



1920

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Кубанский государственный университет»

Институт среднего профессионального образования

УТВЕРЖДАЮ
Директор ИНСПО
М.Ю. Беликов
«23» мая 2016 г.



Рабочая программа профессионального модуля

ПМ.02 Производство рекламной продукции

специальность 42.02.01 Реклама

Краснодар 2016

Рабочая программа профессионального модуля ПМ.02 Производство рекламной продукции разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее СПО) Реклама 42.02.01, утвержденного приказом Минобрнауки РФ от 12.05.2014 № 510 (зарегистрирован в Минюсте России 26.06.2014 № 32859)

Профессиональный модуль ПМ.02 Производство рекламной продукции
Форма обучения очная

Учебный год 2016-2017

3-4 курсы 6, 7 семестры

всего часов 1287, в том числе:

максимальная учебная нагрузка обучающегося 972 часа, включая:

обязательная аудиторная учебная нагрузка 654 часа;

самостоятельная работа 270 часа;

консультации 48 часов;

производственная практика 315 часов;

форма итогового контроля экзамен квалификационный

Составитель: преподаватель Иваненко О.П.
Потапенко О.В.
подпись

Утверждена на заседании предметно-цикловой комиссии

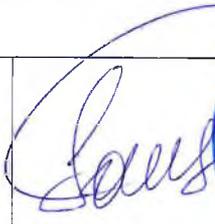
протокол № от «20» мая 2016 г.

Председатель предметно-цикловой комиссии дисциплин направления Дизайн и

Реклама Иваненко О.П.

« » мая 2016 г.

Рецензент (-ы):

Директор PR-Агентства ООО «Игры разума» г.Краснодар		В.В.Полищук
Специалист по рекламе ООО «Кедр» г.Краснодар		Е.И.Журавская

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	5
1.1 Область применения программы.....	5
1.2. Цели и задачи профессионального модуля – требования к результатам освоения профессионального модуля.....	5
1.3. Перечень планируемых результатов обучения по профессиональному модулю (перечень формируемых компетенций).....	5
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	7
2.1. Тематический план профессионального модуля.....	7
2.2. Содержание обучения по профессиональному модулю.....	8
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	43
3.1. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по профессиональному модулю.....	44
3.2. Перечень необходимого программного обеспечения.....	44
3.3. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения профессионального модуля.....	45
3.3.1. Основная литература.....	45
3.3.2. Дополнительная литература.....	46
3.3.3. Периодические издания.....	47
3.3.4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения модуля.....	47
4. ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ К ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА.....	48
4.1. Кадровое обеспечение образовательного процесса	48
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ).....	49
6. ДОПОЛНИТЕЛЬНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	52
7. ОБУЧЕНИЕ СТУДЕНТОВ-ИНВАЛИДОВ И СТУДЕНТОВ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ.....	52

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.02 Производство рекламной продукции

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа профессионального модуля (далее РП ПМ) является частью программы подготовки специалистов среднего звена (далее – ППССЗ) в соответствии с ФГОС по специальности СПО 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 объекта с учетом выбранной технологии

ПК 2.3 Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале

1.2. Цели и задачи профессионального 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 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 Перечень планируемых результатов обучения по профессиональному модулю (перечень формируемых компетенций)

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности **разработки и создание дизайна 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 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, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3.	Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях.
ОК 4.	Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5.	Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности
ОК 6.	Работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7.	Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности 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

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1 Тематический план профессионального модуля ПМ.02 Производство рекламной продукции

Коды профессиональных компетенций по модулю	Наименование разделов профессионального модуля	Всего часов (макс, учебная нагрузка по дисциплинам и практики)	консультации	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
				Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося по дисциплинам			Самостоятельная работа обучающегося по дисциплинам		Учебная (часов)	Производственная (по профилю специальности) (часов)
				Всего (часов)	в т.ч., лекционные (часов)	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия,	Всего, часов	курсовая работа (проект), часов		
1	2	3	8	4	5	6	7	8	9	10
ОК 1-11 ПК 2.1 ПК 2.2 ПК 2.3	Раздел 1. МДК.02.01 Выполнение рекламных проектов в материале	120	8	80	16	64	32			
	Раздел 2. МДК.02.02 Проектная компьютерная графика и мультимедиа	138	10	96	32	64	32			
	Раздел 3. МДК.02.03 Техника и технологии рекламной фотографии	314	12	210	70	140	92			
	Раздел 4. МДК.02.04 Техника и технологии рекламного видео	314	16	210	70	140	88			
	Раздел 5. МДК.02.05 Рекламный текст	86	2	58	40	18	26			
	Производственная практика ПП.02.01	315	27					-	-	288
	Всего:	1287		942						

2.2. Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ)

МДК.02.01 Выполнение рекламных проектов в материале

Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	120
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	80
в том числе:	
занятия лекционного типа	16
практические занятия	64
лабораторные занятия	
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	32
в том числе:	
самостоятельная внеаудиторная работа в виде домашних практических заданий, индивидуальных заданий, самостоятельного подбора и изучения дополнительного теоретического материала	32
<i>Промежуточная аттестация в форме зачета/экзамена/дифзачета</i>	<i>экзамен</i>

Тематический план и содержание МДК.02.01 Выполнение рекламных продуктов в материале

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические работы, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (если предусмотрена)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
Раздел 1. Рекламное обращение: форма, содержание, структура			
Тема 1. Рекламное обращение: форма, содержание,	Содержание учебного материала		
	Лекции		
1	Рекламный продукт и рекламное обращение: определения понятий. Процесс разработки и производства рекламного продукта: основные стадии рекламного процесса. Участники процесса разработки и производства	2	1

структура		рекламного продукта. Модели восприятия рекламных обращений: AIDA, AIDMA, DAGMAR и др. Основы психологии поведения потребителей.		
	Практические (лабораторные) занятия			
	1	Содержание рекламного обращения. Мотивы поведения и психологические установки потребителя, и их использование в рекламной аргументации. Форма рекламного сообщения: тон и устойчивые стилевые решения. Структура рекламного обращения: типы, основные элементы, принципы разработки.	4	3
	Самостоятельная работа обучающихся 1. Подготовка к устному опросу по лекционному материалу и контрольным вопросам 2. Разработка творческого проекта по созданию рекламной полиграфии		4+2	
Раздел 2. Правила разработки и оформления рекламного текста				
Тема 2. Правила разработки и оформления рекламного текста	Содержание учебного материала			
	Лекции			
	1	Копирайтинг. Выбор стиля и структуры рекламного текста. Традиционная структура рекламного текста: заголовок/слоган, зачин, ОРТ (основной рекламный текст), эхо-фраза	2	1
	Практические (лабораторные) занятия			
	1	Критерии отбора слов для рекламного текста. Приемы разработки слогана-продавца и заголовка-айстопера. Принципы разработки зачина, ОРТ и эхо-фразы. Принципы оформления рекламного текста: подбор шрифтов, верстка, цветовое решение.	8	3
Самостоятельная работа обучающихся 1. Подготовка к устному опросу по лекционному материалу и контрольным вопросам 2. Разработка творческого проекта по созданию рекламной полиграфии		4		
Раздел 3. Правила разработки изобразительной части рекламного обращения				
Тема 3. Правила разработки изобразительной	Содержание учебного материала			
	Лекции			
	1	Цвет в рекламе: функции, методика подбора. Композиция рекламы как способ привлечения и удержания внимания потребителя.	2	2
	Практические (лабораторные) занятия		8	3

части рекламного обращения	1	Рекламная иллюстрация и видеоряд: функции, требования, приемы разработки. Образы-продавцы и образы-вампиры. Фирменный стиль как фактор повышения запоминаемости рекламы.		
	Самостоятельная работа обучающихся		4	
		1. Подготовка к устному опросу по лекционному материалу и контрольным вопросам 2. Разработка творческого проекта по созданию рекламной полиграфии		
Раздел 4. Приемы увеличения эффективности рекламного обращения				
Тема 4. Приемы увеличения эффективности и рекламного обращения	Содержание учебного материала			
	Лекции			
	1	Наличие уникального торгового предложения (УТП) в рекламе. Учет среды восприятия рекламы при разработке креатива. Серийность в рекламе. Приемы: юмор, шок, метафора, лаконичность, динамика, эмоциональность, прием виртуальной прибавочной стоимости, эротизация. Применение приемов NLP-программирования. Нетрадиционное использование традиционных носителей и применение нетрадиционных рекламоносителей.	2	1
	Практические (лабораторные) занятия			
	1	Наличие уникального торгового предложения (УТП) в рекламе. Учет среды восприятия рекламы при разработке креатива. Серийность в рекламе. Приемы: юмор, шок, метафора, лаконичность, динамика, эмоциональность, прием виртуальной прибавочной стоимости, эротизация. Применение приемов NLP-программирования. Нетрадиционное использование традиционных носителей и применение нетрадиционных рекламоносителей.	4	3
		Самостоятельная работа обучающихся	4	
		1. Подготовка к устному опросу по лекционному материалу и контрольным вопросам		

