Частное профессиональное образовательное учреждение
Вологодский кооперативный колледж

Рабочая программа профессионального модуля

ПМ.02. Производство рекламной продукции

42.02.01. Реклама
Форма обучения: очная

Вологда - 2020

Рассмотрена на заседании цикловой комиссии
организация и технология ведения бизнеса
Протокол № *1* от *02.09.2020г.*
Председатель цикловой комиссии
_____ В.А. Груничева

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

Согласовано:
зам.директора по методической работе
_____А.А. Русина

Организация-разработчик: ЧПОУ Вологодский кооперативный колледж

Разработчики: Груничева В.А., преподаватель ЧПОУ Вологодский кооперативный колледж, Дроздова А.А., преподаватель ЧПОУ Вологодский кооперативный колледж, Попова Н.А., преподаватель ЧПОУ Вологодский кооперативный колледж

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (ФГОС СПО) по специальности 42.02.01 Реклама

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС и потребностями рынка труда. Рекомендуется для использования в учебном процессе.

Ген.дир ООО "Юр.Колледж" _____ Алферьевская
место работы, должность *подпись* *ФИО*

МП

СОДЕРЖАНИЕ

1 ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ 5
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ 6
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ..22
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ) 24
6. ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ..26

1 ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.02 Производство рекламной продукции

1.1 Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля – является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности **42.02.01 Реклама** в части освоения основного 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.

Рабочая программа профессионального модуля может быть использована в дополнительном профессиональном образования (в программах повышения квалификации и переподготовки работников в области дизайна и создания рекламной продукции).

1.2 Цели и задачи модуля – требования к результатам освоения модуля

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 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 средств фотосъемки в рекламе;
- технику, технологии и технические средств 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 Рекомендуемое количество часов на освоение программы профессионального модуля

Всего **1194** часов, в том числе:
максимальной учебной нагрузки обучающегося – **690** час, включая:
обязательной аудиторной нагрузки обучающегося – **460** часа;
самостоятельной работы обучающегося – **230** часов;
учебной практики – **144** часа,
производственной практики (практики по профилю специальности) – **360** часов.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

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 в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями
ОК 7	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий
ОК 8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации
ОК 9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности
ОК 10	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности
ОК 11	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1 Тематический план профессионального модуля

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов
			Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов		
	Раздел 1. Выполнение рекламных проектов в материале								
ПК 2.3	МДК.02.01. Выполнение рекламных проектов в материале	**186**	**100**	30		**50**		**36**	-
	Раздел 2. Производство рекламной продукции								
ПК 2.1, 2.2, 2.3	МДК.02.02. Проектная компьютерная графика и мультимедиа	**186**	**100**	80		**50**		**36**	-
ПК 2.1, 2.2, 2.3	МДК.02.03. Техника и технологии рекламной фотографии	**216**	**120**	40		**60**		**36**	
ПК 2.1, 2.2, 2.3	МДК.02.04. Техника и технологии рекламного видео	**246**	**140**	42		**70**		**36**	
ПК 2.1, 2.2, 2.3	**Производственная практика (по профилю специальности), часов**	**360**							**360**
	Всего:	**1194**	**460**	**192**		**230**		**144**	**360**

3.2 Содержание обучения по профессиональному модулю

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работ (проект)		Максим. кол-во часов	Обязательное кол-во часов		Сам. работа	Уровень освоения
				Теор.	ПЗ		
Раздел 1. Выполнение рекламных проектов в материале							
МДК.02.01. Выполнение рекламных проектов в материале			**150**	**70**	**30**	**50**	
Тема 1. Подходы к проектной деятельности в рекламе	**Содержание:**						
	1.	Инструменты и оборудование при исполнении рекламного продукта	3	2		1	2
	2.	Изобразительные средства рекламы	6	4		2	2
	3.	Сюжетно-важный композиционный центр при макетировании рекламы	3	2		1	
	4.	Материалы при производстве рекламного продукта	3	2		1	2
	Практические занятия:						
	1.	Определение сюжетно-важного композиционного центра при макетировании рекламы	3		2	1	3
	2.	Создание коллажа рекламного макета	3		2	1	3
	3.	Разработка рекламного проекта города Вологда	6		4	2	3
Тема 2. Шрифт как средство коммуникации	**Содержание:**						
	1.	Шрифт в рекламе. Роль и значение шрифта в графическом дизайне и в рекламе.	3	2		1	2
	2.	Выразительные возможности шрифтового изображения.	3	2		1	2
	3.	Приемы создания ассоциативного образа в шрифтовой композиции.	3	2		1	2
	Практические занятия:						
	1.	Преобразование шрифтового знака (буквы) в графический образ.	3		2	1	3
	2.	Разработка электронной версии рекламного сообщения. Электронные версии шрифтовых гарнитур.	3		2	1	3
	3.	Разработка и исполнение композиционного шрифтового плаката.	6		4	2	3
Тема 3. Бумага как основной материал при производстве рекламного продукта	**Содержание:**						
	1	Параметры и виды бумаг, используемые в полиграфии	3	2		1	2
	2	Методы нанесения рекламного обращения на бумагу и другие материалы: особенности применения	3	2		1	2
	3	Шелкография	3	2		1	2
	4	Тампопечать	3	2		1	2
	5	Лазерная гравировка	3	2		1	2

