. Ее устройство, носители изображения	
Тема 8.1. Устройство современных видеокамер и их основные характеристики	– Особенности устройства видеокамеры, характеристики и свойства съемочного аппарата, предопределяющие изобразительную зрелищность и выразительность кадра; – Форматы видеосъемки. Характеристики форматов видеосъемки; – Знакомство с основными элементами управления. Понятия: фокус, фокусное расстояние, трансфокация, диафрагма, электронный затвор, зебра и др. ; – Оптика: технические характеристики. Фокусные расстояния, диафрагма, глубина изображаемого пространства.
Тема 8.2. Основные приемы работы с видеокамерой и их применение	– Творческие возможности приемов съемки статичной и движущейся камерами. Движение камеры: панорама наблюдения, сопровождение, «тревеллинг». Приемы «наезд» (укрупнение) и отъезд как смысловые и монтажные единицы. Понятие «крупный план». Свет и освещение, осветительное оборудование и осветительные приборы
Раздел 9. Основы видеорежиссуры, процессы видеосъемки и видеопроекции	
Тема 9.1. Разработка рекламного видео ролика	– Разработка концепции рекламного видео. Основные этапы подготовительного (предпостановочного) процесса; – Литературный сценарий рекламного ролика; – Режиссерский сценарий рекламного ролика. Раскадровка; – Работа над звукообразом. Художественно-документальный образ, актер, пространство.
Тема 9.2. Съемочный процесс в создании рекламного видео	– Техника и технология создания рекламного видео. Видеосъемка в павильоне, в интерьере, на натуре. Видеомонтаж, кадр и монтаж. Соответствие сценарного и режиссерского замысла и конечного продукта
Раздел 10. Компьютерная обработка и хранение отснятых видеоматериалов	
Тема 10.1. Анализ работы основных программ компьютерной	– Программы для обработки и хранения видео. Композинг. Использование футажей и клипартов.

обработки видеопродукции и их применение.	Создание авторских заставок. Работа в программе Windows Live Movie Maker. Работа в программе SONY Vegas Pro. Работа в программе VideoPad Video Editor. Основы работы в AdobePremiere., Corel VideoStudio Pro X8. Музыкальное оформление фильма (сэмплы, музыкальные библиотеки и их эффективное использование). Запись DVD или BLU RAY.
---	---

4.4. Практические/лабораторно-практические занятия

Таблица 5 - Содержание практических/лабораторно-практических занятий и вид контрольных мероприятий

№ П/П	№ раздела профессионального модуля	№ и название практических/лабораторно-практических занятий с указанием контрольных мероприятий	Вид контрольного мероприятия	Кол-во часов
ПМ 02 «Производство рекламной продукции»				
1.		МДК 02.01. Выполнение рекламных проектов в материале		
	Раздел 1. Выполнение рекламных проектов в материале			148
		Практическая работа №1. Разработка концепции подарочной продукции: кружки с надписями и рисунками	Просмотр работ	6
		Практическая работа №2. Разработка макета и изготовление: открыток, воблеров, стикеров (этикеток), блокнотов, вымпелов.	Просмотр работ	14
		Практическая работа №3. Разработка макета и изготовление сувениров с гладкой тканевой поверхностью по технологии термосублимации (картина, наволочка и др.).	Просмотр работ	6
		Практическая работа №4. Изготовление наградных медалей, шильдов и плакеток	Просмотр работ	6
		Практическая работа №5. Особенности изготовления футболки, бейсболки с фотографией и с одноцветным логотипом	Просмотр работ	6
		Практическая работа №6. Дизайн значков, брелоков, магнитов	Просмотр работ	6
		Практическая работа №7. Необычные сувениры (кристаллы, фоторамки и	Просмотр работ	6

