Частное профессиональное образовательное учреждение
Вологодский кооперативный колледж

Рабочая программа
учебной практики

ПМ.02. Производство рекламной продукции

42.02.01. Реклама

Форма обучения: *очная*

Вологда, 2021

Рассмотрена на заседании
цикловой комиссии организации и технологии ведения бизнеса
Протокол № 1 от «08» сентября 2021 г.
Председатель цикловой комиссии
_____ В.А. Груничева

Утверждаю:
Зам. директора по учебной работе
_____ А.А. Дроздова

Согласовано:
Зам. директора по производственному обучению
_____ В.А. Груничева

Организация-разработчик: ЧПОУ Вологодский кооперативный колледж.

Разработчик: Дроздова А.А., преподаватель ЧПОУ Вологодский кооперативный колледж.

Рабочая программа учебной практики разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (ФГОС СПО) по специальности 42.02.01. Реклама и рабочей программы профессионального модуля ПМ.02. Производство рекламной продукции.

Согласовано:

ООО «Корифей коммуникации»
наименование организации

ген. директор _____ Е.А. Агафонова
должность *подпись* *ФИО*

МП

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ 4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ 5
3. ОБЩИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ 6
4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ 7
5. ОФОРМЛЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ 15
6. ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ 15
7. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ 18

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

1.1. Область применения рабочей программы учебной практики в структуре ППССЗ.

Рабочая программа учебной практики является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01. Реклама в части освоения основных видов профессиональной деятельности (ВПД): Производство рекламной продукции:

1.2. Цели и задачи учебной практики.

Целью учебной практики является:

- закрепление и углубление знаний, умений и навыков, полученных студентами в процессе обучения;
- овладение системой профессиональных умений и навыков и первоначальным опытом профессиональной деятельности по изучаемой специальности в соответствии с квалификационными требованиями, а также с учетом взаимосвязи теоретического и практического обучения, современного состояния и перспектив развития технологий производства рекламного продукта.

Задачами учебной практики являются:

- знакомство с особенностями избранной специальности;
- формирование общего представления об актуальных вопросах рекламной деятельности;
- формирование устойчивого интереса к творческой деятельности;
- изучение коммуникационных процессов в межличностной и социальной сферах;
- формирование у обучающихся профессиональных компетенций.

В результате прохождения учебной практики обучающийся 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 продукта;
- производства рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков;

1.3. Количество часов на освоение программы учебной (по профилю специальности) практики.

Максимальная учебная нагрузка обучающегося – 4 недели (20 дней) – 144 часов.

3. ОБЩИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Учебная практика направлена на углубление обучающимся первоначального профессионального опыта, развитие общих и профессиональных компетенций, проверку его готовности к самостоятельной трудовой деятельности в организациях различных организационно-правовых форм (далее - организация).

Учебная практика проводится по завершению освоения программы профессионального модуля ПМ.02 Производство рекламной продукции в соответствии с графиком учебного процесса.

Для проведения учебной практики имеются специализированные учебные классы: студия фото- и светотехники, видео- и фотостудии, фотолаборатории, студия инженерной и компьютерной графики, студия печати и полиграфии.

При проведении учебной практики предусматривается реализация компетентностного подхода, использование активных форм проведения занятий с применением электронных образовательных ресурсов, разработка индивидуальных и групповых проектов.

Продолжительность рабочего дня при прохождении практики составляет не более 36 часов в неделю.

К практике допускаются обучающиеся, не имеющие академической и финансовой задолженности.

Перед началом практики обучающийся на инструктаже обязан получить программу учебной практики – выдается в печатном и/или электронном виде.

Общее руководство практикой от колледжа возлагается на заместителя директора по производственному обучению, непосредственное – на преподавателей профессиональных модулей.

Функции руководителя практики от колледжа:

- оказание методической помощи обучающимся в отработке программы практики и в написании отчета;
- контроль за соблюдением обучающимися правил внутреннего трудового распорядка, действующего по месту прохождения практики.