	6	Способы печати: особенности применения	3	2		1	2
	7	Высокая печать	3	2		1	2
	8	Глубокая печать	3	2		1	2
	9	Офсетная печать	3	2		1	2
	10	Трафаретная печать	3	2		1	2
	11	Флексография	3	2		1	2
	12	Цифровая печать	3	2		1	2
	13	Выбор бумаги с учетом послепечатной обработки конгревным тиснением	3	2		1	2
	14	Приемы разрезания плоскости листа и выбора соответствующей бумаги	3	2		1	2
	15	Биговка в современной полиграфии	3	2		1	2
	16	Перфорация при производстве рекламного продукта	3	2		1	2
	Практические занятия:						
	1	Выбор типа бумаги при разработке рекламного обращения	3		2	1	3
	2	Выбор способа печати и деформации материала при производстве рекламного продукта	3		2	1	3
	3	Проектирование газеты учебного заведения по специальностям	3		2	1	3
Тема 4. Выполнение рекламных проектов на ткани	**Содержание:**						
	1	Материалы и инструменты при выполнении рекламного продукта на ткани. Рабочее место	3	2		1	2
	2	Метод резервирования.	3	2		1	2
	3	Свободная роспись	3	2		1	2
	4	Трафаретная техника.	3	2		1	2
	5	Создание декоративных эффектов	3	2		1	2
	Практические занятия:						
	1	Разработка рекламного обращения на ткани	6		4	2	3
Тема 5. Мультипликация при производстве рекламного продукта	**Содержание:**						
	1	Древние способы создания рекламной анимации	3	2		1	2
	2	Способы создания рекламной анимации: особенности выбора техники	3	2		1	2
	3	Кукольная анимация	3	2		1	2
	4	Рисованная анимация	3	2		1	2
	5	Компьютерная анимация.	3	2		1	2
	6	Технология создания рекламной анимации. Основные факторы и параметры	3	2		1	2
	Практические занятия:						
	1	Создание анимационного рекламного ролика	6		4	2	3

Самостоятельная работа по разделу ПМ 02 **Примерная тематика домашних заданий:** – Разработать макет, сценарий рекламного ролика собственной группы или специальности. – Составить коллаж на ватмане на заданную тему и защитить его. – Разработать объемные эффекты на бумажной поверхности различных средств распространения рекламы для привлечения внимания потребителей.							
Учебная практика **Виды работ:** – Исполнять проекты рекламных плакатов, рекламных буклетов в материале – Исполнять проекты упаковки товарной продукции в материале – Исполнять проекты наружной рекламы в материале – Исполнять проекты логотипов, товарных знаков, эмблем предприятий			**36**				
Раздел 2. Производство рекламной продукции							
МДК.02.02. Проектная компьютерная графика и мультимедиа			**150**	**20**	**80**	**50**	
Тема 1. Мультимедиа и реклама. Основные понятия.	**Содержание:**						
	1.	Рекламные возможности использования мультимедиа. Эффективность рекламы.	3	2		1	2
	2.	Мультимедиа как средство привлечения клиентов и пользователей различных продуктов и услуг с целью повышения продаж продуктов, оказания различных видов услуг. Области применения мультимедиа.	3	2		1	2
	3.	Элементы мультимедиа как информационные объекты различного содержания: текстовая, графическая, звуковая, видео и анимация. Понятия о методах статического и динамического связывания информационных объектов мультимедиа.	3	2		1	2
Тема 2. Программно-технические средства мультимедиа	**Содержание:**						
	1.	Общие сведения о применении компьютерных и информационных технологий в рекламной деятельности. Роль современных информационных технологий в рекламе. Информация в рекламе. Понятие, виды и функции информации в рекламе.	3	2		1	2
	2.	Программное обеспечение для мультимедийной рекламы.	3	2		1	2
	3.	Техническое обеспечение для мультимедийной рекламы. Системы мультимедиа. Накопители и форматы мультимедийных данных.	3	2		1	2
Тема 3. Мультимедийные технологии	**Содержание:**						
	1.	Использование выразительных средств звука и изображения. Компьютерная обработка аудио и видео данных, анимация.	3	2		1	2

обработки и представления информации	2.	Представление аудиосигнала в цифровой форме. Представление видеосигнала в цифровой форме.	3	2		1	2
	Практические занятия:						
	1.	Цифровая обработка звуковых сигналов, системы сжатия цифровых аудиосигналов.	3		2	1	3
	2.	Запись речи, музыки и шумов, звуковой монтаж фонограммы, сведение звуковых компонентов.	3		2	1	3
	3.	Создание видеоизображения в мультимедиа-программах.	3		2	1	3
	4.	Электронный компьютерный монтаж и редактирование фонограмм.	3		2	1	3
	5.	Электронный компьютерный монтаж видеоизображений.	3		2	1	3
	6.	Использование и оформление текстовых элементов мультимедиа. Меню для навигации. Интерактивные кнопки.	3		2	1	3
	7.	Использование и оформление текстовых элементов мультимедиа. Символы и пиктограммы. Анимация текста.	3		2	1	3
	8.	Использование и оформление статистических графических элементов мультимедиа. Разработка дизайна мультимедийной рекламы.	3		2	1	3
	9.	Использование и оформление статических графических элементов мультимедиа. Создание композиции из нескольких изображений.	3		2	1	3
	10.	Использование и оформление статических графических элементов мультимедиа. Обработка рекламных фотографий.	3		2	1	3
	11.	Использование и оформление статистических графических элементов мультимедиа. Создание эффектов рекламных фотографий.	3		2	1	3
	12.	Технология создания динамических графических объектов. Движущиеся изображения. Анимация.	3		2	1	3
	13.	Технология создания динамических графических объектов. Движущиеся изображения. Запись звуковых эффектов и добавление их в анимацию.	3		2	1	3
	14.	Создание интерактивной анимации. Использование сценариев для планирования презентации. Использование специальных эффектов при создании анимации.	3		2	1	3
	15.	Создание интерактивной анимации. Использование специальных эффектов при создании анимации.	3		2	1	3
Тема 4. Создание мультимедийных рекламных	**Содержание:**						
	Практические занятия:						
	1.	Разработка и создание мультимедийной презентации предприятия, фирмы, товара, услуги. Разработка концепции, сценария.	3		2	1	3