			т.п.)		
			Практическая работа №8. Виды табличек и их изготовление	Просмотр работ	4
			Практическая работа №9. Разработка макета вывески	Просмотр работ	16
			Практическая работа №10. Создание дизайна светового оформления здания.	Просмотр работ	6
			Практическая работа №11. Разработка макета витрины	Просмотр работ	16
			Практическая работа №12. Брандмауэрные панно, изготовление баннеров.	Просмотр работ	6
			Практическая работа №13. Нетрадиционные средства рекламы	Просмотр работ	6
			Практическая работа №14. Реклама из воздушных шаров	Просмотр работ	6
			Практическая работа №15. Разработка сценария телевизионного ролика	Просмотр работ	6
			Практическая работа №16. Производство сценария радиоролика	Просмотр работ	6
			Практическая работа №17. Создание рекламной концертной афиши	Просмотр работ	12
			Практическая работа №18. Создание упаковки товара с помощью программного обеспечения	Просмотр работ	12
		МДК.02.02 Проектная компьютерная графика и мультимедиа			54
		Раздел 2. Компьютерная графика			24
			Практическая работа №19. – Интерфейс программы Adobe Photoshop. Панель инструментов. Строка меню. – Интерфейс программы. Управление палитрами. Настройка и использование инструментов. – Коррекция цвета и тона изображения. Работа со слоями. – Работа с текстом. Преобразование цветного изображения в чёрно – белое. – Работа по редактированию	Просмотр работ	14

			<p>изображения.</p> <ul style="list-style-type: none"> – Работа по созданию изображения. – Редактирование портрета. – Создание коллажа. 		
			<p>Практическая работа №20.</p> <ul style="list-style-type: none"> – Знакомство с графической системой CorelDRAW – Знакомство с основными возможностями по редактированию объектов, контура и заливки в графической системе CorelDRAW – Методы работы с объектами. Способы окрашивания объектов. – Преобразование в растровую графику. Работа с растровыми изображениями. – Работа с текстовыми блоками в векторном редакторе. – Создание сложного рисунка. – Создание макета визитки. Создание логотипа фирмы. – Создание и планирование макета рекламного продукта 	Просмотр работ	10
		Раздел 3. Мультимедиа			30
			<p>Практическая работа №21.</p> <ul style="list-style-type: none"> – Создание рисунков – Создание анимационных фильмов с использованием слоя маски – Создание анимационных фильмов – Создание интерактивных фильмов – Создание flash-роликов с автоматической анимацией. – Создание flash-роликов с автоматической и покадровой анимацией – Анимация трансформации, заливка изображением. – Создание flash-роликов с автоматической трансформацией объекта. 	Просмотр работ	26

			– Создание flash-роликов с использованием слоев.		
			Практическая работа №22. Обзор возможностей редактора Audacity основных	Отчет	4
		МДК.02.03 Техника и технологии рекламной фотографии			72
		Раздел 4. Техника фотографии			12
			Практическая работа №23. Знакомство с органами управления цифрового фотоаппарата	Отчет	4
			Практическая работа №24. Настройки фотосъемки с помощью меню цифрового фотоаппарата	Отчет	2
			Практическая работа №25. Съемка с ручными настройками	Отчет	6
		Раздел 5. Технология фотографии			48
			Практическая работа №26. Построение композиции кадра. Выбор ракурса	Просмотр работ	6
			Практическая работа №27. Подбор жанра фотографии в рекламе	Просмотр работ	6
			Практическая работа №28. Съемка пейзажа по индивидуальным заданиям	Просмотр работ	6
			Практическая работа №29. Съемка интерьера по индивидуальным заданиям	Просмотр работ	6
			Практическая работа №30. Съемка модели с характерными жестами и позами	Просмотр работ	6
			Практическая работа №31. Съемка натюрморта для рекламы	Просмотр работ	6
			Практическая работа №32. Фотосъемка живой природы	Просмотр работ	6
			Практическая работа №33. Фотосъемка архитектуры	Просмотр работ	6
		Раздел 6. Основы рекламной фотографии			10
			Практическая работа №34. Использование гистограммы при съемке	Просмотр работ	2
			Практическая работа №35. Предметная съемка по индивидуальному заданию	Просмотр работ	6

