1920

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Кубанский государственный университет»

Институт среднего профессионального образования

УТВЕРЖДАЮ
Директор ИСПО ГБОУ

_____ Т.П. Хлопова

«26» мая 2021 г.

Рабочая программа профессионального модуля

ПМ.02 Производство рекламной продукции

42.02.01 Реклама

Краснодар 2021

Рабочая программа профессионального модуля ПМ.02 Производство рекламной продукцииразработана 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.02Производство рекламной продукции
Форма обучения очная

Учебный год 2021-2022

2, 3, 4 курсы 4, 5, 6, 7 семестры
всего часов _____ 1267, в том числе:
максимальная учебная нагрузка обучающегося 936 часа, включая:
обязательная аудиторная учебная нагрузка _____612часа;
самостоятельная работа _____240 часов;
консультации _____50 часов;
производственная практика конс_____33 часа
производственная практика _____317часов;
форма итогового контроля экзамен квалификационный

Составитель: преподаватель _____Иваненко О.П.
_____Чугуевец А.Ю.

Утверждена на заседании предметно-цикловой комиссии _____
протокол № 10 от «24» мая 2021 г.
Председатель предметно-цикловой комиссии дисциплин направления Дизайн и Реклама _____Иваненко О.П.

«24» мая 2021 г.

Рецензент (-ы):

Директор ООО Event PR агентство "Игры разума"		Пономарев Владимир Владимирович
Руководитель отдела продаж ООО ЦИТ "Южный Парус"		Кулаков Михаил Васильевич

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.

1.3Перечень 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. лабораторны е работы и практи-ческие занятия,	Всего, часов	курсовая работа (проект), часов		
1	2	3		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	210	16	140	70	70	54			
	Раздел 3. МДК.02.03Техника 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			
	Учебная практика УП.02.01	40	4						36	
	Производственная практика ПП.02.01	317	29					-	-	288
	Всего:	1267		936						

2.2. Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ)

МДК.02.01Выполнение 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
Промежуточная аттестация в форме зачета/экзамена/дифзачета	*экзамен*

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, содерж	**Содержание учебного материала**			
	Лекции			
	1	Рекламный продукт и рекламное обращение: определения понятий. Процесс разработки и производства рекламного продукта: основные стадии рекламного	2	1

ание, структура .		процесса. Участники процесса разработки и производства 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 изобразитель	**Содержание учебного материала**			
	Лекции			
	1	Цвет в рекламе: функции, методика подбора. Композиция рекламы как способ привлечения и удержания внимания потребителя.	2	2

ной части рекламного обращения	**Практические (лабораторные) занятия**			
	1	Рекламная иллюстрация и видеоряд: функции, требования, приемы разработки. Образы-продавцы и образы-вампиры. Фирменный стиль как фактор повышения запоминаемости рекламы.	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 4. Приемы увеличения эффективности рекламного обращения				
Тема 4. Приемы увеличения эффективности 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-програмирования. 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-програмирования. 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	Полиграфия: основные понятия. Печатание, печатная форма, полутоновые и штриховые изображения. Критерии классификации полиграфической продукции: тираж, цветность, формат, вид по материальной конструкции. 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.	2	2
	Практические (лабораторные) занятия			
		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.	16	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 6. Способы печати рекламного продукта				
Тема 1. Способы	Содержание учебного материала			
	Лекции			

печати рекламного продукта	Способы печати полиграфической рекламы и рекламы в прессе. Плоская офсетная печать: особенности технологии, виды запечатываемых материалов, возможности для производства рекламного продукта.	2	2
	Практические (лабораторные) занятия		
	Трафаретная печать: особенности технологии, виды запечатываемых материалов, возможности для производства рекламного продукта. Технологии оперативной полиграфии для производства рекламного продукта: ризография ицифровая печать. Технологии декорирования сувениров: тампопечать, деколирование, термотрансфер, лазерная гравировка, шелкография, сублимация, вышика. 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		3
	Основные характеристики запечатываемых материалов и носителей. Виды запечатываемых материалов для рекламы в прессе, печатной и наружной рекламы, упаковки, сувенирной продукции.	8	
	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, фальцовка, биговка, брошюровка. Отделка полиграфической продукции: припрессовка пленки (ламинация), лакирование, тиснение, высечка. Другие способы отделки.	2	2
	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
7 семестр			

№ раздела	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма текущего контроля
1	2	3	4
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-програмирования. Нетрадиционное использование традиционных носителей и применение нетрадиционных рекламоносителей.	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.	Цвет в рекламе: функции, методика подбора. Композиция рекламы как способ привлечения и удержания внимания потребителя.	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-програмирования. Нетрадиционное использование традиционных носителей и применение нетрадиционных рекламоносителей.	У
5	Полиграфические технологии в производстве рекламного продукта.	Полиграфия: основные понятия. Печатание, печатная форма, полутоновые и штриховые изображения. Критерии классификации полиграфической продукции: тираж, цветность, формат, вид по материальной конструкции. 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	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
7 семестр			
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-програмирования. 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-програмирования. Нетрадиционное использование традиционных носителей и применение нетрадиционных рекламоносителей.	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 ицифровая печать. Технологии декорирования сувениров: тампопечать, деколирование, термотрансфер, лазерная гравировка, шелкография, сублимация, вышика. 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