	2. Разработка творческого проекта по созданию рекламной полиграфии.		
Раздел 5. Полиграфические технологии в производстве рекламного продукта			
Тема 5. Полиграфические технологии в производстве рекламного продукта	Содержание учебного материала		
	Лекции		
	1	<p>Полиграфия: основные понятия. Печатание, печатная форма, полутоновые и штриховые изображения.</p> <p>Критерии классификации полиграфической продукции: тираж, цветность, формат, вид по материальной конструкции.</p> <p>Основные стадии производства полиграфической продукции. Документальное сопровождение полиграфического заказа: договор, техническое задание, акт сдачи-приемки работ. Техническое задание полиграфического заказа: основные элементы и особенности оформления.</p> <p>Приемка работ. Виды дефектов готовой полиграфической продукции.</p>	2
		Практические (лабораторные) занятия	
	<p>Основные стадии производства полиграфической продукции. Документальное сопровождение полиграфического заказа: договор, техническое задание, акт сдачи-приемки работ. Техническое задание полиграфического заказа: основные элементы и особенности оформления.</p> <p>Приемка работ. Виды дефектов готовой полиграфической продукции.</p>	16	3
	<p>Самостоятельная работа</p> <p>1. Подготовка к устному опросу по лекционному материалу и контрольным вопросам</p> <p>2. Разработка творческого проекта по созданию рекламной полиграфии.</p>	4+2	
Раздел 6. Способы печати рекламного продукта			
Тема 1. Способы печати и рекламного продукта	Содержание учебного материала		
	Лекции		
		<p>Способы печати полиграфической рекламы и рекламы в прессе.</p> <p>Плоская офсетная печать: особенности технологии, виды запечатываемых материалов, возможности для производства рекламного продукта.</p>	2

кта			
	Практические (лабораторные) занятия		
	Трафаретная печать: особенности технологии, виды запечатываемых материалов, возможности для производства рекламного продукта. Технологии оперативной полиграфии для производства рекламного продукта: ризография и цифровая печать. Технологии декорирования сувениров: тампопечать, деколирование, термотрансфер, лазерная гравировка, шелкография, сублимация, вышивка. Технологии печати упаковки и этикетки: флексография. Технологии печати наружной рекламы: широкоформатная офсетная печать, широкоформатная растровая шелкография, струйная широкоформатная печать.	8	3
	Самостоятельная работа 1. Подготовка к устному опросу по лекционному материалу и контрольным вопросам 2. Разработка творческого проекта по созданию рекламной полиграфии	4+2	
	Раздел 7.		
Тема 1	Содержание учебного материала		
	Лекции		
	Факторы, определяющие выбор запечатываемого материала для решения конкретной задачи.	2	2
	Практические (лабораторные) занятия		
	Основные характеристики запечатываемых материалов и носителей. Виды запечатываемых материалов для рекламы в прессе, печатной и наружной рекламы, упаковки, сувенирной продукции.	8	3
	Самостоятельная работа 1. Подготовка к устному опросу по лекционному материалу и контрольным вопросам 2. Разработка творческого проекта по созданию рекламной полиграфии		
Раздел 8.			
Тема 1.	Содержание учебного материала		
	Лекции		
	Брошюровочно-переплетные процессы: резка, подрезка, подборка,	2	2

	фальцовка, биговка, брошюровка. Отделка полиграфической продукции: припрессовка пленки (ламинация), лакирование, тиснение, высечка. Другие способы отделки.		
	Практические (лабораторные) занятия		3
	Брошюровочно-переплетные процессы: резка, подрезка, подборка, фальцовка, биговка, брошюровка. Отделка полиграфической продукции: припрессовка пленки (ламинация), лакирование, тиснение, высечка. Другие способы отделки.	8	
	Самостоятельная работа 1. Подготовка к устному опросу по лекционному материалу и контрольным вопросам 2. Разработка творческого проекта по созданию рекламной полиграфии	4+2	
	Итого по дисциплине:	112 +8	

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

1. -ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
2. -репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством)
3. - продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач)

Содержание разделов дисциплины

Занятия лекционного типа

№ раздела	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма текущего контроля
1	2	3	4
<i>7 семестр</i>			

№ раздела	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1	Правила разработки и оформления рекламного текста.	<p>Наличие уникального торгового предложения (УТП) в рекламе.</p> <p>Учет среды восприятия рекламы при разработке креатива. Серийность в рекламе.</p> <p>Приемы: юмор, шок, метафора, лаконичность, динамика, эмоциональность, прием виртуальной прибавочной стоимости, эротизация. Применение приемов NLP-программирования.</p> <p>Нетрадиционное использование традиционных носителей и применение нетрадиционных рекламоносителей.</p>	У
2	Правила разработки изобразительной части рекламного обращения.	Копирайтинг. Выбор стиля и структуры рекламного текста. Традиционная структура рекламного текста: заголовок/слоган, зачин, ОРТ (основной рекламный текст), эхо-фраза	У
3	Приемы увеличения эффективности рекламного обращения.	<p>Цвет в рекламе: функции, методика подбора.</p> <p>Композиция рекламы как способ привлечения и удержания внимания потребителя.</p>	У
4	Особенности разработки рекламного продукта	<p>Наличие уникального торгового предложения (УТП) в рекламе.</p> <p>Учет среды восприятия рекламы при разработке креатива. Серийность в рекламе.</p> <p>Приемы: юмор, шок, метафора, лаконичность, динамика, эмоциональность, прием виртуальной прибавочной стоимости, эротизация. Применение приемов NLP-программирования.</p> <p>Нетрадиционное использование традиционных носителей и применение нетрадиционных рекламоносителей.</p>	У
5	Полиграфические технологии в производстве рекламного продукта.	<p>Полиграфия: основные понятия. Печатание, печатная форма, полутоновые и штриховые изображения.</p> <p>Критерии классификации полиграфической продукции: тираж, цветность, формат, вид по материальной конструкции.</p> <p>Основные стадии производства полиграфической продукции. Документальное сопровождение полиграфического заказа: договор, техническое задание, акт сдачи-приемки работ. Техническое задание полиграфического заказа: основные элементы и особенности оформления.</p> <p>Приемка работ. Виды дефектов готовой</p>	У

№ раздела	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма текущего контроля
1	2	3	4
		полиграфической продукции.	
6	Способы печати рекламного продукта.	Способы печати полиграфической рекламы и рекламы в прессе. Плоская офсетная печать: особенности технологии, виды запечатываемых материалов, возможности для производства рекламного продукта.	У
7	Запечатываемые материалы и носители для производства рекламного продукта.	Факторы, определяющие выбор запечатываемого материала для решения конкретной задачи.	У
8	Послепечатные процессы в производстве рекламного продукта.	Брошюровочно-переплетные процессы: резка, подрезка, подборка, фальцовка, биговка, брошюровка. Отделка полиграфической продукции: припрессовка пленки (ламинация), лакирование, тиснение, высечка. Другие способы отделки.	У
Примечание: Т - тестирование, Р - написание реферата, У - устный опрос, КР - контрольная работа			

Занятия семинарского типа

№ раздела	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма текущего контроля
1	2	3	4
<i>7 семестр</i>			
1	Правила разработки и оформления рекламного текста.	Наличие уникального торгового предложения (УТП) в рекламе. Учет среды восприятия рекламы при разработке креатива. Серийность в рекламе. Приемы: юмор, шок, метафора, лаконичность, динамика, эмоциональность, прием виртуальной прибавочной стоимости, эротизация. Применение приемов NLP-программирования. Нетрадиционное использование традиционных носителей и применение нетрадиционных рекламоносителей.	У
2	Правила разработки изобразительной части рекламного обращения.	Критерии отбора слов для рекламного текста. Приемы разработки слогана-продавца и заголовка-айстопера. Принципы разработки зачина, ОРТ и эхо-фразы. Принципы оформления рекламного текста: подбор шрифтов, верстка, цветовое решение.	У