			Практическая работа №36. Макросъемка по индивидуальному заданию	Просмотр работ	4
		МДК.02.04 Техника и технологии рекламного видео			72
		Раздел 8. Технические средства видеосъемки. Виды съемочной аппаратуры. Ее устройство, носители изображения			12
			Практическая работа №37. Форматы видеосъемки. Характеристики форматов видеосъемки Full HD, HDV, DVCAM и mini-DV	Отчет	6
			Практическая работа №38. Освещение людей, объектов, съемочной площадки. Составление таблицы «Источники света»	Отчет	2
			Практическая работа №39. Выполнение панорамной съемки. Выполнение отработки приемов «наезда» и «отъезда» видеокамеры	Отчет	2
			Практическая работа №39. Выполнение анализа основных отличительных особенностей дискретной оптики и объектива с переменным фокусным расстоянием	Отчет	2
		Раздел 9. Основы видеорежиссуры, процессы видеосъемки и видеопроекции			18
			Практическая работа №40. Разработка рекламного видеоролика по заданной теме. Создание сценария. Анализ разработанных сценариев, эскизов к костюмам и декорациям	Отчет	6
			Практическая работа №41. Элементы видеосъемки в интерьере и на натуре	Отчет	6
			Практическая работа №42. Видеомонтаж учебных рекламных роликов	Отчет	6
		Раздел 10. Компьютерная обработка и хранение отснятых видеоматериалов			42
			Практическая работа №43. Интерфейс применяемых программ. Импорт, экспорт видео, горячие клавиши	Отчет	6
			Практическая работа №44.	Отчет	6

			Компьютерная обработка отснятых видеоматериалов		
			Практическая работа №45. Создание видео ролика в Movavi Video Editor 14 Plus	Просмотр работ	14
			Практическая работа №46. Создание и монтаж рекламного видеоролика	Просмотр работ	16
ВСЕГО					346

4.5. Использование интерактивных форм проведения занятий

Таблица 6 – Использование интерактивных форм проведения занятий

№ п/п	Тема	Количество часов	Вид занятия	Используемый метод	Формируемые компетенции
МДК 01.01 Художественное проектирование рекламного продукта					
МДК.02.02 Проектная компьютерная графика и мультимедиа					
1.	Раздел 2. Работа в Adobe Photoshop	14	Практическая работа	– метод кейсов – мастер класс – портфолио	ПК 2.1 ПК 2.2 ПК 2.3
2.	Раздел 3. Создание flash-роликов	26	Практическая работа	– метод кейсов – мастер класс – портфолио	ПК 2.1 ПК 2.2 ПК 2.3
МДК.02.03 Техника и технологии рекламной фотографии					
3.	Раздел 4. Съёмка с ручными настройками	6	Практическая работа	– метод кейсов – мастер класс – портфолио	ПК 2.1 ПК 2.2 ПК 2.3
4.	Раздел 5. Подбор жанра фотографии в рекламе	6	Практическая работа	– «Ковер идей» – моделирование – метод кейсов	ПК 2.1 ПК 2.2 ПК 2.3
5.	Раздел 5. Съёмка интерьера по индивидуальным заданиям	6	Практическая работа	– «Ковер идей» – Моделирование – Метод кейсов	ПК 2.1 ПК 2.2 ПК 2.3
6.	Раздел 6. Предметная съёмка по индивидуальному заданию	6	Практическая работа	– «Ковер идей» – Моделирование – Метод кейсов	ПК 2.1 ПК 2.2 ПК 2.3
7.	Раздел 6. Макросъёмка по индивидуальному заданию	4	Практическая работа	– «Ковер идей» – Моделирование – Метод кейсов	ПК 2.1 ПК 2.2 ПК 2.3
8.	Раздел 10. Создание видео ролика в Movavi Video Editor 14 Plus	14	Практическая работа	– «Ковер идей» – Моделирование – Метод кейсов	ПК 2.1 ПК 2.2 ПК 2.3
Итого:		82			

23,7%

* - интерактивная форма проведения занятий (указывается удельный вес интерактивных занятий в %)