Обучающийся в период прохождения практики обязан:

- выполнять все виды работ, предусмотренные программой практики;
- своевременно выполнять указания руководителя практики;

- соблюдать и выполнять все требования и правила, действующие в организации, являющейся местом прохождения практики (в том числе правила внутреннего трудового распорядка, пожарной безопасности и охраны труда).

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

4.1. Структура учебной практики

Номер п.п.	Содержание разделов практики	Кол-во часов
1. Выполнение рекламных проектов в материале		
1.	Разработка шрифтового плаката	2
2.	Разработка дизайна визитки, выбор инструментов, оборудования, основных изобразительных средств и материалов	2
3.	Разработка дизайна рекламного выставочного стенда, выбор инструментов, оборудования, основных изобразительных средств и материалов	4
4.	Разработка набора рекламных сувенирных изделий, выбор инструментов, оборудования, основных изобразительных средств и материалов	8
5.	Разработка и создание рекламного персонажа	6
6.	Создание интерактивной анимации, выбор инструментов, оборудования, основных изобразительных средств и материалов	14
2. Проектная компьютерная графика и мультимедиа		
1.	Разработка печатной продукции: рекламный буклет	4
2.	Разработка дизайна страниц сайта (стартовая страница, основные страницы сайта с различным содержанием)	8
3.	Разработка проекта фирменного блокнота	4
4.	Разработка и создание мультимедийной презентации	6
5.	Разработка и создание рекламного ролика из видеофрагментов	14
3. Техника и технологии рекламной фотографии		
1.	Практическое ознакомление со структурой современной фотографии и фотоискусства	4
2.	Работа над темой «История русской и советской фотографии»	4
3.	Документальность и художественность фотоизображения	2
4.	Понятие «композиция» фотоснимка и работа над композиционным решением кадра	2
5.	Выбор расстояния от объекта, на котором устанавливается фотоаппарат	2
6.	Высота точки съемки и понятие «ракурс»	2
7.	Линейная перспектива фотоизображения	2
8.	Линейная перспектива фотоизображения	2
9.	Определение границ кадра	2
10.	Смысловой и изобразительный центр кадра	2

11.	Принцип равновесия при заполнении картинной плоскости	2
12.	Ритмический рисунок кадра	2
13.	Объект и фон в кадре, их взаимосвязь и взаимоотношение	2
14.	Световое решение снимка	2
15.	Тональное решение снимка	2
16.	Итоговое	2
4. Техника и технологии рекламного видео		
1.	Теоретическое ознакомление с концепцией разработки рекламного видео на телевидении.	8
2.	Применение концепции по разработке рекламного видео на телевидении	14
3.	Создание рекламного видео	14
	Итого:	144

4.2. Содержание учебной практики

Содержание учебной практики «Выполнение рекламных проектов в материале»

№	Содержание		Объем времени, отводимый на практику, часы	ПК
	Вид работ	Задание		
1.	Разработка шрифтового плаката	Ознакомиться с основными инструментами и технологиями при производстве рекламного продукта Принять участие в производстве рекламного продукта	2	ПК 2.1.-2.3.
2.	Разработка дизайна визитки, выбор инструментов, оборудования, основных изобразительных средств и материалов	Ознакомиться с оборудованием, используемым при производстве рекламного продукта. Ознакомиться с основными инструментами и технологиями при производстве рекламного продукта Принять участие в производстве рекламного продукта. Дать характеристику материалов, используемых при производстве рекламного продукта	2	ПК 2.1.-2.3
3.	Разработка дизайна рекламного выставочного стенда, выбор инструментов, оборудования, основных изобразительных средств и	Ознакомиться с оборудованием, используемым при производстве рекламного продукта. Ознакомиться с основными инструментами и технологиями при производстве рекламного продукта Принять участие в производстве рекламного продукта. Дать характеристику материалов, используемых при производстве рекламного продукта	4	ПК 2.1.-2.3