продуктов	2.	Разработка и создание мультимедийной презентации предприятия, фирмы, товара, услуги. Разработка дизайна слайдов.	3		2	1	3
	3.	Разработка и создание мультимедийной презентации предприятия, фирмы, товара, услуги. Создание слайдов презентации с помощью презентационного процессора.	3		2	1	3
	4.	Разработка и создание мультимедийной презентации предприятия, фирмы, товара, услуги. Создание слайдов презентации с помощью презентационного процессора.	3		2	1	3
	5.	Разработка и создание мультимедийной презентации предприятия, фирмы, товара, услуги. Гиперссылки, управляющие кнопки.	3		2	1	3
	6.	Разработка и создание мультимедийной презентации предприятия, фирмы, товара, услуги. Демонстрация. Режимы просмотра. Запись на диск.	3		2	1	3
	7.	Разработка и создание рекламного ролика предприятия, фирмы, товара, услуги. Ролик из фотографий. Титры. Эффекты.	3		2	1	3
	8.	Разработка и создание рекламного ролика предприятия, фирмы, товара, услуги. Ролик из фотографий. Звуковое сопровождение.	3		2	1	3
	9.	Разработка и создание рекламного ролика предприятия, фирмы, товара, услуги. Ролик из фотографий. Просмотр. Оптимизация. Запись на диск.	3		2	1	3
	10.	Разработка и создание рекламного ролика предприятия, фирмы, товара, услуги. Ролик из видеофрагментов. Нарезка видеофрагментов.	3		2	1	3
	11.	Разработка и создание рекламного ролика предприятия, фирмы, товара, услуги. Ролик из видеофрагментов. Монтаж видеофрагментов.	3		2	1	3
	12.	Разработка и создание рекламного ролика предприятия, фирмы, товара, услуги. Ролик из видеофрагментов. Звуковое сопровождение.	3		2	1	3
	13.	Разработка и создание рекламного ролика предприятия, фирмы, товара, услуги. Ролик из видеофрагментов. Наложение эффектов.	3		2	1	3
	14.	Разработка и создание рекламного ролика предприятия, фирмы, товара, услуги. Ролик из видеофрагментов. Просмотр. Оптимизация. Запись на диск.	3		2	1	3
	15.	Разработка и создание рекламного ролика предприятия, фирмы, товара, услуги. Интерактивный ролик. Планирование презентации.	3		2	1	3
	16.	Разработка и создание рекламного ролика предприятия, фирмы, товара, услуги. Интерактивный ролик. Разработка дизайна меню, кнопок, иконок.	3		2	1	3
	17.	Разработка и создание рекламного ролика предприятия, фирмы, товара,	3		2	1	3

		услуги. Интерактивный ролик. Разработка основных кадров.					
	18.	Разработка и создание рекламного ролика предприятия, фирмы, товара, услуги. Интерактивный ролик. Создание анимации.	3		2	1	3
	19.	Разработка и создание рекламного ролика предприятия, фирмы, товара, услуги. Интерактивный ролик. Использование специальных эффектов при создании анимации.	3		2	1	3
	20.	Разработка и создание рекламного ролика предприятия, фирмы, товара, услуги. Интерактивный ролик. Просмотр. Оптимизация. Запись на диск.	3		2	1	2
	21.	Разработка печатной продукции предприятия, фирмы. Буклет. Плакат. Листовка.	3		2	1	3
	22.	Разработка печатной продукции предприятия, фирмы. Каталог.	3		2	1	3
	23.	Разработка рекламных продуктов. Разработка дизайн – проекта рекламы на кружках, значках, дисках.	3		2	1	3
	24.	Разработка рекламных продуктов. Разработка дизайн – проекта рекламы на футболках.	3		2	1	3
	25.	Разработка рекламных продуктов. Печать на дисках, кружках, магнитах, значках, футболках.	3		2	1	3
Тема 5. Правовые, этические и иные аспекты мультимедийной рекламы	**Содержание:**						
	1.	Законодательство в области мультимедиа и рекламы. Открытость информации и пиратство.	3	2		1	2
	2.	Авторское право, в том числе в Интернете. Способы защиты информации, в том числе размещаемой в Интернете.	3	2		1	2
Самостоятельная работа по разделу ПМ 02 **Примерная тематика домашних заданий:** – Выучить основные понятия и определения – Составить опорный конспект по теме – Ответить на контрольные вопросы по теме, выполнить контрольные задания по теме – Подготовиться к промежуточной аттестации и различным видам контроля знаний							
Учебная практика **Виды работ:** – Выбирать и использовать специализированные программные продукты для разработки дизайна и проекта рекламной продукции – Создавать модели объектов с учетом выбранного программного обеспечения			**36**				

МДК.02.03. Техника и технологии рекламной фотографии			**180**	**80**	**40**	**60**	
Тема 1. Фотоаппараты, сменные объективы и принадлежности для съемки	**Содержание:**						
	1.	Устройство фотоаппарата. Классификация современных фотоаппаратов, их основные технические характеристики. Фотографический объектив, его основные характеристики. Экспонометры. Осветительное оборудование. Штатив. Правила обращения с фотоаппаратом и фотопринадлежностями.	3	2		1	2
	2.	История возникновения фотографического процесса, сферы применения фотографии в современном обществе. Два процесса получения фотографического изображения: построении оптического изображения и регистрации его на светочувствительном слое. Устройство фотоаппарата. Затвор. Диафрагма. Объектив. Механизм наводки на резкость. Видоискатели. Параллакс.	3	2		1	2
	3.	Дополнительное оборудование для фотосъёмки, его назначение (светофильтры, бленды, насадки, тросики, штативы, пентапризмы и т.д.).	3	2		1	2
	4.	Факторы, влияющие на глубину резкоизображаемого пространства: фокусное расстояние объектива, значение диафрагмы и точка наводки на резкость. Влияние фокусного расстояния объектива на передачу перспективы.	3	2		1	2
	5.	Фотоаппарат, основные технические характеристики. Классификация фотоаппаратов.	3	2		1	2
	6.	Объектив, основные характеристики.	3	2		1	2
	7.	Цифровые фотоаппараты.	3	2		1	2
	8.	Светочувствительные материалы, их виды, основные характеристики.	3	2		1	2
	9.	Фотоматрица, ее характеристики.	3	2		1	2
	10.	Правила работы с фотоаппаратом.	3	2		1	2
	11.	Дополнительное оборудование для фотосъемки.	3	2		1	2
Тема 2. Основы экспонометрии	**Содержание:**						
	1.	Способы и средства определения правильной экспозиции. Экспозиционные параметры. Способы измерения экспозиционных параметров. Определение экспозиции исходя из световых условий съемки и чувствительности фотопленки.	3	2		1	2
	2.	Экспонометрия. Экспозиционные ряды и числа.	3	2		1	2
	3.	Замер экспозиции при разных условиях съёмки.	3	2		1	2