4.6. Самостоятельная работа

4.6.1. Перечень вопросов для самостоятельного изучения

Таблица 7– Перечень вопросов для самостоятельного изучения

№ п/п	№ МДК, раздела	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения	Кол-во часов
	МДК 02.01	Выполнение рекламных проектов в материале	56
		<ol style="list-style-type: none"> 1. Проработка конспектов занятий 2. Подготовка докладов на тему: «Виды оборудования для изготовления сувенирной продукции»; «Технологии изготовления сувениров»; «Способы нанесения изображения на поверхность сувенирной продукции» 3. Подготовка докладов на тему: «Элементы наружной рекламы» 4. Подготовка докладов на тему: «Производство радиорекламы»; «Особенности разработки режиссерского сценария» 5. Разработка мультимедийной презентации на тему: «Социальная реклама», «Оформление выставки товаров и услуг» 6. Разработать визитку для изготовления способом фольгирования двумя цветами. Бонбоньерки для торжеств. Виды и способы изготовления. Упаковка для праздничного шоколада. Скрапбукинг. 7. Разработать индивидуальную символику гимназиста выраженную в значке. Подготовить реферат о изготовлении необычных видов сувенирной продукции. Подготовить макет рисунка для футболки на заказ по различной тематике. Разработать дизайн матирования стекла или зеркала. 8. Выполнить дизайн витрины магазина в объемном макете. Оформительские архитектурные формы (макет праздничной стойки) 	
	МДК 02.02	Проектная компьютерная графика и мультимедиа	45
		<ol style="list-style-type: none"> 1. Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной технической литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленным преподавателем). 2. Подготовка к лабораторным работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление лабораторных работ, отчетов и подготовка к их защите. 3. Подготовить и написать реферат по теме: 	

№ п/п	№ МДК, раздела	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения	Кол-во часов
		<p>Цвет в компьютерной графике; Аддитивная цветовая модель RGB; Субтрактивная CMYK и интуитивная HSB цветовые модели; Рисование и раскрашивание в программе Fotoshop. Основные приёмы работы с текстом в программе Fotoshop. Ретуширование изображений. Фотомонтаж. Создание Web – узла при помощи конструктора. Создание Web – узла с использованием HTML. Создание анимации.</p> <p>4. Подготовить доклад по теме: Векторные и растровые форматы графических файлов; Методы сжатия графических данных.</p> <p>5. Оформить мультимедийную презентацию по теме: Построение векторного рисунка в графическом редакторе; Создание рисунков из простых геометрических примитивов; Создание рисунков из кривых; Работа с текстом в программе Coreldraw.</p>	
МДК.02.03 Техника и технологии рекламной фотографии			41
		<ol style="list-style-type: none"> 1. Изучение схем установки света при студийной съемке 2. Самостоятельная установка света в зависимости от авторского замысла 3. Самостоятельный выбор ракурса при построении композиции кадра 4. Самостоятельный жанровый выбор съемки 5. Выбор объекта самостоятельной пейзажной съемки 6. Выбор ракурса фотосъемки интерьера 7. Выбор модели для характерной съемки 8. Составление натюрмортной композиции для фотосъемки 9. Изучение возможностей гистограмм при съемке 10. Выбор объекта предметной съемки 11. Выбор и подготовка объекта макросъемки 12. Изучение приемов обработки фотографий в одном из редакторов 13. Самостоятельное изготовление коллекции фотоматериалов 14. Подготовить и написать реферат по теме: Прототип современного фотоаппарата – камера-обскура. Устройство глаза. Особенности зрительного восприятия. 15. Оптические иллюзии. Фотография без фотоаппарата. Феномен картины. Плоскость и пространство. 16. Закономерности движения глаза. Основы 	