	материалов			
4.	Разработка набора рекламных сувенирных изделий, выбор инструментов, оборудования, основных изобразительных средств и материалов	Ознакомиться с оборудованием, используемым при производстве рекламного продукта. Ознакомиться с основными инструментами и технологиями при производстве рекламного продукта Принять участие в производстве рекламного продукта. Дать характеристику материалов, используемых при производстве рекламного продукта	8	ПК 2.1.-2.3
5.	Разработка и создание рекламного персонажа	Ознакомиться с основными инструментами и технологиями при производстве рекламного продукта Принять участие в производстве рекламного продукта	6	ПК 2.1.-2.3
6.	Создание интерактивной анимации, выбор инструментов, оборудования, основных изобразительных средств и материалов	Ознакомиться с оборудованием, используемым при производстве рекламного продукта. Ознакомиться с основными инструментами и технологиями при производстве рекламного продукта Принять участие в производстве рекламного продукта. Дать характеристику материалов, используемых при производстве рекламного продукта	14	ПК 2.1.-2.3

Содержание учебной практики «Проектная компьютерная графика и мультимедиа»

№	Содержание		Объем времени, отводимый на практику, часы	ПК
	Вид работ	Задание		
1.	Разработка печатной продукции: рекламный буклет	Дать характеристику программного обеспечения, используемого при производстве рекламного продукта. Принять участие в верстке рекламного продукта	4	ПК 2.1.-2.3.
2.	Разработка дизайна страниц сайта (стартовая страница, основные страницы сайта с различным содержанием)	Дать характеристику программного обеспечения, используемого при производстве рекламного продукта. Принять участие в верстке рекламного продукта	8	ПК 2.1.-2.3
3.	Разработка проекта фирменного блокнота	Дать характеристику программного обеспечения, используемого при производстве рекламного продукта. Принять участие в макетировании рекламного продукта. Принять участие в разработке	4	ПК 2.1.-2.3

		рекламного продукта		
4.	Разработка и создание мультимедийной презентации	Дать характеристику программного обеспечения, используемого при производстве рекламного продукта. Принять участие в макетировании рекламного продукта. Принять участие в разработке рекламного продукта	**6**	ПК 2.1.-2.3
5.	Разработка и создание рекламного ролика из видеофрагментов	Дать характеристику программного обеспечения, используемого при производстве рекламного продукта. Принять участие в разработке рекламного продукта	**14**	ПК 2.1.-2.3

Содержание учебной практики «Техника и технологии рекламной фотографии»

№	Содержание		Объем времени, отводимый на практику, часы	ПК
	Вид работ	**Задание**		
1.	Практическое ознакомление со структурой современной фотографии и фотоискусства	Сделать подборку фотоснимков, проиллюстрировав ими виды и разделы современной фотографии и жанры фотоискусства.	**4**	ПК 2.1.-2.3.
2.	Работа над темой «История русской и советской фотографии»	Изучить творчество одного из классиков русской или советской фотографии (по выбору) или на работах мастера зарубежной фотографии и написать небольшой реферат (две-три страницы машинописного текста).	**4**	ПК 2.1.-2.3
3.	Документальность и художественность фотоизображения	Сделать подборку снимков сугубо информационных и снимков репортажных, которые можно отнести к разделу художественной фотографии. Сопоставить фотоизображения первого и второго типа.	**2**	ПК 2.1.-2.3.
4.	Понятие «композиция» фотоснимка и работа над композиционным решением кадра	Сделать подборку снимков, отыскать среди них работы, интересные с точки зрения изобразительных решений. Проанализировать эти изобразительные решения (линейная структура, световые и тональные построения). Попробовать улучшить некоторые из этих снимков, предложив иное их кадрирование.	**2**	ПК 2.1.-2.3.
5.	Выбор расстояния от объекта, на	Провести съемку объекта с разных расстояний одним и тем же	**2**	ПК 2.1.-