№ раздела	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма текущего контроля
1	2	3	4
3	Приемы увеличения эффективности рекламного обращения.	Рекламная иллюстрация и видеоряд: функции, требования, приемы разработки. Образы-продавцы и образы-вампиры. Фирменный стиль как фактор повышения запоминаемости рекламы.	У
4	Особенности разработки рекламного продукта	Наличие уникального торгового предложения (УТП) в рекламе. Учет среды восприятия рекламы при разработке креатива. Серийность в рекламе. Приемы: юмор, шок, метафора, лаконичность, динамика, эмоциональность, прием виртуальной прибавочной стоимости, эротизация. Применение приемов NLP-программирования. Нетрадиционное использование традиционных носителей и применение нетрадиционных рекламных носителей.	У
5	Полиграфические технологии в производстве рекламного продукта.	Основные стадии производства полиграфической продукции. Документальное сопровождение полиграфического заказа: договор, техническое задание, акт сдачи-приемки работ. Техническое задание полиграфического заказа: основные элементы и особенности оформления. Приемка работ. Виды дефектов готовой полиграфической продукции.	У
6	Способы печати рекламного продукта.	Трафаретная печать: особенности технологии, виды запечатываемых материалов, возможности для производства рекламного продукта. Технологии оперативной полиграфии для производства рекламного продукта: ризография и цифровая печать. Технологии декорирования сувениров: тампопечать, деколирование, термотрансфер, лазерная гравировка, шелкография, сублимация, вышивка. Технологии печати упаковки и этикетки: флексография. Технологии печати наружной рекламы: широкоформатная офсетная печать, широкоформатная растровая шелкография, струйная широкоформатная печать.	У
7	Запечатываемые материалы и носители для производства рекламного продукта.	Основные характеристики запечатываемых материалов и носителей. Виды запечатываемых материалов для рекламы в прессе, печатной и наружной рекламы, упаковки, сувенирной продукции.	У
8	Послепечатные	Брошюровочно-переплетные процессы: резка,	У

№ раздела	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма текущего контроля
1	2	3	4
	процессы в производстве рекламного продукта.	подрезка, подборка, фальцовка, биговка, брошюровка. Отделка полиграфической продукции: припрессовка пленки (ламинация), лакирование, тиснение, высечка. Другие способы отделки.	
Примечание: Т - тестирование, Р- написание реферата, У - устный опрос, КР - контрольная работа			

Практические занятия (Лабораторные занятия)

№	Наименование раздела	Наименование практических (лабораторных) работ	Форма текущего контроля
7 семестр			
1	2	3	4
1.	Правила разработки и оформления рекламного текста и изобразительной части рекламного обращения.	Формирование концепции рекламного продукта, формулировка УТП; Определение методологии взаимодействия продукта и аудитории: содержательные и коммуникативные моменты; Разработка содержательно-текстовых элементов продукта, жанрово-типологические черты продукта; Разработка и стилистическая систематизация изобразительно-графических элементов продукта, подбор шрифтов, цветовой контраст, дизайн. Макетирование с учетом принятых в рамках полиграфического производства нормативов размещения текстовых и графических элементов в рамках запечатываемого поля определенного формата	ПР
2.	Способы печати рекламного продукта.	Анализ специфики взаимодействия материальной составляющей продукта и непосредственного потребителя; Подбор типа печати и печатного оборудования в зависимости от требуемой специфики цветопередачи, санитарно-гигиенических, физических и иных свойств продукции, процесса взаимодействия с аудиторией, специфики планируемого носителя.	ПР
3.	Запечатываемые материалы и носители для производства рекламного продукта.	Анализ специфики взаимодействия материальной составляющей продукта и непосредственного потребителя; Подбор запечатываемых и красочных материалов в зависимости от требуемой специфики цветопередачи, санитарно-гигиенических, физических и иных свойств продукции, процесса взаимодействия с аудиторией,	ПР

		специфики размещения планируемого носителя.	
4.	Послепечатные процессы в производстве рекламного продукта.	Формирование технического задания для производственного звена по последующей обработке запечатанного материала; подбор необходимого оборудования для фальцовочных, биговальных, переплетных и иных работ; оценка качества полученных экземпляров, разработка рекомендаций по корректуре и доработке, определение аппаратных и процессуальных дефектов.	ПР

Примечание: ПР- практическая работа, ЛР- лабораторная работа; Т - тестирование, Р - написание реферата, У - устный опрос, КР - контрольная работа

Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

На самостоятельную работу обучающихся отводится 32 часа учебного времени.

№	Наименование раздела, темы, вида СРС	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
1	2	3
1.	Тема 1. Правила разработки и оформления рекламного текста.	Иншакова, Н.Г. Рекламный и пиар-текст: Основы редактирования: учеб. пособие для студентов вузов [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : Аспект Пресс, 2014. — 256 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/68857 .
2.	Тема 2. Правила разработки изобразительной части рекламного обращения.	Ваншина Е. Компьютерная графика : практикум. - Оренбург : ОГУ, 2014. - 98 с. [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=259364
3.	Тема 3. Приемы увеличения эффективности рекламного обращения.	Иншакова, Н.Г. Рекламный и пиар-текст: Основы редактирования: учеб. пособие для студентов вузов [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : Аспект Пресс, 2014. — 256 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/68857 .
4.	Тема 4. Особенности разработки	Панкратов, Ф.Г. Основы рекламы : учебник / Ф.Г. Панкратов, Ю.К. Баженов, В.Г. Шахурин. - 14-е изд., перераб. и доп. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017.

	рекламного продукта	- 538 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-01804-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454093
5.	Тема 5. Полиграфические технологии в производстве рекламного продукта.	Божко А.Н. Обработка растровых изображений в Adobe Photoshop. - 2-е изд., испр. - Москва : Национальный Открытый Университет «ИНТУИТ», 2016. - 320 с. [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428970
6.	Тема 6. Способы печати рекламного продукта.	Панкратов, Ф.Г. Основы рекламы : учебник / Ф.Г. Панкратов, Ю.К. Баженов, В.Г. Шахурин. - 14-е изд., перераб. и доп. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 538 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-01804-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454093
7.	Тема 7. Запечатываемые материалы и носители для производства рекламного продукта.	Божко А.Н. Ретушь и коррекция изображений в Adobe Photoshop. - 2-е изд., исправ. - Москва : Национальный Открытый Университет «ИНТУИТ», 2016. - 427 с. [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428789
8.	Тема 8. Послепечатные процессы в производстве рекламного продукта.	Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Поляков, А. А. Романов. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 502 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00728-2. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/1BF53170-0D1A-43E0-A621-D5AD21B3C08E

МЛК.02.02 Проектная компьютерная графика и мультимедиа

Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	138
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	96
в том числе:	
занятия лекционного типа	32
практические занятия	64
лабораторные занятия	-
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	32

в том числе:	
реферат	
самостоятельная внеаудиторная работа в виде домашних практических заданий, индивидуальных заданий, самостоятельного подбора и изучения дополнительного теоретического материала	32
Консультации	10
Промежуточная аттестация	экзамен

Структура дисциплины:

Наименование разделов и тем	Количество аудиторных часов			Самостоятельная работа обучающегося (час)
	Всего	Теоретическое обучение	Практические и лабораторные занятия	
Раздел 1. Теоретико-прикладные аспекты компьютерной графики	24	6	12	6
Раздел 2. Виды компьютерной графики.	18	8	6	4
Раздел 3. Технология обработки графической информации	86	18	46	22
Всего по дисциплине	128	32	64	32

Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работ (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
Раздел 1. Теоретико-прикладные аспекты компьютерной графики			
Тема 1.1. Основы компьютерной графики	Содержание учебного материала.	10	
	1. Определение и основные задачи компьютерной графики. История развития компьютерной (машинной) графики.	4	2
	2. Области применения компьютерной графики.		2
	3. Аппаратное обеспечение компьютерной графики.		3
	Практическая работа: подключать и работать с устройствами, работающими с растровыми изображениями.	4	

	Самостоятельная работа: мониторы, классификация, принцип действия, основные характеристики; принтеры, их классификация, основные характеристики и принцип работы.	2		
Тема 1.2.	Содержание учебного материала.	14		
Представление и кодирование графической информации.	1.	Аналоговый и дискретный способы представления изображения. Кодирование графической информации. Пространственная дискретизация.	2	2
	2.	Растровые изображения на экране монитора.		2
	3.	Палитры цветов в системах цветопередачи RGB, CMYK		2
	Практическая работа: работа с разными форматами графических файлов, конвертирование файлов; стандартные приложения операционной системы Windows.		8	
	Самостоятельная работа: области применения компьютерной графики (научная графика, деловая графика, конструкторская графика, иллюстративная графика, художественная и рекламная графика, графика для Интернета, компьютерная анимация); законы смешивания цветов.		4	
Раздел 2. Виды компьютерной графики.				
Тема 2.1.	Содержание учебного материала.	8		
Растровая графика.	1.	Виды компьютерной графики. Растровая, векторная и фрактальная графика.	4	2
	2.	Растровое представление изображений.		2
	3.	Средства работы с растровыми изображениями (сканер, цифровая видеокамера и др.).		3
	Практическая работа: использование средств работы с растровыми изображениями; изменение размера изображения (реальный размер); изменение и настройка разрешения различных устройств; сжатие графических файлов.		2	
	Самостоятельная работа: виды растров; средства сжатия растровой графики.		2	
Тема 2.1.	Содержание учебного материала.	10		
Векторная графика.	1.	Векторная графика, общие сведения. Элементы (объекты) векторной графики.	4	2
	2.	Применение векторной графики.		3
	3.	Векторная графика в Интернете.		2
	Практическая работа: выделение отличий и преимуществ растровой и векторной графики; средства для создания векторных изображений.		4	
	Самостоятельная работа: области применения векторной графики (реклама, наука и инженерия, искусство, развлечения и бизнес, векторная графика в Интернете).		2	
Раздел 3. Технология				