Тема 3. Свет и освещение	**Содержание:**						
	1.	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.	3	2		1	2
	2.	Фотосъемка при искусственном освещении. Осветительное оборудование для студийного освещения. Общая характеристика импульсных осветителей, их синхронизация, световые характеристики и разновидности. Принадлежности к импульсным осветителям. Общие замечания по использованию искусственных источников света. Особенности освещения при студийной съемке. Простейшие схемы установки света.	3	2		1	2
	3.	Виды освещения. Естественное освещение, характеристики.	3	2		1	2
	4.	Тональность естественного света.	3	2		1	2
	5.	Искусственное освещение, характеристики.	3	2		1	2
	6.	Работа с осветительной аппаратурой, постановка света.	3	2		1	2
	7.	Способы корректировки света. Схемы освещения.	3	2		1	2
	8.	Постановка света в зависимости от авторского замысла.	3	2		1	2
	9.	Световые акценты.	3	2		1	2
Тема 4. Светофильтры и оптические насадки	**Содержание:**						
	1.	Цветные светофильтры. Эффектные светофильтры. Оправа светофильтров. Качество светофильтров. Самодельные светофильтры.	3	2		1	2
	2.	Светофильтры, их типы.	3	2		1	2
	3.	Применение светофильтров в фотографии.	3	2		1	2
Тема 5. Основы фотокомпозиции	**Содержание:**						
	1.	Восприятие изображения, организация пространства кадра: точка съемки, выделение главного объекта, расположение объектов. Динамичность снимка. Глубина кадра. Типы знаков и их использование в фотографии.	3	2		1	2
	2.	Восприятие изображения. Понятие «композиция кадра».	3	2		1	2
	3.	Высота точки съёмки и понятие ракурса.	3	2		1	2
	4.	Принципы заполнения картинной плоскости. Принцип равновесия при заполнении картинной плоскости.	3	2		1	2
	5.	Смысловой и изобразительный центр кадра. Объект и фон в кадре. Ритмический рисунок кадра.	3	2		1	2

	6.	Передача объемов, перспектива и глубина кадра. Динамизм в фотографии.	3	2		1	2
	7.	Авторский замысел и его воплощение. Знаковая система снимка.	3	2		1	2
Тема 6. Фотосъемка жанра	**Содержание:**						
	1.	Уточнить представления о жанрах искусства, жанрах в фотографии. Определение жанра. Жанровая фотография. Жанр фотоэтюда. Техническая съёмка: репродукционная съёмка, макрофотография, микрофотография, астрофотография, съёмка на документы.	3	2		1	2
	Практические занятия:						
	1.	Съемка жанра. Жанры фотографии в рекламе.	3		2	1	2
Тема 7. Фотосъемка пейзажа	**Содержание:**						
	1.	Особые условия съемки в неблагоприятных условиях.	3	2		1	2
	Практические занятия:						
	1.	Съемка городского пейзажа.	3		2	1	3
	2.	Съемка пейзажа, панорама.	3		2	1	3
	3.	Съёмка пейзажа по индивидуальным заданиям.	3		2	1	3
	4.	Съёмка пейзажа для рекламы.	3		2	1	3
Тема 8. Съемка архитектуры и интерьера	**Содержание:**						
	1.	Съёмка архитектуры.	3	2		1	2
	2.	Съёмка интерьера.	3	2		1	2
	Практические занятия:						
	1.	Съёмка архитектуры и интерьера для рекламы.	3		2	1	3
Тема 9. Фотосъемка натюрморта	**Содержание:**						
	1.	Постановка натюрморта. Свет в натюрморте.	3	2		1	2
	Практические занятия:						
	1.	Съёмка натюрморта по индивидуальным заданиям.	3		2	1	3
	2.	Съёмка натюрморта для рекламы.	3		2	1	3
Тема 10. Фотосъемка портрета	**Содержание:**						
	1.	Основные закономерности психологии восприятия поз и жестов в фотографии. Съёмка модели с характерными жестами и позами. Руки в портрете.	3	2		1	2
	Практические занятия:						
	1.	Съёмка портрета при естественном освещении.	3		2	1	3
	2.	Портретная съемка при искусственном освещении.	3		2	1	3
	3.	Потрет в низком ключе.	3		2	1	3

	4.	Потрет в высоком ключе.	3		2	1	3
	5.	Съёмка портрета для рекламы.	3		2	1	3
Тема 11. Спортивная съемка	**Содержание:**						
	1.	Съёмка движения. Приемы съемки спорта.	3	2		1	2
	Практические занятия:						
	1.	Спортивная съёмка для рекламы.	3		2	1	3
Тема 12. Фотосъемка животных	**Содержание:**						
	Практические занятия:						
	1.	Приемы съемки животных. Съёмка животных для рекламы.	3		2	1	3
Тема 13. Комбинированные съемки	**Содержание:**						
	Практические занятия:						
	1.	Комбинированная съёмка для рекламы. «Фантастическая» фотография.	3		2	1	3
Тема 14. Фоторепортаж	**Содержание:**						
	Практические занятия:						
	1.	Съемка репортажа для рекламы.	3		2	1	3
Тема 15. Особенности съемки цветной фотографии	**Содержание:**						
	Практические занятия:						
	1.	Световые периоды съёмочного дня. Меняющееся освещение, приемы использования. Цветовая температура различных источников света. Сбалансированность цветных материалов.	3		2	1	3
Тема 16. Основы цифровой обработки фотоизображения и вывода их на печать	**Содержание:**						
	Практические занятия:						
	1.	Цветовой баланс и разбалансировка. Необходимость коррекции цвета. Возможности цифровой цветокоррекции.	3		2	1	3
	2.	Проблемы несоответствия цвета на цифровой камере, мониторе компьютера цвету готового отпечатка. Методы устранения этого несоответствия.	3		2	1	3
Самостоятельная работа по разделу ПМ 02 **Примерная тематика домашних заданий:** – Пользуясь данными и материалами Internet составить описательную характеристику современных цифровых фотокамер по заданным параметрам (минимум 5 примеров) – Составить минимальный необходимый набор фотоаппаратуры и рассчитать его стоимость и эффективность. Обосновать необходимость – Составить фотоотчеты на темы: «Мой город», «Моя семья», «Мои друзья», «Ночные перекрестки»,							