№ п/п	№ МДК, раздела	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения	Кол-во часов
		<p>анализа фотографии. Фотопленка и светочувствительность. Экспонетры. Технические основы цифровой фотографии.</p> <p>17. Подготовить доклад по теме: Характеристики камеры. Фотографический треугольник: число диафрагмы, выдержка затвора и ISO.</p> <p>18. Характеристики объекта съемки. Способы и средства определения правильной экспозиции. Характеристики светочувствительного материала. Характеристики освещения. Фронтальное освещение. Съемка ночью и при тусклом освещении.</p> <p>19. Оформить мультимедийную презентацию по теме: Портретная фотография. Пейзажная фотография. Фотографический натюрморт. Фоторепортаж.</p> <p>20. Фотосъемка живой природы. Фотосъемка архитектуры. Программа Gimp. Цветокоррекция. Ретуширование фотографий.</p> <p>21. Составить кроссворд по теме: Строение фотоаппарата. Устройство цифрового фотоаппарата.</p>	
МДК 02.04 Техника и технологии рекламного видео			39
		<p>1. Подготовка к контрольному тестированию и практическим работам по темам:</p> <p>1.1. История и анализ ТВ рекламы.</p> <p>1.2. Теоретические основы создания ТВ рекламы и другой видеопродукции.</p> <p>2.1. Устройство современных видеокамер и их основные характеристики</p> <p>2.2. Основные приемы работы с видеокамерой и их применение.</p> <p>3.1. Разработка рекламного видео ролика.</p> <p>3.2. Съёмочный процесс в создании рекламного видео.</p> <p>4.1. Анализ работы основных программ компьютерной обработки видеопродукции и их применение.</p> <p>2. Подготовить и написать реферат по теме: Технический прогресс в кино. Жанры кинематографа. Иллюзия третьего измерения. Перспектива. Величина объекта. Его изображение. Компонировка кадра. Кадрирование.</p> <p>3. Подготовить доклад по теме: Композиция сценария. Анализ видеоряда. Обтюратор и грейферный механизм. Характеристики видеосигнала. Основы современных</p>	

№ п/п	№ МДК, раздела	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения	Кол-во часов
		съемочных приемов. Угол зрения объектива и расположение камеры. 4. Оформить мультимедийную презентацию по теме: 2D и 3D графика в фильмах и видео-рекламе. История анимационного кино. История русской мультипликации. Союзмультфильм.	
ВСЕГО			181

5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

5.1. Образовательные технологии

В соответствии с требованиями ФГОС СПО в учебном процессе предусматривается использование различных образовательных технологий. Приоритетными технологиями являются: проблемно-деятельностного обучения; проблемно - развивающего обучения; критического мышления.

Реализация компетентностного подхода предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных методов проведения занятий: мастер-классов, проектов, имитационного обучения, интегрированного обучения; метода кейсов, метода работы в микрогруппах, метода «Ковёр идей»; портфолио с целью формирования требуемых компетенций обучающихся.

5.2. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы профессионального модуля предполагает наличие

– *учебных кабинетов:*

1. Проектирования и производства рекламной продукции
2. Информатики и ИКТ

– *лабораторий:*

1. Компьютерной графики и видеомонтажа;
2. Фотолаборатории

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета Проектирования и производства рекламной продукции:

Технические средства обучения:

- компьютер с программным обеспечением общего и профессионального назначения и модемом (спутниковой системой);
- проектор и демонстрационный экран (или интерактивная доска);
- принтер формата А3;
- ноутбуки (из расчета на одну учебную подгруппу);
- светокопировальный стол;
- комплект чертёжных инструментов и лекал (из расчета на одну учебную подгруппу);
- комплект учебно-методической документации;
- комплект специальных современных журналов по направлению компьютерной графики и шрифтографики;

– наглядные пособия (электронные презентации с примерами по содержанию тем программы ПМ; образцы выполнения графических работ; образцы дизайн-проектов рекламных объектов).

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест *кабинета Информатики и ИКТ:*

Технические средства обучения:

- компьютер с программным обеспечением общего и профессионального назначения и модемом (спутниковой системой);
- проектор и демонстрационный экран (или интерактивная доска);
- комплект инструментов и приспособлений для выполнения макетов рекламных объектов;
- комплект учебно-методической документации;
- комплект специальных журналов по направлению проектно-рекламной деятельности;
- наглядные пособия (электронные презентации с примерами по содержанию тем программы ПМ; образцы выполнения макетов).

Оборудование лабораторий и рабочих мест лабораторий:

- Дизайна рекламной продукции: электронные образовательные ресурсы, комплект плакатов, комплект учебно-методической документации.
- Ламинатор DSB So Good 230 Super , Duplo Auto Bookie Pro брошюровщик
- Электронная доска Panasonic UB-T780, Winon SH-7080 (трафаретный станок)
- Фотолаборатории: методические пособия по видеосъемке, проектор
- Оборудование лаборатории видеомонтажа и рабочих мест мастерской: электронные образовательные ресурсы.

Реализация программы модуля предполагает обязательную учебную / производственную практику (по профилю специальности) / производственную практику (преддипломную).