	котором устанавливается фотоаппарат	объективом, получив законченные по композиции общий, средний и крупный планы. Снять также характерную деталь объекта, его фрагмент (сверхкрупный план).		2.3.
6.	Высота точки съемки и понятие «ракурс»	Провести съемку избранного объекта со следующих точек: - с точки, нормальной по высоте; - с нижней отдаленной точки; - с нижней и одновременно достаточно близкой точки; - с отдаленной верхней точки; - с приближенной верхней точки.	**2**	ПК 2.1.-2.3.
7.	Линейная перспектива фотоизображения	Снять выбранный объект (городской пейзаж): - с различных расстояний от переднего плана; - под различными углами, начиная с фронтальной композиции и кончая композицией диагональной; - с различной высоты; - с одной точки объективами различных фокусных расстояний; - объективами различных фокусных расстояний, меняя точку установки фотоаппарата и сохраняя в кадре масштаб переднего плана.	**2**	ПК 2.1.-2.3.
8.	Линейная перспектива фотоизображения	Снять выбранный объект (архитектурное сооружение): - с различных расстояний от переднего плана; - под различными углами, начиная с фронтальной композиции и кончая композицией диагональной; - с различной высоты; - с одной точки объективами различных фокусных расстояний; - объективами различных фокусных расстояний, меняя точку установки фотоаппарата и сохраняя в кадре масштаб переднего плана.	**2**	ПК 2.1.-2.3.
9.	Определение границ кадра	Снять серию репортажных кадров, последовательно рассказывающих о происходящем событии. Поставить себе цель сделать выбор границ кадра непосредственно на съемке с тем, чтобы при проекционной печати не требовалось никаких поправок и уточнений кадрирования снимков.	**2**	ПК 2.1.-2.3.
10.	Смысловой и изобразительный центр кадра	Сделать ряд репортажных снимков на одном из спортивных соревнований. При съемке в каждом	**2**	ПК 2.1.-2.3.

		кадре остановить внимание зрителя на смысловом центре сюжета.		
11.	Принцип равновесия при заполнении картинной плоскости	Провести съемку в различных жанрах фотографии. Добиться гармоничного заполнения картинной плоскости снимка, использовав принципы уравновешенных композиций.	**2**	ПК 2.1.-2.3.
12.	Ритмический рисунок кадра	В материалах фототеки или среди снимков, опубликованных в газетах и журналах, найти кадры, изобразительное решение которых основывается на ритмических повторах. Проанализировать эти снимки с точки зрения авторских удач и просчетов. Выделить технические и изобразительные приемы, которые позволили добиться стройного ритмического рисунка кадра.	**2**	ПК 2.1.-2.3.
13.	Объект и фон в кадре, их взаимосвязь и взаимоотношение	Сделать серию снимков различных жанров, каждый раз ставя перед собой задачу нахождения правильного соотношения главного объекта изображения и фона, на который он проецируется.	**2**	ПК 2.1.-2.3.
14.	Световое решение снимка	Провести фотосъемку на натуре, отыскав среди возможных вариантов естественного освещения выразительные эффекты, а именно: снять городской или сельский пейзаж с ясно выраженным светотеневым рисунком изображения.	**2**	ПК 2.1.-2.3.
15.	Тональное решение снимка	Получить законченные тональные решения снимков, использовав для этого следующие возможности: - При пейзажной съемке используйте желтый, оранжевый и красный светофильтры. Проанализируйте по итогам съемки преобразование тонов изображения во всех случаях съемки со светофильтрами. - Используйте при натурной пейзажной съемке сетки, диффузионы и другие смягчающие рисунок изображения насадки на объектив. Проанализируйте полученные результаты с точки зрения влияния на тональный рисунок кадра размытости границ отдельных элементов изображения. - Выберите для съемки объект с	**2**	ПК 2.1.-2.3.

		высоким интервалом яркостей (например, городской пейзаж при ночном освещении). Снимите несколько кадров при различном экспозиционном режиме: при экспозиции по светам, по теням и по интергальному замеру яркости. Проанализируйте полученные результаты с точки зрения полученных тональных рисунков.		
16.	Итоговое	По выбору учащегося итоговое контрольное задание выполняется в одном из следующих видов многокадровых разработок, которыми могут быть: - Многокадровый репортаж с места события, очевидцем которого был фоторепортер (8 - 10 снимков). Монтаж кадров здесь часто ведется в последовательности, которая обусловлена хронологией развивающегося события. - Блок снимков, смонтированный на общем паспарту. Одна из форм монтажа здесь - центральный, часто увеличенный по формату снимок, как заявка на тему или ее главное звено: окружение этого смыслового и изобразительного центра кадрами, разрабатывающими главное тематическое направление. Но могут быть использованы и любые другие монтажные построения. - Фотоочерк — исследование поставленной проблемы, «пограничная форма между научным исследованием и поэтическим рассказом» (определение, данное очерку М. Горьким), В фотоочерк могут войти снимки различных жанров (репортажные кадры, портрет, пейзаж и др.). Он теряет также классическое единство места и времени действия, присущее многокадровому репортажу.	**2**	ПК 2.1.-2.3.