обработки графической информации			
Тема 3.1. Графика в офисных приложениях.	Содержание учебного материала.	16	
	1. Создание изображений в графических редакторах, входящем в состав офисных приложений.	4	2
	2. Векторная графика. Деловая графика.		3
	3. Создание готовых фигур, графиков, диаграмм, объектов StartArt, WordArt.		3
	Практическая работа: вставка и обработка растровых изображений в текстовом документе; нарисовать схему в виде графа с применением различных графических конструкций.	8	
	Самостоятельная работа: создание и оформление поздравительной открытки, буклета и т.д.	4	
Тема 3.2. Компьютерные презентации с использованием мультимедиа технологий	Содержание учебного материала.	16	
	1. Компьютерные презентации.	4	2
	2. Создание презентации с помощью PowerPoint.		3
	3. Компьютерные презентации с использованием мультимедиа технологии. Рисунки и графические примитивы на слайдах. Анимация в презентации.		2
	4. Интерактивная презентация: переходы между слайдами, демонстрация презентации.		3
	Практическая работа: создание презентации в PowerPoint; организация анимации и интерактивной презентации.	8	
	Самостоятельная работа: моделирование и создание проекта демонстрационных слайдов в PowerPoint.	4	
Тема 3.3. Растровые графические редакторы	Содержание учебного материала.	14	
	1. Программные средства работы с растровыми изображениями – графические редакторы. PaintNET, PhotoEditor, Gimp и др.	4	2
	2. Интерфейс и основные возможности графических редакторов. Рисование графических примитивов в растровых графических редакторах. Редактирование растровых изображений.		3
	Практическая работа: создание изображений, создание коллажа рисунков и фотографий.	6	
	Самостоятельная работа: создание целостного рисунка по заданной теме в графических программах.	4	
Тема 3.4. Векторные графические редакторы	Содержание учебного материала.	20	
	1. Графический редактор векторной графики. Inkscape, Microsoft GIF Animator и др.	4	1
	2. Работа с объектами в векторных графических редакторах.		2
	3. Пакеты 3D моделирования.		2
	4. Создание логотипа.		3
	5. Растровая и векторная анимация.		3
	6. Цифровое фото и видео		3

	Практическая работа: создание и редактирование графических изображений в графическом редакторе	12	
	Самостоятельная работа: создание рисунка по заданной теме, в программах содержащих движущиеся объекты, управление ими, комбинирование, создание анимации.	4	
Тема 3.5.	Содержание учебного материала.	20	
Издательские системы.	1. Издательские системы. Создание различной печатной продукции.	2	2
	Практическая работа: создание и оформление объявления, приглашения, визитки, календаря, веб-узла и др.	12	
	Самостоятельная работа: проектирование и создание печатного продукта.	6	
	Консультации	10	
	Всего:	138	

Содержание разделов дисциплины

Занятия лекционного типа

№	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1	Теоретико-прикладные аспекты компьютерной графики	Основы компьютерной графики. Определение и основные задачи компьютерной графики. История развития компьютерной (машинной) графики. Области применения компьютерной графики. Аппаратное обеспечение компьютерной графики. Представление и кодирование графической информации. Аналоговый и дискретный способы представления изображения. Кодирование графической информации. Пространственная дискретизация. Растровые изображения на экране монитора. Палитры цветов в системах цветопередачи RGB, CMYK.	у
2	Виды компьютерной графики.	Растровая графика. Виды компьютерной графики. Растровая, векторная и фрактальная графика. Растровое представление изображений. Средства работы с растровыми изображениями (сканер, цифровая видеокамера и др.). Векторная графика. Векторная графика, общие сведения. Элементы (объекты) векторной графики. Применение векторной графики. Векторная графика в Интернете.	у

№	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма текущего контроля
1	2	3	4
3	Технология обработки графической информации	Графика в офисных приложенияхСоздание изображений в графических редакторах, входящем в состав офисных приложений.Векторная графика. Деловая графика.Создание готовых фигур, графиков, диаграмм, объектов StartArt, WordArt. Компьютерные презентации с использованием мультимедиа технологий. Компьютерные презентации. Создание презентации с помощью PowerPoint. Компьютерные презентации с использованием мультимедиа технологии. Рисунки и графические примитивы на слайдах. Анимация в презентации. Интерактивная презентация: переходы между слайдами, демонстрация презентации. Растровые графические редакторы. Программные средства работы с растровыми изображениями – графические редакторы. PaintNET, PhotoEditor, Gimp и др.Интерфейс и основные возможности графических редакторов. Рисование графических примитивов в растровых графических редакторах.Редактирование растровых изображений. Векторные графические редакторы. Графический редактор векторной графики. Inkscape, Microsoft GIF Animator и др.Работа с объектами в векторных графических редакторах.Пакеты 3D моделирования. Создание логотипа.Растровая и векторная анимация. Цифровое фото и видео. Издательские системы.Издательские системы. Создание различной печатной продукции.	у
Примечание: Т – тестирование, Р – написание реферата, У – устный опрос, КР – контрольная работа			

Занятия семинарского типа

Практические занятия (лабораторные занятия)

№	Наименование раздела	Наименование практических (лабораторных) работ	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	Теоретико-прикладные	подключать и работать с устройствами, работающими с растровыми изображениями.	пр

	аспекты компьютерной графики	работа с разными форматами графических файлов, конвертирование файлов; стандартные приложения операционной системы Windows.	
2.	Виды компьютерной графики.	использование средств работы с растровыми изображениями; изменение размера изображения (реальный размер); изменение и настройка разрешения различных устройств; сжатие графических файлов.	пр
		выделение отличий и преимуществ растровой и векторной графики; средства для создания векторных изображений.	
3.	Технология обработки графической информации	Практическая работа: вставка и обработка растровых изображений в текстовом документе; нарисовать схему в виде графа с применением различных графических конструкций.	пр
		создание презентации в PowerPoint; организация анимации и интерактивной презентации.	
		Практическая работа: создание изображений, создание коллажа рисунков и фотографий.	пр
		создание и редактирование графических изображений в графическом редакторе	
	создание и оформление объявления, приглашения, визитки, календаря, веб-узла и др.	пр	

Примечание: ПР- практическая работа, ЛР- лабораторная работа; Т – тестирование, Р – написание реферата, У – устный опрос, КР – контрольная работа

Содержание самостоятельной работы

Индивидуальные задания:

1. Изучить мониторы, принтеры: классификация, принцип действия, основные характеристики.

2. Изучить области применения компьютерной графики (научная графика, деловая графика, конструкторская графика, иллюстративная графика, художественная и рекламная графика, графика для Интернета, компьютерная анимация); законы смешивания цветов.

3. Изучить использование средств работы с растровыми изображениями; изменение размера изображения (реальный размер); изменение и настройка разрешения различных устройств; сжатие графических файлов

4. Изучить области применения векторной графики (реклама, наука и инженерия, искусство, развлечения и бизнес, векторная графика в Интернете).

5. Выполнить создание и оформление поздравительной открытки, буклета и т.д.

6. Выполнить моделирование и создание проекта демонстрационных слайдов в PowerPoint.

7. Выполнить создание целостного рисунка по заданной теме в графических программах.

8. Выполнить создание рисунка по заданной теме, в программах, содержащих движущиеся объекты, управление ими, комбинирование, создание анимации

9. Выполнить проектирование и создание печатного продукта.

Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Самостоятельная работа учащихся является важнейшей формой учебно-воспитательного процесса.

Основная цель самостоятельной работы при изучении дисциплины – закрепить теоретические знания, полученные в ход лекционных занятий, а также сформировать практические навыки подготовки в области естествознания.

Самостоятельная работа учащихся в процессе освоения дисциплины включает:

- изучение основной и дополнительной литературы по предмету;
- изучение (конспектирование) вопросов, вызывающих затруднения при их изучении;
- работу с электронными учебными ресурсами;
- изучение материалов периодической печати, интернет ресурсов;
- подготовку к тестированию;
- подготовку к практическим занятиям,
- выполнение домашних заданий.

На самостоятельную работу обучающихся отводится 32 часа учебного времени.