№ раздела	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма текущего контроля
1	2	3	4
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			

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	Панкратов, Ф.Г. Основы рекламы : учебник / Ф.Г. Панкратов, Ю.К. Баженов, В.Г. Шахурин. - 14-е изд., перераб. и доп. -

	разработки рекламного продукта	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
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

МДК.02.02 Проектная компьютерная графика и мультимедиа

Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	210
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	140
в том числе:	
занятия лекционного типа	70
практические занятия	70

лабораторные занятия	-
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	54
в том числе:	
реферат	
самостоятельная внеаудиторная работа в виде домашних практических заданий, индивидуальных заданий, самостоятельного подбора и изучения дополнительного теоретического материала	54
Консультации	16
Промежуточная аттестация	Другое/экзамен

Структура дисциплины:

Наименование разделов и тем	**Количество аудиторных часов**			**Самостоятельная работа обучающегося (час)**	**Консультации**
	Всего	**Теоретическое обучение**	**Практические и лабораторные занятия**		
Раздел 1.Теоретико-прикладные аспекты компьютерной графики	60	20	30	10	0
Раздел 2. Виды компьютерной графики.	30	10	10	10	0
Раздел 3. Технология обработки графической информации	120	40	30	34	16
Всего по дисциплине	210	70	70	54	16

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.	**Содержание учебного материала.**	**10**	

Основы компьютерной графики	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. Представление и кодирование графической информации.	**Содержание учебного материала.**		**50**	
	1.	Аналоговый и дискретный способы представления изображения. Кодирование графической информации. Пространственная дискретизация.	16	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**.**		26	
	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.		8	
Раздел 2. Виды компьютерной графики.				
Тема 2.1. Растровая графика.	**Содержание учебного материала.**		**16**	
	1.	Виды компьютерной графики. Растровая, векторная и фрактальная графика.	6	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.		4	
	Самостоятельная работа: виды растров; средства сжатия растровой графики.		6	
Тема 2.2. Векторная графика.	**Содержание учебного материала.**		**14**	
	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.		6	
	Самостоятельная работа: области применения векторной графики (реклама, наука и инженерия, искусство, развлечения и бизнес, векторная графика в Интернете).		4	
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.	8	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.		6	
	Самостоятельная работа: создание и оформление поздравительной открытки, буклета и т.д.		2	
Тема 3.2. Компьютерные презентации с использованием мультимедиа технологий	**Содержание учебного материала.**		**26**	
	1.	Компьютерные презентации.	8	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.		6	
	Самостоятельная работа*:* моделирование и создание проекта демонстрационных слайдов в PowerPoint.		8	
	Консультация:		4	
Тема 3.3. Растровые графические редакторы	**Содержание учебного материала.**		**26**	
	1.	Программные средства работы с растровыми изображениями – графические редакторы. PaintNET, PhotoEditor, Gimp и др.	8	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.		8	
	Консультация:		4	
Тема 3.4. Векторные графические редакторы	**Содержание учебного материала.**		**26**	
	1.	Графический редактор векторной графики. Inkcape, MicrosoftGIFAnimator и др.	8	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		6	
	Самостоятельная работа: создание рисунка по заданной теме, в программах содержащих движущиеся объекты, управление ими, комбинирование, создание анимации.		8	
	Консультация:		4	
Тема 3.5. Издательские системы.	**Содержание учебного материала.**		**26**	
	1.	Издательские системы. Создание различной печатной продукции.	8	2
	Практическая работа: создание и оформление объявления, приглашения, визитки, календаря, веб-узла и др.		6	
	Самостоятельная работа: проектирование и создание печатного продукта.		8	
	Консультация:		4	
	Всего:		**210**	

Содержание разделов дисциплины

Занятия лекционного типа

№	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма текущего контроля
1	2	3	4

№	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. Inkcape, 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.	
		создание и редактирование графических изображений в графическом редакторе	пр
		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», 2016. - 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», 2016. - 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

МДК.02.03Техника и технологии рекламной фотографии

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***
Промежуточная аттестация в форме зачета/экзамена/дифзачета	*зачет*

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:			
Курсовая работа			
Реферат	52	20	32
Самостоятельная внеаудиторная работа в виде домашних практических заданий, индивидуальных заданий, самостоятельного подбора и изучения дополнительного теоретического материала	40	17	23
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.	Основы рекламной фотографии. Принципы работы и техническое оснащение фотоаппарата.		**14**	
	Лекции			
	1	Основы рекламной фотографии.	2	2
	2	Работа с фототехникой. Строение фотоаппарата.	2	1
	Практические (лабораторные) занятия			
	1	Анализ примеров рекламных фотосессий.	6	
	2	Основные правила работы с фототехникой.		1
	Самостоятельная работа обучающихся **1.Реферат**		4	
Тема 1.2.	Режимы фотосъемки. Композиционный треугольник.		**14**	
	Лекции			