Содержание учебной практики «Техника и технологии рекламного видео»

№	Содержание		Объем времени, отводимый на практику,	ПК
	Вид работ	Задание		

			часы	
1.	Теоретическое ознакомление с концепцией разработки рекламного видео на телевидении	Ознакомиться с концепцией разработки рекламного видео на телевидении. Раскрыть такие понятия как: 1. «Бриф» и выделить особенности его заполнения 2. «Техническое задание» и выделить особенности его составления 3. «Сюжет» и выделить особенности его написания 4. «Литературный сценарий» 5. «Режиссерский сценарий» «Раскадровка»	**8**	ПК 2.1.-2.3.
2.	Применение концепции по разработке рекламного видео на телевидении	Применить изученный материал при разработке концепции рекламного видео.	**14**	ПК 2.1.-2.3
3.	Создание рекламного видео	Создать рекламное видео на основе разработанной концепции.	**14**	ПК 2.1.-2.3

5. ОФОРМЛЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Результатом учебной практики является разработанные рекламные продукты: печатная рекламная продукция, многокадровая разработка, видеоролик. На защите студенты представляют мультимедийную презентацию, раскрывающую все этапы разработки рекламного продукта и конечный результат по производству рекламных продуктов. Лучшие проекты могут быть использованы преподавателями в учебных целях.

Информация об отработанной тематике, посещаемости и ежедневная оценка по практике проставляется в журнале учебных занятий.

6. ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Завершающим этапом учебной практики является дифференцированный зачет в форме защиты разработанных рекламных продуктов с выставлением оценки.

Защита работ обучающегося оценивается по пятибалльной системе.

Критерии оценки защиты работ:

Критерии	Обоснование критериев	Баллы
Содержание		
Понимание предметной области рекламных продуктов	• Работа демонстрирует точное понимание • Включаются как материалы имеющие непосредственное отношение к теме, так и материалы не имеющие отношения к ней • Включены материалы, не имеющие непосредственного отношения к теме	10 5 0
Полнота раскрытия темы	• Полно • Частично • Не раскрыта	10 5 0
Изложение аспектов темы	• Изложены полно • Частично • Не изложены	10 5 0
Изложение стратегии разработки рекламных продуктов	• Изложена стратегия разработки рекламных продуктов • Процесс разработки неполный • Процесс разработки неточный или неправильный	10 5 0
Логика изложения информации	• Логичное изложение материала • Нарушение логики • Отсутствие логики	10 5 0
Оригинальность решения		
Авторская оригинальность	• Уникальная работа. Содержится большое количество оригинальных, изобретательных примеров • В работе присутствуют авторские находки • Стандартная работе, не содержит авторской индивидуальности	10 6 0
Степень	• Полная самостоятельность при выполнение работы	10