№	Наименование раздела, темы, вида СРС	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
1	2	3
1.	Теоретико-прикладные аспекты компьютерной графики	Компьютерная графика : учебное пособие / сост. И.П. Хвостова, О.Л. Серветник и др. - Ставрополь : СКФУ, 2014. - 200 с. : [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=457391
2.	Виды компьютерной графики.	Божко А.Н. Обработка растровых изображений в Adobe Photoshop. - 2-е изд., испр. - Москва : Национальный Открытый Университет «ИНТУИТ», 2015. - 320 с. [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428970 Молочков В.П. Adobe Photoshop CS6. - 2-е изд., испр. - Москва : Национальный Открытый Университет «ИНТУИТ», 2016. - 339 с. [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=429052
3.	Технология обработки графической информации	Божко А.Н. Ретушь и коррекция изображений в Adobe Photoshop. - 2-е изд., исправ. - Москва : Национальный Открытый Университет «ИНТУИТ», 2015. - 427 с. [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428789 Ахтямова С.С. Программа CorelDRAW. Основные понятия и принципы работы : учебное пособие - Казань : Издательство КНИТУ, 2014. - 112 с. [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=427713

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	314
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	210
в том числе:	
занятия лекционного типа	70
практические занятия	
лабораторные занятия	140
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	92
в том числе:	
реферат	46
самостоятельная внеаудиторная работа в виде домашних практических заданий	46
Консультации	12
<i>Промежуточная аттестация в форме зачета/экзамена/дифзачета</i>	<i>зачет</i>

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры	
		1	2
Учебная нагрузка (всего)	314	133	181
Аудиторные занятия (всего)	210	96	114
В том числе:			
занятия лекционного типа	70	32	38
практические занятия (практикумы)			
лабораторные занятия	140	64	76
Самостоятельная работа (всего)	92	37	55
в том числе:			
<i>Курсовая работа</i>			
<i>Реферат</i>	52	20	32
<i>Самостоятельная внеаудиторная работа в виде</i>	40	17	23

<i>домашних практических заданий, индивидуальных заданий, самостоятельного подбора и изучения дополнительного теоретического материала</i>			
Консультации	12	6	6
Промежуточная аттестация (экзамен/зачет/дифзачет)			
Общая трудоемкость	314	139	175

Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические работы, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (если предусмотрена)	Объем часов	Уровень освоения	
1	2	3	4	
Раздел 1. Введение в фотодело				
Тема 1.1.	История возникновения. Принципы работы и техническое оснащение фотоаппарата.	14		
	Лекции			
	1 История возникновения фотографии.	2		2
	2 Основы работы с современной фототехникой. Дополнительное оборудование.	2		1
	Практические (лабораторные) занятия			6
	1 История фотографии в личностях.	1		
	2 Основные правила работы с фототехникой.			
	Самостоятельная работа обучающихся			4
1. Реферат				
Тема 1.2.	Режимы фотосъемки. Композиционный треугольник.	14		
	Лекции			
	1 Режимы фотосъемки. Композиция в фотографии.	2		1
	Практические (лабораторные) занятия			4
	1 Особенности работы режимов фотокамеры. Творческий режим.	8		
	Самостоятельная работа обучающихся			

	1.Реферат 2.Самостоятельное задание		
Тема 1.3.	Жанры фотографии. Особенности съемки фотографии при различных жанрах.	32	
	Лекции		
	1 Понятие жанр. Виды жанров и их взаимодействие.	10	1
	Практические (лабораторные) занятия	14	2
	1 Жанры фотографий на страницах печатных и интернет изданий.		
Самостоятельная работа обучающихся 1.Реферат 2. Самостоятельное задание	8		
Тема 1.4.	Основы работы в графических редакторах.	24	
	Лекции		
	1 История возникновения ретуши изображений.	2	1
	2 Графическая обработка фотографий.	4	1
	Практические (лабораторные) занятия	10	2
1 Начало работы в графическом редакторе.			
Самостоятельная работа обучающихся 1.Реферат 2.Самостоятельное задание	6		
Раздел 2. Рекламная фотография			
Тема 2.1.	Понятие рекламной фотографии. История рекламной фотографии.	8	
	Лекции		
	1 Понятие рекламной фотографии. История рекламной фотографии.	2	1
	Практические (лабораторные) занятия	2	2
	1 Анализ рекламной фотографии на страницах печатных и интернет изданий.		
Самостоятельная работа обучающихся 1.Реферат 2.Самостоятельное задание	4		

Тема 2.2.	Жанры рекламной фотографии		30	
	Лекции			
	1	Общая характеристика жанров рекламной фотографии.	6	1
	Практические (лабораторные) занятия		14	2
	1	Жанры рекламной фотографии и их анализ на страницах печатных и интернет изданий.		
Самостоятельная работа обучающихся		10		
1.Реферат				
2.Самостоятельное задание				
Тема 2.3.	Место цвета в рекламной фотографии. Психология цвета в рекламе.		26	
	Лекции			
	1	Психология цвета в рекламе	2	1
	2	Рекламная фотография и цветовая гамма.	2	1
	Практические (лабораторные) занятия		14	2
	1	Анализ рекламы и рекламной фотографии с точки зрения психологии цвета.		
Самостоятельная работа обучающихся		8		
1.Реферат				
2.Самостоятельное задание				
Тема 2.4.	Геометрия в рекламной фотографии. Принцип золотого сечения в рекламной фотографии		22	
	Лекции			
	1	Геометрия в рекламной фотографии.	4	1
	Практические (лабораторные) занятия		14	2
	1	Правила геометрии в рекламной фотографии		
Самостоятельная работа обучающихся		4		
1.Реферат				
2.Самостоятельное задание				
Раздел 3. Разработка рекламного снимка.				
Тема 3.1.	Идея, разработка и этапы подготовительного процесса.		21	
	Лекции			

	1	Идея и разработка рекламной фотографии.	4	1
	Практические (лабораторные) занятия		6	
	1	Постановка идеи заказчиком и возможности ее выполнения.		
	Самостоятельная работа обучающихся			2
	1.Реферат		11	
	2.Самостоятельное задание			
Тема 3.2.	Работа с моделью		29	
	Лекции			
	1	Работа с моделью.	4	1
	Практические (лабораторные) занятия		14	
	1	Взаимодействие фотографа и модели.		
	Самостоятельная работа обучающихся			2
	1.Реферат		11	
	2.Самостоятельное задание			
Тема 3.3.	Съемка при естественном освещении. Работа с тенями.		31	
	Лекции			
	1	Естественный свет в фотографии: виды и особенности.	6	1
	Практические (лабораторные) занятия			
	1	Правила создания фотографии с использованием света и тени.	14	
	Самостоятельная работа обучающихся			2
	1.Реферат		11	
	2.Самостоятельная работа			
Тема 3.4.	Студийная фотосъемка		37	
	Лекции			
	1	Студийная фотосъемка.	12	1
	Практические (лабораторные) занятия		14	
	1	Работа в фотостудии на практике.		
	Самостоятельная работа обучающихся			2
	1.Реферат		11	
	2.Самостоятельное задание			

Тема 3.5.	Обработка рекламных фотографий в графических редакторах AdobePhotoshop и AdobeLightroom.		31	
	Лекции			
	1	Работа фотографа в программах Adobe.	6	1
	Практические (лабораторные) занятия			2
	1	Выбор и подготовка рекламной фотографии для ретуши.	14	
	Самостоятельная работа			
	1.Реферат		11	
	2.Самостоятельное задание			

Всего: 290

Содержание разделов дисциплины

Занятия лекционного типа

№ раздела	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма текущего контроля
1	2	3	4
<i>1 семестр</i>			
1	Введение в фотодело	История возникновения. Основы работы с современной фототехникой. Дополнительное оборудование. Принципы работы и техническое оснащение фотоаппарата. Режимы фотосъемки.Творческий режим. Композиционный треугольник. Виды жанров и их взаимодействие Жанры фотографии. Особенности съемки фотографии при различных жанрах. Основы работы в графических редакторах. Графическая обработка фотографий.	Р, Т
2	Рекламная фотография	Понятие рекламной фотографии. История рекламной фотографии. Жанры рекламной фотографии. Общая характеристика жанров рекламной фотографии. Место цвета в рекламной фотографии. Психология цвета в рекламе. Рекламная фотография и цветовая гамма. Геометрия в рекламной фотографии. Принцип золотого сечения в рекламной фотографии	Р,Т.
<i>2 семестр</i>			

№ раздела	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1	Разработка рекламного снимка.	Идея, разработка и этапы подготовительного процесса.	Р
		Работа с моделью.	
		Съемка при естественном освещении: виды и особенности.. Работа с тенями.	
		Студийная фотосъемка.	
		Обработка рекламных фотографий в графических редакторах AdobePhotoshop и AdobeLightroom.	
Примечание: Т – тестирование, Р – написание реферата, У – устный опрос, КР – контрольная работа			

Занятия семинарского типа

Практические занятия (Лабораторные занятия)

№	Наименование раздела	Наименование практических (лабораторных) работ	Форма текущего контроля
1	2	3	4
<i>1 семестр</i>			
77	Введение в фотодело	История фотографии в личностях, выделение стиля фотографов.	ЛР
		Основные правила работы с фототехникой.	
		Особенности работы режимов фотокамеры. Творческий режим	
		Жанры фотографий на страницах печатных и интернет изданий.	
		Создание портрета.	
		Черно-белая фотография.	
		Анализ репортажной и стрит-фотографии на страницах печатных и интернет изданий.	
		Правила пейзажной и архитектурной фотографии.	
		Ночная съемка. Особенности работы при малой освещенности.	
		Начало работы в графическом редакторе.	
2.	Рекламная фотография	Анализ рекламной фотографии на страницах печатных и интернет изданий.	ЛР
		Жанры рекламной фотографии и их анализ на страницах печатных и интернет изданий.	