«Наружная реклама в городе», «Хмурое утро», «Макромир», «Цветы жизни». Защитить фотоотчет							
Учебная практика **Виды работ:** – Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы для проведения рекламной фотосъемки – Создавать модели объекта с учетом выбранной технологии фотографирования			**36**				
МДК.02.04. Техника и технологии рекламного видео			**210**	**98**	**42**	**70**	
Тема 1. Телевидение. Технические характеристики	**Содержание:**						
	1.	Технические аспекты телевещания. Основные понятия.	3	2		1	2
	2.	Телевизионные стандарты.	3	2		1	2
Тема 2. Типология телевизионной рекламы	**Содержание:**						
	1.	Основные виды рекламы на телевидении. Скрытая реклама. Бегущая строка. Телеобъявление. Рекламная заставка.	3	2		1	2
	2.	Основные виды рекламы на телевидении. Рекламная передача. Рекламный репортаж или сюжет. Рекламный ролик.	3	2		1	2
Тема 3. Разработка концепции рекламного видео	**Содержание:**						
	1.	Особенности написания брифа рекламной кампании, технического задания на создание рекламного продукта. Алгоритм разработки концепции рекламного видео.	3	2		1	2
	Практические занятия:						
	1.	Разработка концепции рекламного видео.	3		2	1	3
Тема 4. Литературный сценарий рекламного ролика	**Содержание:**						
	1.	Алгоритм написания литературного сценария рекламного ролика. Экспозиция - завязка - слом - вывод. Виды композиции рекламного ролика.	3	2		1	2
	2.	Разработка перспективной, ретроспективной, симультанной композиций рекламного ролика.	3	2		1	2
	3.	Разработка сюжетов в сценариях рекламных роликов. Драматический сюжет.	3	2		1	2
	4.	Разработка сюжетов в сценариях рекламных роликов. Исторический сюжет.	3	2		1	2
	5.	Разработка сюжетов в сценариях рекламных роликов. Поэтический сюжет.	3	2		1	2
	Практические занятия:						

	1.	Разработка сюжета рекламного ролика предприятия, фирмы, товара, услуги.	3		2	1	3
	2.	Разработка сюжета рекламного ролика предприятия, фирмы, товара, услуги.	3		2	1	3
Тема 5. Режиссерский сценарий рекламного ролика	**Содержание:**						
	1.	Режиссёрская разработка рекламного ролика. Определение визуального и звукового решения фильма. Мизансцена, атмосфера и темпо-ритм. Звукообраз.	3	2		1	2
	2.	Создание раскадровки рекламного ролика.	3	2		1	2
	3.	Разработка режиссерского сценария рекламного ролика предприятия, фирмы, товара, услуги.	3	2		1	2
	Практические занятия:						
	1.	Разработка режиссерского сценария рекламного ролика. Видеоряд.	3		2	1	3
	2.	Разработка режиссерского сценария рекламного ролика. Аудиоряд.	3		2	1	3
	3.	Создание раскадровки рекламного ролика.	3		2	1	3
	4.	Создание раскадровки рекламного ролика.	3		2	1	3
Тема 6. Техника рекламного видео	**Содержание:**						
	1.	Цифровые форматы видеозаписи.	3	2		1	2
	2.	Характеристика цифровых устройств видеозаписи.	3	2		1	2
	3.	Видеотехника: видеокамеры, видеомагнитофоны.	3	2		1	2
	4.	Видеотехника: вещательные и студийные камеры, камерные головки и камерные каналы.	3	2		1	2
	5.	Видеотехника: цифровые микшеры и контроллеры редактирования, профессиональные мониторы.	3	2		1	2
	6.	Видеотехника: медианосители.	3	2		1	2
	7.	Видеотехника: дисковые камкордеры и рекордеры.	3	2		1	2
	8.	Аудиотехника: аудиомикшеры и FOH-консоли.	3	2		1	2
	9.	Аудиотехника: микрофоны, аксессуары, радио-микрофонные системы.	3	2		1	2
	10.	Аудиотехника: обработка живого звука, звуковоспроизводящие и записывающее оборудование, усилители мощности.	3	2		1	2
	11.	Аудиотехника: аудиомониторы, интегрированные и портативные системы, рабочие станции.	3	2		1	2
	12.	Знакогенераторы. Телесуфлеры.	3	2		1	2
	13.	Транскодеры: преобразователи формата кадра, преобразователи мультимедийных форматов.	3	2		1	2

	14.	Транскодеры: синхронизаторы, кодеры и декодеры композитного сигнала, шумоподавители.	3	2		1	2
	15.	Транскодеры: блоки предобработки и корректоры изображения, модульная система HD, модульная система IQ	3	2		1	2
	16.	Освещение: накамерный свет	3	2		1	2
	17.	Освещение: профессиональный студийный и портативный свет	3	2		1	2
	18.	Коммутационное оборудование: пульты и панели управления коммутаторами, активные усилители-распределители видео и аудиосигналов	3	2		1	2
	19.	Коммутационное оборудование, преобразователи форматов звуковых сигналов, генераторы синхросигналов.	3	2		1	2
	20.	Аксессуары: видеоголовки, носители, штативы, кофры, аккумуляторы, объективы, кабели	3	2		1	2
	21.	Фильтры, бленды, уход за оптикой	3	2		1	2
Тема 7. Подбор актеров	**Содержание:**						
	1.	Организация работы с актерами. Амплуа актера.	3	2		1	2
Тема 8. Съемочный период	**Содержание:**						
	1.	Видеопроизводство: этапы, съемочная группа, задачи каждого из участков съемочной группы.	3	2		1	2
	2.	Использование уравновешенной композиции при съемке рекламного ролика	3	2		1	2
	3.	Использование неуравновешенной композиции при съемке рекламного ролика	3	2		1	2
	4.	Использование линейной перспективы при съемке рекламного ролика	3	2		1	2
	5.	Использование тональной перспективы при съемке рекламного ролика.	3	2		1	2
	6.	Использование оптической перспективы при съемке рекламного ролика	3	2		1	2
	7.	Использование динамической перспективы при съемке рекламного ролика	3	2		1	2
	8.	Использование цветовой перспективы при съемке рекламного ролика	3	2		1	2
	9.	Ракурс: верхний ракурс, нижний ракурс. План: общий, средний, крупный, укрупненный	3	2		1	2
	10.	Наезды, отъезды и панорамы.	3	2		1	2
	11.	Освещение при видеосъемках рекламного ролика.	3	2		1	2
	12.	Правила видеосъемки. Целостность сцены, фокус.	3	2		1	2
	Практические занятия:						