самостоятельности работы	• Частичная самостоятельность работы • Несамостоятельная работа	6 0
Оформление работы		
Грамматика, подходящий словарь, отсутствие ошибок правописания и опечаток	• Грамотная работа с точки зрения грамматики, стилистики, орфографии • Негрубые ошибки с точки зрения грамматики, стилистики, орфографии • Грубые ошибки с точки зрения грамматики, стилистики, орфографии	5 3 0
Стиль	• Соблюден единый стиль • Наблюдаются некоторые нарушения соблюдения стиля • Не соблюден стиль	5 3 0
Использование цвета	• Грамотно подобранная цветовая гамма • Наличие несоответствия в цветовой гамме • Нарушение гармонии цветовой палитры	5 3 0
Защита работы		
Качество доклада	• Аргументированность основных позиций, композиция доклада логична, полнота представления в докладе результатов работы • Нарушение логики выступления, неполное представление результатов работы, не полная система аргументации • Не заявлены аргументы по основным позициям, полное нарушение логики, не представлены результаты исследования	10 5 0
Объем и глубина знаний по теме	• Докладчики демонстрируют эрудицию, отражают межпредметные связи • Докладчики грамотно излагают материал, но не показывают достаточно глубоких знаний • Докладчики обнаруживают полное невладение материалом	10 5 0
Культура речи, манера держаться перед аудиторией	• Докладчики уверенно держаться перед аудиторией, грамотно владеют речью, соблюдают регламент, удерживают внимание аудитории • Докладчики допускают негрубые речевые ошибки при выступлении, незначительно нарушают регламент, частично удерживают внимание аудитории • Докладчики теряются перед аудиторией, обнаруживают бедность речи, нарушают регламент, не могут удержать внимание аудитории	10 5 0
Ответы на вопросы	• Докладчики убедительно и полно отвечают на вопросы, дружелюбно держаться, стремятся использовать ответы для успешного раскрытия темы • Докладчик не на все вопросы может найти убедительные ответы • Докладчик не может ответить на вопросы или при ответах ведет себя агрессивно, некорректно	10 5 0

Деловые и волевые качества докладчика	• Докладчик стремится к достижению высоких результатов, готов к дискуссии, доброжелателен, контактен • Докладчик готов к дискуссии, не всегда проявляет доброжелательность • Докладчик готов к дискуссии, агрессивен, уходит от контактов	10 5 0

Шкала оценивания:

Шкала в процентах	Шкала в баллах	Оценка	Вербальный аналог
100-86	135-116	5	Отлично
85-71	115-96	4	Хорошо
70-60	95-81	3	Удовлетворительно
менее 60	менее 81	2	Неудовлетворительно

Критерии оценивания дифференцированного зачета по учебной практике

Оценка 2 «Неудовлетворительно» ставится, если при выполнении заданий студент набрал менее 81 баллов.

Оценка 3 «Удовлетворительно» ставится, если при выполнении заданий студент набрал от 81 до 95 баллов.

Оценка 4 «Хорошо» ставится, если при выполнении заданий студент набрал от 96 до 115 баллов.

Оценка 5 «Отлично» ставится, если при выполнении заданий студент набрал от 116 до 135 баллов.

7. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы.

Основные источники

1. Боресков, А. В. Компьютерная графика : учебник и практикум для СПО / А. В. Боресков, Е. В. Шикин. — Москва : Юрайт, 2020. — 219 с. — (Профессиональное образование). — Текст : непосредственный.

2. Боресков, А. В. Компьютерная графика : учебник и практикум для СПО / А. В. Боресков, Е. В. Шикин. — Москва : Юрайт, 2021. — 219 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11630-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/476345

3. Пименов, В. И. Видеомонтаж. Практикум : учебное пособие для СПО / В. И. Пименов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Юрайт, 2021. — 159 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11405-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/476245

4. Селезнева, Л. В. Написание рекламных текстов : учебное пособие для СПО / Л. В. Селезнева. — Москва : Юрайт, 2021. — 159 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13318-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/477078

5. Селезнева, Л. В. Написание рекламных текстов : учебное пособие для СПО / Л. В. Селезнева. — Москва : Юрайт, 2020. — 159 с. — (Профессиональное образование). — Текст : непосредственный.

6. Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для СПО / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Юрайт, 2021. — 552 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15083-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/487158

7. Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для СПО / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Юрайт, 2020. — 552 с. — (Профессиональное образование). — Текст : непосредственный.

8. Трищенко, Д. А. Техника и технологии рекламного видео : учебник и практикум для СПО / Д. А. Трищенко. — Москва : Юрайт, 2020. — 177 с. — (Профессиональное образование). — Текст : непосредственный.

9. Трищенко, Д. А. Техника и технологии рекламного видео : учебник и практикум для СПО / Д. А. Трищенко. — Москва : Юрайт, 2021. — 177 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12575-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/476302