Учебная практика организуется на базе учебного корпуса в лаборатории «Компьютерной графики и видеомонтажа» и «Фотолаборатории». Оборудование и технологическое оснащение рабочих мест перечислено выше.

Производственная практика организуется на базе профильных предприятий на рабочем месте специалиста по рекламе: дизайнера рекламы, специалиста компьютерной графики, специалиста рекламно-информационной продукции, рекламного фотографа, видеографа. Оборудование и технологическое оснащение рабочего места соответствует нормативно-определяемым трудовым функциям специалиста по рекламе, перечисленным в Должностной инструкции.

6. ВЗАИМОСВЯЗЬ ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ

6.1. Взаимосвязь компетенций с учебным материалом и вопросами итогового контроля знаний студентов

Таблица 8 – Взаимосвязь компетенций с учебным материалом и вопросами итогового контроля знаний студентов

Подготавливаемые компетенции	Занятия	ПЗ	ЛПЗ
ПК 2.1 МДК 02.01 Выполнение рекламных проектов в материале МДК 02.02 Проектная компьютерная графика и мультимедиа	Тема 1.1-1.5	1-18	-
ПК 2.2 МДК 02.02 Проектная компьютерная графика и мультимедиа МДК 02.03 Техника и технологии рекламной фотографии	Тема 1.1-1.5	19-22	-

Подготавливаемые компетенции	Занятия	ПЗ	ЛПЗ
МДК 02.04 Техника и технологии рекламного видео			
ПК 2.3 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	Тема 2.1-2.3	23-36 37-46	-

7. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБУЧЕНИЯ

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

7.1. Основные источники

1. Adobe photoshop cs3. ретушь, спецэффекты, коллажи / Н. Н. Литвинов. - М.: Триумф, 2016. - 224с.
2. Arcon дизайн интерьеров и архитектурное моделирование для всех / М. Кидрук. - СПб: ПИТЕР, 2015. - 288с
3. Блюм М.А., Герасимов Б.И., Молоткова Н.В. Маркетинг рекламы: Учебное пособие / М.А. Блюм. Герасимов Б.И. Молоткова Н.В.- Васильев Г.А., Профессиональное образование. Гриф. – М., 2015
4. Мазилкина Е.И., Паничкина Г.Г., Ольхова Л.А. Основы рекламы: учебное пособие.- М.: Издательство «Альфа – М», 2016
5. Основы графического дизайна на компьютере в Photoshop CS3: Учебное пособие. Автор: Аббасов И.Б.Издательство: ДМК Пресс, 2016 г. //ЭБС knigafund .-URL: (<http://www.knigafund.ru/books/106136>) Основы дизайна. Конспект лекцийАвтор: Старикова Ю.С.
6. Основы компьютерной графики и дизайна: Учебное пособие. Автор: Лепская Н.А.Издательство: Когито-Центр, 2014 г. //ЭБС knigafund .-URL: (<http://www.knigafund.ru/books/48556>)
7. Разработка рекламного продукта: Учебное пособие (гриф) / Романов Андрей Александрович, Васильев Геннадий Анатольевич, Поляков Владимир Александрович. – М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2014. - 256с
8. Хапенков В.Н. Организация рекламной деятельности: учебное пособие / В. Н. Хапенков, О. В. Сагинова, Д. В. Федюнин. - 4-е изд., стер. – М.: Академия, 2015.
9. Хапенков В.Н., Сагинова О.В., Федюнин Д.В. Организация рекламной деятельности: учеб.пособие для нач. проф.образования – 6-е изд. Испр. – М.: Издательский центр «Академия», 2016

7.2. Дополнительные источники

1. Антипов К. Основы рекламы: учебник.- М.: Дашков и К, 2014
2. Васильев Г.А. Основы рекламы: учебное пособие.- М.: ИНФРА-М, 2014
3. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования: учебное пособие Автор: Овчинникова Р.Ю.Издательство: ЮНИТИ-ДАНА, 2014.
4. Крылов А. П. Фотомонтаж. Пособие для фотохудожников: Учебное пособие / А.П. Крылов. - М.: КУРС: НИЦ Инфра-М, 2013. - 80 с.: ил.
1. Павлов, И.В. Техника и технология рекламного видео: учебник для студентов среднего профессионального образования / И.В. Павлов. – М.: Издательский центр «Академия», - 2014. - 288 с.