	1.	Видеосъемка рекламного ролика с уравновешенной композицией	3		2	1	3
	2.	Видеосъемка рекламного ролика с неуравновешенной композицией	3		2	1	3
	3.	Видеосъемка рекламного ролика с линейной перспективой	3		2	1	3
	4.	Видеосъемка рекламного ролика с тональной перспективой	3		2	1	3
	5.	Видеосъемка рекламного ролика с оптической перспективой	3		2	1	3
	6.	Видеосъемка рекламного ролика с динамической перспективой.	3		2	1	3
	7.	Видеосъемка рекламного ролика с цветовой перспективой	3		2	1	3
	8.	Освещение при видеосъемках рекламного ролика. Естественный свет.	3		2	1	3
	9.	Освещение при видеосъемках рекламного ролика. Искусственный свет.	3		2	1	3
	10.	Освещение при видеосъемках рекламного ролика. Постановка света.	3		2	1	3
	11.	Разработка сюжета рекламного ролика предприятия, фирмы, товара, услуги.	3		2	1	3
	12.	Видеосъемка рекламного ролика предприятия, фирмы, товара, услуги.	3		2	1	3
Тема 9. Монтаж как этап перевоссоздания режиссерского замысла	**Содержание:**						
	1.	Техники, виды и приемы монтажа	3	2		1	2
	2.	Создание визуальных эффектов.	3	2		1	2
	Практические занятия:						
	1.	Монтаж видео с использованием специализированного программного обеспечения	3		2	1	3
	2.	Монтаж звука с использованием специализированного программного обеспечения	3		2	1	3
Самостоятельная работа по разделу ПМ 02 **Примерная тематика домашних заданий:** – Пользуясь данными и материалами Internet составить описательную характеристику современных цифровых видеокамер по заданным параметрам (минимум 5 примеров). – Составить минимальный необходимый набор видеоаппаратуры и рассчитать его стоимость и эффективность. Обосновать необходимость – Составить нарезку в виде рекламного ролика на выбранную тему из музыкальных клипов, фильмов, рекламных роликов и т.д. – Взять видеоинтервью у студентов, работников колледжа, друзей или родителей на заданную тему – Подготовить видеосюжет на заданную тему и защитить его.							
Учебная практика **Виды работ:** – Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы для проведения рекламной видеосъемки			**36**				

Производственная практика (по профилю специальности) **Виды работ:** – Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы. – Создавать модели объекта с учетом выбранной технологии. – Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.	**360**				
Всего:	**1194**	**268**	**192**	**230**	

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1 Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы модуля требует наличия учебных кабинетов: проектирования рекламного продукта, лабораторий: компьютерного дизайна, информатики и вычислительной техники, информационных и коммуникационных технологий, студий: видеостудия, фотостудия, полигон: мини-типография.

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета: персональные компьютеры, обеспеченные выходом в Internet.

Технические средства обучения: персональные компьютеры, обеспеченные выходом в Internet, видеопроектор, специализированное программное обеспечение, сканер, принтер, фотокамеры, видеокамеры, специализированное оборудование студий и типографии.

Оборудование лаборатории и рабочих мест лаборатории: персональные компьютеры, обеспеченные выходом в Internet.

4.2 Информационное обеспечение обучения

Нормативные документы

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020) – Текст: Электронный //СПС КонсультантПлюс.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ – Текст: Электронный //СПС КонсультантПлюс.
3. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ – Текст: Электронный //СПС КонсультантПлюс.
4. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18.12.2006 № 230-ФЗ – Текст: Электронный //СПС КонсультантПлюс.
5. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 № 197-ФЗ – Текст: Электронный //СПС КонсультантПлюс.
6. Федеральный закон от 28.12.2009 № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» – Текст: Электронный //СПС КонсультантПлюс.
7. Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей» – Текст: Электронный //СПС КонсультантПлюс.
8. Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» – Текст: Электронный //СПС КонсультантПлюс.

Основные источники

1. Боресков, А. В. Компьютерная графика : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. В. Боресков, Е. В. Шикин. — Москва : Юрайт, 2020. — 219 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11630-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/457139
2. Пименов, В. И. Видеомонтаж. Практикум : учебное пособие для среднего профессионального образования / В. И. Пименов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Юрайт, 2020. — 159 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11405-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/457076
3. Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Юрайт, 2020. — 514 с. — (Профессиональное образование). — Текст : непосредственный.
4. Селезнева, Л. В. Написание рекламных текстов : учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. В. Селезнева. — Москва : Юрайт, 2020. — 159 с. —

(Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13318-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/457495
5. Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Юрайт, 2020. — 552 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03716-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/466183
6. Трищенко, Д. А. Техника и технологии рекламного видео : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Д. А. Трищенко. — Москва : Юрайт, 2020. — 177 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12575-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/457116

Дополнительные источники

1. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Юрайт, 2019. — 431 с. — (Бакалавр. Прикладной курс). — ISBN 978-5-9916-3912-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/425227
2. Колышкина, Т. Б. Основы рекламы: реклама в местах продаж : учебное пособие для среднего профессионального образования / Т. Б. Колышкина, И. В. Шустина, Е. В. Маркова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Юрайт, 2020. — 222 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13048-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/448838

4.3 Общие требования к организации образовательного процесса

Аудиторные занятия проводятся в кабинетах и лабораториях обеспеченных компьютерной техникой рассредоточено.

Практика является обязательным разделом профессионального модуля. Она предполагает выполнение обучающимися практико-ориентированных задач будущей профессиональной деятельности. При реализации профессионального модуля предусматривается учебная практика и производственная практика (по профилю специальности).