		Каталожная фотография.	
		Предметная фотографии.	
		Интерьерная и архитектурная съемка.	
		Разработки идеи фэшн-фотографии.	
		Фудстайлинг.	
		Анализ рекламы и рекламной фотографии с точки зрения психологии цвета.	
		Подбор цветовой гаммы для рекламного продукта.	
		Правила геометрии в рекламной фотографии	
		Правило третей.	
<i>2 семестр</i>			
4.	Разработка рекламного снимка.	Постановка идеи заказчиком и возможности ее выполнения.	ЛР
		Взаимодействие фотографа и модели.	
		Правила создания фотографии с использованием света и тени.	
		Работа в фотостудии на практике	
		Выбор и подготовка рекламной фотографии для ретуши. Ретушь.	
		Свет, объем и текстура в обработке изображений.	
		Ретушь портрета.	
		Обработка предметной фотографии.	

Примечание: ПР- практическая работа, ЛР- лабораторная работа; Т – тестирование, Р – написание реферата, У – устный опрос, КР – контрольная работа

Содержание самостоятельной работы

№	Наименование раздела, темы, вида СРС	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
1	2	3
1	Введение в фотодело	1. Молочков, В.П. Основы фотографии / В.П. Молочков. - 2-е изд., испр. - Москва : Национальный Открытый Университет «ИНТУИТ», 2015. - 401 с. : ил. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=429069
2	Рекламная фотография	Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для СПО / Синяева И. М., Жильцова О. Н., Жильцов Д. А. — М. : Издательство Юрайт, 2015. — 552 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03716-6. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/BE32DC43-A352-

		43FF-834B-973D452A4D33 .
3	Разработка рекламного снимка.	Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для СПО / Синяева И. М., Жильцова О. Н., Жильцов Д. А. — М. : Издательство Юрайт, 2015. — 552 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03716-6. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/BE32DC43-A352-43FF-834B-973D452A4D33 .

МЛК.02.04 Техника и технологии рекламного видео

Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Максимальная учебная нагрузка (всего часов)	Количество аудиторных часов при очной форме обучения		Самостоятельная учебная нагрузка	консультации
		лекционные	практические		
Введение	2	2			
Раздел 1. Кино и телевидение – виды экранного пространственно-временного искусства	50			8	
Тема 1.1. История и предпосылки возникновения кино и телевидения, пути их развития; исторические аналоги					
Тема 1.2. Виды экранного искусства, основные законы, пространство экрана и времени					
Тема 1.3 Кино и телевидение					
Тема 1.4. История телевизионного ролика; природа и функции					

рекламного ролика					
Тема 1.5. Производство телевизионной рекламы и другой видеопродукции					
Раздел 2. Технические средства видеосъемки	80			40	
Тема 2.1. Виды съемочной аппаратуры, ее основные узлы, носители изображения					
Тема 2.2. Съемка статичной и движущейся камерами.					
Тема 2.3. Оптика, общие понятия, технические характеристики. Дискретная оптика.					
Тема 2.4. Свет и освещение, осветительное оборудование и осветительные приборы					
Тема 2.5. Естественный и искусственный свет. Экспонетрия					
Раздел 3. Основы видеорежиссуры, процессы видеосъемки и видеопроекции	184			40	
Тема 3.1. Разработка рекламного ролика					
Тема 3.2. Основные этапы подготовительного (предпостановочног о) процесса					
Тема 3.3 .Съемочный					

процесс					
Тема 3.4. Видеомонтаж, кадр и монтаж					
Тема 3.5. Художественно- документальный образ, актер, пространство					
Тема 3.6. Видеосъемка в павильоне, в интерьере, на натуре					
Тема 3.7. Невидимый художник (оформление материала)					
Тема 3.8. Монтажно- тонировочный период					
Всего по дисциплине:	314	70	140	88	16

МЛК.02.05 Рекламный текст

Содержание и структура дисциплины

№ раз- дела	Наименование разделов	Количество часов					
		Всего	Аудиторная работа			Самостоя- тельная работа	Консуль- тации
			Л	ПЗ	ЛР		
1	2	3	4	5	6	7	
1	Рекламный текст, история, динамика развития	44	20	10	-	13	1
2	Рекламный текст и технологии	42	20	8	-	13	1
	Всего	86	40	18	-	26	2

ПП.02.01 Производственная практика (по профилю специальности)

ПП.02.01.– 252 часа, в том числе консультации – 25 часов (7 недель) – 8 сем.

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММНО-ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по профессиональному модулю

Материально-техническое обеспечение

Специализированная мебель и системы хранения (доска классная, стол и стул учителя, столы и стулья ученические, шкафы для хранения учебных пособий, системы хранения таблиц и плакатов);

технические средства обучения (рабочее место учителя: компьютер учителя, видеопроектор, экран, лицензионное ПО);

демонстрационные учебно-наглядные пособия (комплект стендов).

Лаборатория компьютерного дизайна, ул. Мира, 29 ауд. 2

3.2. Перечень необходимого программного обеспечения

- Операционная система Microsoft Windows 10 (контракт №102-АЭФ/2015 от 05.08.2015, корпоративная лицензия);
- Пакет программ Microsoft Office Professional Plus (контракт №102-АЭФ/2015 от 05.08.2015, корпоративная лицензия);
- Антивирусное программное обеспечение: ESET NOD32 Smart Security Business Edition renewal for 1790 user (контракт № 103-АЭФ/2015 от 29.07.2015);
- Система автоматизированного проектирования (САПР) AutoCad (2014) (данное программное обеспечение фирмой Autodesk распространяется бесплатно для учебных учреждений);
- Векторный графический редактор Corel CorelDRAW Graphics Suite X7 Education-Lic (5-50)(LCCDGSX7MULA2) (контракт №127-АЭФ/2014 от 29.07.2014, бессрочно);
- Многофункциональный графический редактор Adobe CLP Photoshop Extended CS6 13 Multiple Platforms Russian AOO License CLP Level 2 (50,000 - 99,999) Academic Edition (контракт 114-ОАЭФ/2012 от 27.09.2012, бессрочно);

- GIMP – свободно распространяемый растровый графический редактор, используемый для создания и обработки растровой графики License (свободное программное обеспечение, не ограничено, бессрочно);
- 7-zipGNU Lesser General Public License (свободное программное обеспечение, не ограничено, бессрочно);
- Интернет браузер Google Chrome (бесплатное программное обеспечение, не ограничено, бессрочно);
- K-Lite Codec Pack — универсальный набор кодеков (кодировщиков-декодировщиков) и утилит для просмотра и обработки аудио- и видеофайлов (бесплатное программное обеспечение, не ограничено, бессрочно);
- WinDjView – программа для просмотра файлов в формате DJV и DjVu (свободное программное обеспечение, не ограничено, бессрочно);
- Foxit Reader — прикладное программное обеспечение для просмотра электронных документов в стандарте PDF (бесплатное программное обеспечение, не ограничено, бессрочно);

3.3. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения профессионального модуля

3.3.1. Основная литература:

МДК.02.01

1. Поляков, Владимир Александрович. Разработка и технологии производства рекламного продукта [Электронный ресурс] : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Поляков, А. А. Романов. - Москва : Юрайт, 2017. - 502 с. - <https://biblio-online.ru/book/1BF53170-0D1A-43E0-A621-D5AD21B3C08E>

МДК.02.02

1. Компьютерная графика : учебное пособие / сост. И.П. Хвостова, О.Л. Серветник и др. - Ставрополь : СКФУ, 2014. - 200 с. : [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=457391>
2. Компьютерная графика : практикум / Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Северо-Кавказский федеральный университет» ; сост-ль М.С. Мелихова, Р.В. Герасимов. - Ставрополь : СКФУ, 2015. - 93 с. : ил. - Библиогр. в кн. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=458014>
3. Шпаков П.С. Основы компьютерной графики : учебное пособие. Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2014. - 398 с. [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=364588>