5. Поляков В.А., Романов А.А. Технологии производства рекламной продукции: Учеб. Пособие.- М. Вузовский учебник, 2016
2. Поляков В.А., Романов А.А. Технологии производства рекламной продукции: Учеб. Пособие.- М. Вузовский учебник, 2016
6. Разработка рекламного продукта : Учебное пособие (гриф) / Романов Андрей Александрович, Васильев Геннадий Анатольевич, Поляков Владимир Александрович. - М. : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2015. – 256 с.
7. Сулягин Ю.А., Петров В.В. – Реклама.- Учебник. СПб. Изд-во Михайлова В.А. 2016

7.3. Интернет-ресурсы и Электронно-библиотечные системы

1. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ (ред. от 18.07.2011) «О рекламе» [Электронный ресурс] URL <http://www.consultant.ru/online/base/?req=doc;base=LAW;n=116655>
2. http://marketassist.ucoz.com/dir/internet_resursy_o_reklame/5 Интернет-ресурсы о рекламе. Библиографический справочник
3. www.sostav.ru – Портал о рекламе и маркетинге. Маркетинг-журнал 4p.ru – Электронный журнал о маркетинге и рекламе
4. Re-port.ru – Отраслевой портал о маркетинге, рекламе и PR
5. «Реклама и продвижение» – Рекламный портал, содержащий новости, статьи, книги и многое другое, относящееся к рекламе
6. <http://www.advesti.ru/news/sled/222005rinok/>
7. Иванов М., Фербер М. Реклама в консалтинге. // www.consultmarketing.ru
8. Правила эффективной рекламы в газетах и журналах. // <http://www.mogilev.biz>
9. www.marketing.spb.ru
10. www.marketologi
11. <https://timeweb.com/ru/community/articles/luchshie-prilozheniya-dlya-prodazhi-fotografii>
12. <https://photosight.ru/photos/category/19/>

8. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И ЗАЯВЛЕННЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий и лабораторных работ, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, исследований.

Таблица 9 – Взаимосвязь профессиональных компетенций с критериями результата подготовки и формами и методами контроля знаний обучающихся

Результаты формирования профессиональной компетенции	Коды формируемых профессиональных компетенций	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
1	2	3
уметь: – осуществлять фотосъемку для производства рекламного продукта; – осуществлять видеосъемку для производства рекламного продукта; – использовать компьютерные технологии при создании печатного рекламного продукта;	ПК 2.1. Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы	Текущий контроль в форме: – защиты результатов лабораторных и практических занятий; – оценки качества выполнения самостоятельных работ. Рубежный контроль в форме:

<ul style="list-style-type: none"> – 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 	<p>ПК 2.2. Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии</p> <p>ПК 2.3. Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале</p>	<ul style="list-style-type: none"> – оценки качества комплектования и оформления рабочего портфолио по всем разделам ПМ 02 «Производство рекламной продукции» – Выполнение и защита курсовой работы по МДК. 02.01 «Выполнение рекламных проектов в материале»
<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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. 	<p>ПК 2.1. Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы</p> <p>ПК 2.2. Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии</p> <p>ПК 2.3. Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале</p>	<p><u>Текущий контроль в форме:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> – <u>защиты результатов лабораторных и практических занятий;</u> – <u>оценки качества выполнения самостоятельных работ.</u> <p><u>Рубежный контроль в форме:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> – <u>оценки качества комплектования и оформления рабочего портфолио по МДК. 01.02 «Разработка творческой концепции рекламного продукта»</u> <p><u>Промежуточная аттестация:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> – <u>Зачеты по производственной практике и по каждому из разделов профессионального модуля.</u> – <u>ДЗ по МДК. 01.02 «Разработка творческой концепции рекламного продукта»</u> <p><u>Итоговая аттестация:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> – <u>Экзамен (квалификационный) по ПМ 01</u> <p><u>Защита ВКР,</u> предполагающая оценку соответствия концептуальных признаков подготовленного продукта/осуществлённого процесса требованиям работодателя, предъявляемым к качеству проектной идеи рекламного объекта</p>