Производственная практика (по профилю специальности) проводится образовательным учреждением при освоении студентами профессиональных компетенций в рамках профессионального модуля и реализуется концентрированно.

Цели и задачи, программы и формы отчетности производственной практики определяются образовательным учреждением.

Производственная практика должна проводиться в рекламных агентствах и фирмах, направление деятельности которых соответствует профилю подготовки обучающихся.

Аттестация по итогам производственной практики проводится с учетом (или на основании) результатов, подтвержденных документами соответствующих организаций.

Для изучения профессионального модуля необходимы знания дисциплин и профессиональных модулей: Информатика, Информационные технологии в рекламе, Психология делового общения, Экономика организации, ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции.

4.4 Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу (курсам): наличие высшего профессионального образования, соответствующего профилю профессионального модуля. Опыт деятельности на предприятиях является обязательным для преподавателей, отвечающих за освоение обучающимися профессионального модуля. Преподаватели получают дополнительное профессиональное образование по программа повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 2.1. Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы	– правильность выбора инструментов, оборудования, основных изобразительных средств и материалов; – использование инструментов, оборудования, основных изобразительных средств и материалов;	Выполнение и защита практических работ. Наблюдение за выполнением заданий на учебной и производственной практике
ПК 2.2. Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии	– правильность создания модели объекта с учетом выбранной технологии; – учет психологических особенностей воздействия и восприятия рекламы на потребителя при выбранной технологии создания модели объекта	Выполнение и защита практических работ. Наблюдение за выполнением заданий
ПК 2.3. Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале	– правильность исполнения оригинала проекта в материале; – правильность исполнения отдельных элементов проекта в материале	Выполнение и защита практических работ. Наблюдение за выполнением заданий

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общих компетенций и обеспечивающих их умений.

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	– демонстрация интереса к будущей профессии	Наблюдение и оценка на занятиях при выполнении работ
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность	– выбор и применение методов и способов решения профессиональных задач в области создания рекламного продукта	Экспертное наблюдение и оценка при выполнении работ по учебной и производственной практике

и качество	– оценка эффективности и качества выполнения	
ОК 3. Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях	– решение стандартных и нестандартных задач и ситуаций в области создания рекламного продукта	Экспертное наблюдение и оценка при выполнении работ по учебной и производственной практике
ОК 4. Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	– эффективный поиск необходимой информации – использование различных источников, включая электронные	Экспертное наблюдение и оценка при выполнении работ по учебной и производственной практике
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности	– взаимодействие со студентами, преподавателями – использование различных источников, включая электронные	Экспертное наблюдение и оценка при выполнении работ по учебной и производственной практике
ОК 6. Работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	– взаимодействие со студентами, преподавателями – проявлять организаторские и управленческие навыки	Экспертное наблюдение и оценка при выполнении работ по учебной и производственной практике
ОК 7. Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения задания	– взаимодействие со студентами, преподавателями – проявлять организаторские и управленческие навыки – организация работы трудового коллектива	Экспертное наблюдение и оценка при выполнении работ по учебной и производственной практике
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	– организация самостоятельных занятий при изучении профессионального модуля	Экспертное наблюдение и оценка при выполнении работ по учебной и производственной практике
ОК 9. Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности	– следить за научно-техническим прогрессом в области проектирования рекламного продукта	Экспертное наблюдение и оценка при выполнении работ по учебной и производственной практике
ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и	– знание норм законодательства о рекламе в стране и в мире – ориентироваться в ситуации в	Экспертное наблюдение и оценка при выполнении работ по учебной и

особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности	стране и в отрасли	производственной практике
ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.	– использование различных источников информации – соотношение понятий и слов иностранного происхождения	Экспертное наблюдение и оценка при выполнении работ по учебной и производственной практике

6. ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ

По итогам изучения профессионального модуля предусмотрены экзамен по междисциплинарным курсам и экзамен квалификационный по профессиональному модулю. Для экзамена по междисциплинарным курсам экзаменационные билеты состоят из двух теоретических заданий и одного практического задания. Для экзамена квалификационного экзаменационные билеты составлены в форме ситуаций, для решения которых необходимы знания теоретических вопросов, умение решать практические задачи.

Перечень теоретических вопросов для экзамена по МДК

МДК.02.01. Выполнение рекламных проектов в материале

1. Расскажите об инструментах и оборудовании для исполнения рекламного продукта
2. Расскажите, что относится к изобразительным средствам рекламы и опишите их
3. Расскажите о роли и значении шрифта в рекламе
4. Перечислите виды бумаги, используемых в полиграфии и дайте их характеристику
5. Расскажите о методах нанесения рекламного обращения на бумагу
6. Раскройте понятие «Шелкография»
7. Раскройте понятие «Тампопечать»
8. Раскройте понятие «Лазерная гравировка»
9. Расскажите об основных способах печати и особенностях их применения
10. Раскройте понятие «Высокая печать»
11. Раскройте понятие «Офсетная печать»
12. Раскройте понятие «Глубокая печать»
13. Раскройте понятие «Трафаретная печать»
14. Раскройте понятие «Флексография»
15. Раскройте понятие «Цифровая печать»
16. Расскажите о способах нанесения на ткань
17. Расскажите о способах создания рекламной анимации
18. Расскажите о технологии создания рекламной анимации

МДК.02.02. Проектная компьютерная графика и мультимедиа

1. Дайте понятие терминам «Компьютерная графика», «Растровая компьютерная графика».
2. Приведите примеры редакторов растровой компьютерной графики.
3. Ответьте на вопрос: Как растровая компьютерная графика используется в рекламной деятельности?
4. Дайте понятие терминам «Компьютерная графика», «Векторная компьютерная графика».
5. Приведите примеры редакторов векторной компьютерной графики.