4. Митин, А.И. Компьютерная графика : справочно-методическое пособие / А.И. Митин, Н.В. Свертилова. - 2-е изд., стереотип. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. - 252 с. : ил., схем., табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-6593-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=443902>
5. Макарова, Т.В. Компьютерные технологии в сфере визуальных коммуникаций: работа с растровой графикой в AdobePhotoshop : учебное пособие / Т.В. Макарова ; Минобрнауки России, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Омский государственный технический университет». - Омск : Издательство ОмГТУ, 2015. - 240 с. : ил. - Библиогр.: с. 231. - ISBN 978-5-8149-2115-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=443143>
6. Божко А.Н. Обработка растровых изображений в AdobePhotoshop. - 2-е изд., испр. - Москва : Национальный Открытый Университет «ИНТУИТ», 2016. - 320 с. [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428970>
7. Молочков В.П. Работа в CorelDRAWGraphicsSuite X7. 2-е изд., испр. - Москва : Национальный Открытый Университет «ИНТУИТ», 2015. - 285 с. [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=429071>
8. Молочков В.П. AdobePhotoshop CS6. - 2-е изд., испр. - Москва : Национальный Открытый Университет «ИНТУИТ», 2015. - 339 с. [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=429052>
9. Майстренко Н.В. Мультимедийные технологии в информационных системах : учебное пособие - Тамбов : Издательство ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2015. - 82 с. [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=444959>

МДК.02.03

1. Молочков, В.П. Основы фотографии / В.П. Молочков. - 2-е изд., испр. - Москва : Национальный Открытый Университет «ИНТУИТ», 2015. - 401 с. : ил. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=429069>
2. Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для СПО / Синяева И. М., Жильцова О. Н., Жильцов Д. А. — М. : Издательство Юрайт, 2015. — 552 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03716-6. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/BE32DC43-A352-43FF-834B-973D452A4D33.

МДК.02.04

1. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Поляков, А. А. Романов. — М. : Издательство Юрайт, 2015. — 502 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00728-2. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/1BF53170-0D1A-43E0-A621-D5AD21B3C08E.

МДК.02.05

1. Сердобинцева, Е.Н. Структура и язык рекламных текстов [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : ФЛИНТА, 2015. — 160 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/84327>

2. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и рг-текста : учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. — М. : Издательство Юрайт, 2015. — 159 с. — (Серия : Университеты России). — ISBN 978-5-534-04084-5. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/06D9D246-EDB8-4142-AFE1-455E49AAB0EB.

3.3.2. Дополнительная литература:

МДК.02.01

1. Панкратов, Ф.Г. Основы рекламы : учебник / Ф.Г. Панкратов, Ю.К. Баженов, В.Г. Шахурин. - 14-е изд., перераб. и доп. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015. - 538 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-01804-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454093>

МДК.02.02.

1. Кравчук В.П. Типографика и художественно-техническое редактирование : учебное наглядное пособие. - Кемерово : КемГУКИ, 2015. - 48 с. [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=438320>
2. Лепская, Н.А. Художник и компьютер : учебное пособие / Н.А. Лепская. - Москва : Когито-Центр, 2013. - 172 с. - ISBN 978-5-89353-395-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=145067>
3. Ваншина Е. Компьютерная графика : практикум. - Оренбург : ОГУ, 2014. - 98 с. [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=259364>

4. Боброва И.И. Математика и информатика в задачах и ответах : учебно-методическое пособие. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : Флинта, 2014. - 231 с. [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=482167>
5. Божко А.Н. Ретушь и коррекция изображений в AdobePhotoshop. - 2-е изд., исправ. - Москва : Национальный Открытый Университет «ИНТУИТ», 2015. - 427 с. [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428789>
6. Ахтямова С.С. Программа CorelDRAW. Основные понятия и принципы работы : учебное пособие - Казань : Издательство КНИТУ, 2014. - 112 с. [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=427713>
7. Молочков В.П. Работа в CorelDRAW X5. - 2-е изд., испр. - Москва : Национальный Открытый Университет «ИНТУИТ», 2015. - 177 с. [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=429076>

МДК.02.03

1. Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью : учебник для бакалавров / Синяева И. М., Жильцова О. Н., Жильцов Д. А. — М. : Издательство Юрайт, 2015. — 552 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3181-5. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/C22451DB-704D-4373-87DC-32CA2CE273BF.

МДК.02.04

1. Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для СПО / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — М. : Издательство Юрайт, 2015. — 552 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03716-6. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/BE32DC43-A352-43FF-834B-973D452A4D33..

МДК.02.05

1. Руженцева, Н.Б. Стилистика и литературное редактирование рекламных и PR-текстов [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : ФЛИНТА, 2015. — 184 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/85944>.
2. Иншакова, Н.Г. Рекламный и пиар-текст: Основы редактирования: учеб. пособие для студентов вузов [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : Аспект Пресс, 2014. — 256 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/68857>.

3.3.3. Периодические издания:

1. Журнал «Новости рекламы»
2. Электронная библиотека "Издательского дома "Гребенников" (www.grebennikon.ru);
3. Базы данных компании «Ист Вью» (<http://dlib.eastview.com>).

3.3.4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. Министерство образования и науки Российской Федерации(<http://минобрнауки.рф/>);
2. Федеральный портал "Российское образование" (<http://www.edu.ru/>);
3. Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам" (<http://window.edu.ru/>);
4. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов (<http://school-collection.edu.ru/>);
5. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов (<http://fcior.edu.ru/>);
6. Образовательный портал "Учеба" (<http://www.ucheba.com/>);
7. Проект Государственного института русского языка имени А.С. Пушкина "Образование на русском" (<https://pushkininstitute.ru/>);
8. Научная электронная библиотека (НЭБ) (<http://www.elibrary.ru/>);
9. Национальная электронная библиотека (<http://нэб.рф/>);
10. КиберЛенинка (<http://cyberleninka.ru/>).
11. Справочно-информационный портал "Русский язык" (<http://gramota.ru/>);
12. Служба тематических толковых словарей (<http://www.glossary.ru/>);
13. Словари и энциклопедии (<http://dic.academic.ru/>);
14. Консультант Плюс - справочная правовая система (доступ по локальной сети)

4. ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ К ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА

4.1 Кадровое обеспечение образовательного процесса

-наличие высшего профессионального образования, соответствующего профилю модуля.

-опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы, преподаватели должны проходить стажировку в профильных организациях не реже 1 раза в 5 лет.

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой:

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

Результаты (освоенные профессиональн ые компетенции)	Основные показатели оценки результата	
--	---------------------------------------	--

<p>ПК 2.1. Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.</p>	<p>Иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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; <p>Уметь:</p> <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 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; <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - способы обработки статистических данных; - методы работы с базами данных; - методику работы со справочными и информационными материалами - основы маркетинга и методику проведения маркетинговых исследований; 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающихся в процессе освоения образовательной программы 2. Стартовая диагностика подготовки обучающихся; выявление мотивации к изучению нового материала 3. Текущий контроль в форме: <ul style="list-style-type: none"> - тестирования; - отчетов по практическим занятиям; - фронтального и индивидуального опроса на занятиях; - отчета по проделанной внеаудиторной самостоятельной работе; - докладов по wybranым темам 4. Творческих работ- оформления и защиты электронных презентаций 5. Курсовая работа 6. Итоговая аттестация в форме квалификационного экзамена
---	---	--

<p>ПК 2.2. Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.</p>	<p>Иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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; <p>Уметь:</p> <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 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; <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - способы обработки статистических данных; - методы работы с базами данных; - методику работы со справочными и - основы маркетинга и методику проведения <u>маркетинговых исследований</u>; 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы 2. Стартовая диагностика подготовки обучающихся; выявление мотивации к изучению нового материала 3. Текущий контроль в форме: <ul style="list-style-type: none"> - тестирования; - отчетов по практическим занятиям; - фронтального и индивидуального опроса на занятиях; - отчета по проделанной внеаудиторной самостоятельной работе; - докладов по выбранным темам 4. Творческих работ- оформления и защиты электронных презентаций 5. Курсовая работа 6. Итоговая аттестация в форме квалификационного экзамена
<p>ПК 2.3. Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.</p>	<p>Иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - осуществлять фотосъемку для производства рекламного продукта; 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы 2. Стартовая диагностика подготовки обучающихся; выявление мотивации к изучению нового материала 3. Текущий контроль в форме: <ul style="list-style-type: none"> - тестирования; - отчетов по

	<ul style="list-style-type: none"> - 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; <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - способы обработки статистических данных; - методы работы с базами данных; - методику работы со справочными и информационными материалами по страноведению; - основы маркетинга и методику проведения маркетинговых исследований; 	<p>практическим занятиям;</p> <ul style="list-style-type: none"> - фронтального и индивидуального опроса на занятиях; - отчета по проделанной внеаудиторной самостоятельной работе; - докладов по выбранным темам <p>4. Творческих работ- оформления и защиты электронных презентаций 5. Курсовая работа 6. Итоговая аттестация в форме квалификационного экзамена</p>
<p>ОК 1 Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес</p>	<ul style="list-style-type: none"> - постоянство демонстрации интереса к будущей профессии; - скорость адаптации к внутриорганизационным условиям работы; - активность, инициативность в процессе освоения профессиональной деятельности; - эффективность выполнения самостоятельной работы при освоении профессионального модуля; - обоснованность и наличие положительных отзывов с мест практики; <p>соответствие подготовленного материала требуемым критериям;</p>	<p>мотивации к изучению нового материала 3. Текущий контроль в форме:</p> <ul style="list-style-type: none"> - тестирования; - отчетов по практическим занятиям; - фронтального и индивидуального опроса на занятиях; - отчета по проделанной внеаудиторной самостоятельной работе; - докладов по выбранным темам <p>4. Творческих работ- оформления и защиты электронных презентаций 5. Итоговая аттестация в форме экзамена 6. Оформление и защита портфолио</p>
<p>ОК 2 Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных</p>	<ul style="list-style-type: none"> - правильность определения цели и порядка работы; - грамотность обобщения результата; - эффективность использования в работе полученных ранее знаний и умений; - рациональность распределения времени при выполнении работ; 	

задач, оценивать их эффективность и качество	<ul style="list-style-type: none"> - обоснованность выбора методов и способов решения профессиональных задач в конкретной области; - адекватность и аргументированность оценки эффективности и качества выполненных работ. 	
ОК 3 Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	<ul style="list-style-type: none"> - грамотность самоанализа и коррекции результатов собственной деятельности; - высокая ответственность за свой труд; - правильность решения стандартных и нестандартных профессиональных задач в конкретной профессиональной деятельности; 	
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	<ul style="list-style-type: none"> - точность и скорость обработки и структурирования информации; - результативность нахождения и использования источников информации; - эффективность поиска необходимой информации; - эффективность использования различных источников информации, включая электронные; - обоснованность выбора и оптимальность состава источников, необходимых для решения поставленной задачи; - полнота и доступность изложения обзора публикаций в профессиональных изданиях. 	
ОК 5 Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	<ul style="list-style-type: none"> - правильность, рациональность и техничность работы с различными прикладными программами; - правильность, рациональность и точность подготовки заданий и поручений в виде презентаций; - обоснованность использования Интернет ресурсов в ходе самостоятельной работы; - правильность, рациональность и точность использования специального и другого прикладного программного обеспечения при подготовке к учебным занятиям; 	
ОК.6 Работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.		

<p>ОК.7 Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения заданий.</p>		
<p>ОК 8 Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.</p>	<p>- регулярность и эффективность организации самостоятельной работы при изучении профессионального модуля; - эффективность планирования обучающимся повышения личностного и квалификационного уровня;</p>	
<p>ОК 9 Ориентироваться в условиях частой смены технологий</p>	<p>-</p>	
<p>ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.</p>	<p>- своевременность и осознанность проявления интереса к инновациям в области профессиональной деятельности; - решение стандартных и нестандартных профессиональных задач в области предпринимательства; - эффективность использования в работе полученных ранее знаний и умений; - рациональность распределения времени</p>	

<p>ОК 11. Владеть экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.</p>	<p>при выполнении работ; - адекватность и аргументированность оценки эффективности и качества выполненных работ. -обоснованность выбора и оптимальность состава источников, необходимых для решения поставленной задачи; -использование знаний и навыков общения на иностранном языке</p>	
--	--	--

6. ДОПОЛНИТЕЛЬНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Не предусмотрено

7. ОБУЧЕНИЕ СТУДЕНТОВ-ИНВАЛИДОВ И СТУДЕНТОВ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Порядок обучения инвалидов и студентов с ограниченными возможностями определен Положением КубГУ «Об обучении студентов-инвалидов и студентов с ограниченными возможностями здоровья»

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрены образовательные технологии, учитывающие особенности и состояние здоровья таких лиц.

РЕЦЕНЗИЯ
на рабочую программу профессионального модуля
ПМ.02 «Производство рекламной продукции»
специальность 42.02.01 Реклама

ИНСПО ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет»

Программа модуля по специальности 42.02.01 Реклама (базовой подготовки) очной формы обучения включает в себя пять программ 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, МДК.02.05 Рекламный текст ПП.02.01 Производственную практику и завершается экзаменом по профессиональному модулю. ПМ.02 разработан на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по указанному направлению, утвержденного приказом Минобрнауки РФ от от 12.05.2014 № 510 (зарегистрирован в Минюсте России 26.06.2014 № 32859)

Программа модуля регламентирует цели, ожидаемые результаты, содержание, условия и технологии реализации образовательного процесса, оценку качества подготовки выпускника по данной специальности и включает в себя: цели, задачи, компетенции, тематику теоретического курса изучаемых дисциплин, тематику и методические указания по выполнению практических работ. Такая структура построения учебных предметов способствует формированию знаний о проектной деятельности, умений применять различные методы и формы организации художественно-конструкторской деятельности.

С целью реализации компетентного подхода при подготовке студентов предполагается широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий, которые в сочетании с внеаудиторной работой позволяют сформировать и развить у студентов профессиональные навыки.

Оценка рабочих программ учебных дисциплин позволяет сделать вывод о высоком их качестве и достаточном уровне методического обеспечения. Содержание дисциплин соответствует компетентностной модели выпускника.

Помимо основного содержания рабочая программа включает необходимые сведения для работы преподавателя и задания для практических и самостоятельных работ, оценочные средства текущего контроля успеваемости, учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины. Между разделами целесообразно проведено распределение количества часов и трудоемкости, что даёт возможность в полной мере использовать технические средства и оборудование, формирует необходимые знания и умения. Тематика практических работ соответствует требованиям подготовки выпускника по специальности 42.02.01 Реклама.

Рабочая программа учебных дисциплин ПМ.02 является полным и адекватным отображением требований ФГОС СПО и образовательной программы по специальности 42.02.01 Реклама (базовая подготовка). Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам - освоения дисциплины включают оценивание практических работ, письменный контроль, устный опрос и демонстрация практических навыков.

Подводя итоги рассмотрения, можно сделать следующие выводы.

Структура программы модуля ПМ.02 «Производство рекламной продукции» по специальности 42.02.01 Реклама полностью соответствует требованиям ФГОС СПО по данной специальности.

Требования к содержанию, обновлению, реализации компетентного подхода и созданию условий для всестороннего развития личности в целом выполнены. Программа модуля и ее отдельные элементы соответствуют современному уровню развития науки, техники, культуры, экономики, технологий и социальной сферы, что обеспечивается соблюдением требований ФГОС СПО.

Рассмотренная программа безусловно может быть использована для обучения студентов, Института среднего профессионального образования ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет», по специальности 42.02.01 Реклама базовой подготовки.

Рецензент _____



Директор PR-Агентства «Игры разума»
г.Краснодар

РЕЦЕНЗИЯ

ПМ.02 Производство рекламной продукции

Рабочая программа профессионального модуля предназначена для реализации государственных требований к уровню подготовки выпускников по специальности среднего профессионального образования 42.02.01 Реклама. ПМ.02 Производство рекламной продукции.

Профессиональный модуль составлен на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования Реклама 42.02.01, утвержденного приказом Минобрнауки РФ от 12.05.2014 № 510 (зарегистрирован в Минюсте России 26.06.2014 № 32859)

Профессиональный модуль содержит следующие элементы: титульный лист, паспорт (указана область применения программы, место профессионального модуля в структуре основной образовательной программы, цели и задачи, объем учебной дисциплины и виды учебной работы); тематический план и содержание учебной дисциплины, условия реализации программы (требования к минимальному материально-техническому обеспечению, перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы); контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины.

Перечень компетенций (ОК и ПК) содержит все компетенции, указанные в тексте ФГОС.

Пункт «Информационное обеспечение обучения» заполнен, в списке основной литературы Определены требования к материальному обеспечению программы. В разделе «Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины» разработана система контроля сформированности компетенций и овладениями знаниями и умениями по каждому разделу программы. Тематика и формы контроля соответствуют целям и задачам профессионального модуля.

Четко сформулированная цель программы и структура находятся в логическом соответствии.

Содержание программы направлено на достижение результатов, определяемых ФГОС. Содержание отражает последовательность формирования знаний указанных в ФГОС. В полной мере отражены виды работ, направленные на приобретение умений.

Заключение:

ПМ.02 Производство рекламной продукции может быть использован для обеспечения профессиональной образовательной программы по специальности 42.02.01. Реклама.

Рецензент _____



Елена Ивановна Булюктова
специалист по рекламе ООО «КЕДР»
г.Краснодар

20 мая 2016 г.