6. Ответьте на вопрос: Как векторная компьютерная графика используется в рекламной деятельности?
7. Дайте понятие терминам «Компьютерная графика», «Интерактивность».
8. Приведите примеры редакторов для создания интерактивных роликов.
9. Приведите примеры использования интерактивности в рекламной деятельности?
10. Дайте понятие терминам «Компьютерная графика», «Мультимедиа».
11. Перечислите виды мультимедиа.
12. Ответьте на вопрос: Какими свойствами должен обладать рекламный мультимедийный продукт?
13. Дайте понятие терминам «Компьютерная графика», «Презентация».
14. Перечислите виды презентаций, приведите классификацию презентаций.
15. Приведите примеры использования презентаций в рекламной деятельности?
16. Дайте понятие терминам «Компьютерная графика», «Интерактивность».
17. Перечислите известные вам средства создания презентаций.
18. Перечислите свойства мультимедиа-продуктов.

МДК.02.03. Техника и технология рекламной фотографии

1. Расскажите об устройстве фотоаппарата
2. Расскажите о дополнительном оборудовании для фотосъемки и его назначении
3. Расскажите о способах и средствах определения правильной экспозиции
4. Опишите факторы, влияющие на глубину резкоизображаемого пространства
5. Раскройте понятие «Световые величины»
6. Расскажите об особенностях фотосъемки при искусственном освещении
7. Расскажите о светофильтрах
8. Раскройте понятие «Композиция кадра»
9. Расскажите, что такое жанровая фотография
10. Ответьте на вопрос: Что такое цветовой баланс и разбалансировка

МДК.02.04. Техника и технологии рекламного видео

1. Расскажите о технических аспектах телевещания
2. Перечислите существующие телевизионные стандарты
3. Расскажите об основных видах рекламы на телевидении
4. Опишите алгоритм разработки концепции рекламного видео
5. Опишите алгоритм написания литературного сценария рекламного ролика
6. Раскройте понятия: экспозиция, завязка, слом, вывод.
7. Расскажите о видах композиции рекламного ролика
8. Расскажите о сюжетах и сценариях рекламного ролика
9. Ответьте на вопрос: Какие существуют цифровые форматы видеозаписи
10. Расскажите о цифровых форматах видеозаписи
11. Расскажите об особенностях написания брифа рекламной кампании, технического задания на создание рекламного продукта
12. Расскажите об особенностях организации работы с актерами

Пример(ы) практических заданий (ситуаций) для подготовки к экзамену по МДК

Задание 1. Создайте коллаж рекламного макета

Задание 2. Разработайте объемные эффекты на бумажной поверхности

Задание 3. Выполните проект упаковки товарной продукции в материале

Задание 4. Пользуясь ПО GIMP спроектировать макет интернет-баннера размером: 300х600 px разрешением 73dpi для предложенной компании

Задание 5. Произведите фотосъемку натюрморта:

- Постановка натюрморта
- Съемка натюрморта по индивидуальному заданию
- Съемка натюрморта для рекламы

Задание 6. Разработайте сюжеты в сценариях рекламных роликов

Задание 7. Разработайте сценарий рекламного ролика

Критерии оценивания экзамена по МДК

Оценка «5» («отлично») выставляется при условии, если обучающийся:

- полно и правильно излагает теоретический вопрос;
- усвоил взаимосвязь основных понятий;
- выделяет главные положения, легко дает ответы на видоизмененные вопросы;
- понял смысл предложенного практического задания, полно и правильно выполнил его;
- проявил высокий уровень всех требующихся для выполнения заданий знаний.

Оценка «4» («хорошо») выставляется при условии, если обучающийся:

- правильно изложил теоретический вопрос, но недостаточно полно или допустил незначительные неточности;
- приведены и раскрыты в тезисной форме основные понятия;
- понял смысл предложенного практического задания, выполнил правильно, но недостаточно полно, легко устраняет замеченные учителем недостатки.

Оценка «3» («удовлетворительно») выставляется при условии, если обучающийся:

- знает основной учебно-программный материал, но испытывает затруднения при его самостоятельном воспроизведении и требует дополнительных уточняющих вопросов учителя;
- понятия определяются, но не всегда четко и правильно;
- понял смысл предложенного практического задания только после дополнительных вопросов, предложенных экзаменаторами. При этом на поставленные вопросы ответил не вполне правильно и полно, но подтвердил ответами понимание вопросов и продемонстрировал отдельные требующиеся для выполнения заданий знания и умения.

Оценка «2» («неудовлетворительно») выставляется при условии, если обучающийся:

- имеет отдельные представления о материале;
- отсутствуют определения ключевых понятий;
- в ответе на теоретический вопрос допускает грубые ошибки;
- не понял смысла предложенного практического задания, выполнил его при помощи экзаменатора, не продемонстрировал сформированность требующихся для выполнения заданий знаний и умений.

Примеры практических заданий (ситуаций) для подготовки к экзамену квалификационному

Расскажите, какие способы производства рекламного продукта вы выберите, обоснуйте выбор и опишите технологию производства при следующей ситуации:

Компания принимает участие в выставке и решила обратиться в агентство оперативной печати для того, чтобы заказать:

1. Буклеты (тираж – 1000 шт)
2. Плакаты для участия (тираж – 50 шт)

3. Визитки (тираж – 5000 шт)
4. Футболки для сотрудников (тираж – 5 шт)
5. Сувенирные ручки (тираж – 500 шт)
6. Блокноты (тираж – 500 шт)

Критерии оценивания экзамена квалификационного

Оценка «5» («отлично») ставится, если задание выполнено полностью, технологии производства представлены в соответствии с требованиями представленными в экзаменационном билете, при защите приведены основные положения теории, обоснованы выбранные средства и инструменты решения задачи.

Оценка «4» («хорошо») ставится, если задание выполнено полностью или имеются незначительные недочеты при изложении, технологии производства представлены частично не в соответствии с требованиями представленными в экзаменационном билете, при защите основные положения теории приведены не полностью, не обоснованы или частично обоснованы выбранные средства и инструменты решения задачи.

Оценка «3» («удовлетворительно») ставится, если задание выполнено полностью или имеются недочеты при изложении, технологии производства представлены не в соответствии с требованиями представленными в экзаменационном билете, при защите основные положения теории приведены не полностью, не обоснованы выбранные средства и инструменты решения задачи.

Оценка «2» («неудовлетворительно») ставится, если задание не выполнено, технологии производства представлены не в соответствии с требованиями представленными в экзаменационном билете, при защите основные положения теории не приведены, не обоснованы выбранные средства и инструменты для решения задачи.