	1	Режимы фотосъемки. Композиция в фотографии.	2	1
	Практические (лабораторные) занятия			
	1	Особенности работы режимов фотокамеры. Творческий режим.	4	2
	Самостоятельная работа обучающихся **1.Реферат** **2.Самостоятельное задание**		8	
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	
	1	Жанры фотографий на страницах печатных и интернет изданий.		2
	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	
	1	Начало работы в графическом редакторе.		2
	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			
	1	Анализ рекламной фотографии на страницах печатных и интернет изданий.	2	2
	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	
	1	Жанры рекламной фотографии и их анализ на страницах печатных и интернет изданий.		2
	Самостоятельная работа обучающихся **1.Реферат** **2.Самостоятельное задание**		10	
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			
	1	Анализ рекламы и рекламной фотографии с точки зрения психологии цвета.	14	
	Самостоятельная работа обучающихся **1.Реферат** **2.Самостоятельное задание**		8	2
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			2

	1	Правила геометрии в рекламной фотографии	14	
	Самостоятельная работа обучающихся **1.Реферат** **2.Самостоятельное задание**		4	
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.		2
	Самостоятельная работа обучающихся **1.Реферат** **2.Самостоятельное задание**		11	
Тема 3.2.	Работа с моделью		**29**	
	Лекции			
	1	Работа с моделью.	4	1
	Практические (лабораторные) занятия		14	
	1	Взаимодействие фотографа и модели.		2
	Самостоятельная работа обучающихся **1.Реферат** **2.Самостоятельное задание**		11	
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 **1.Реферат** **2.Самостоятельная работа**		11	2

Тема 3.4.	Студийная фотосъемка		**37**	
	Лекции			
	1	Студийная фотосъемка.	12	1
	Практические (лабораторные) занятия		14	
	1	Работа в фотостудии на практике.		2
	Самостоятельная работа обучающихся **1.Реферат** **2.Самостоятельное задание**		11	
Тема 3.5.	Обработка рекламных фотографий в графическом редакторе GIMP.		**31**	
	Лекции			
	1	Работа фотографа в программе GIMP.	6	1
	Практические (лабораторные) занятия		14	2
	1	Выбор и подготовка рекламной фотографии для ретуши.		
	Самостоятельная работа **1.Реферат** **2.Самостоятельное задание**		11	

Всего: 290

Содержание разделов дисциплины

Занятия лекционного типа

№ раздела	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1 семестр			
1	**Введение в фотодело**	Основы рекламной фотографии. Основы работы с современной фототехникой. Дополнительное оборудование. Принципы работы и техническое оснащение фотоаппарата.	Р, Т
		Режимы фотосъемки. Творческий режим. Композиционный треугольник. Виды жанров и их взаимодействие	
		Жанры фотографии. Особенности съемки фотографии при различных жанрах.	

№ раздела	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма текущего контроля
1	2	3	4
		Основы работы в графических редакторах. Графическая обработка фотографий.	
2	**Рекламная фотография**	Понятие рекламной фотографии. История рекламной фотографии.	Р,Т.
		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	
2 семестр			
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 семестр			
1	2	3	4
77	**Введение в фотодело**	Сравнительный анализ примеров рекламной фотосъемки.	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.	
2 семестр			
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», 2016. - 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, 2017. — 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, 2017. — 552 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03716-6. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/BE32DC43-A352-43FF-834B-973D452A4D33.

Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры	
		1	2
Максимальная учебная нагрузка (всего)	314	142	172
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	210	96	114
В том числе:			
занятия лекционного типа	70	32	38
практические занятия (практикумы)	140	64	76
Самостоятельная работа обучающегося (всего)			
в том числе:			
Самостоятельная внеаудиторная работа в виде домашних практических заданий, индивидуальных заданий, самостоятельного подбора и изучения дополнительного теоретического материала	88	38	54
Консультации	16	8	4
Промежуточная аттестация		контр.работа	экзамен
Общая трудоемкость	314	142	172

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**	**2**
Тема 1.1. История и		2 История возникновения кино	2 Введение 2 История мирового	2 Подготовка эскизаинформ	

предпосылки возникновения кино и телевидения, пути их развития; исторические аналоги		и телевидения, этапы становления кинематографа и телевидения как системы экранного искусства. Поиск выразительных средств на пути от немого кино к звуковому кинематографу. История и предпосылки возникновения кино и телевидения, пути их развития; исторические аналоги. 2Обзор и анализ рекламной продукции наружной рекламы. Световые короба, объемные буквы, неоновая реклама, информационные стенды, щитовая реклама, крышные установки, рекламные стелы, транспортная реклама. 2 Технологии создания наружной рекламы. История производства печатной продукции, ее состояние на сегодняшний день. 2Реклама в прессе. Характеристика газетно-журнальной рекламы. Реклама в газетах. Характеристика типов газет. Реклама в журналах. Рекламные блоки. Реклама на обложке. Прямая почтовая рассылка (ППР). Требования к тексту ППР. Тексты	кино. История советского кино. История возникновения и развития телевидения. Выполнение семиотического анализа рекламного продукта. 2 Реклама в газетах. Реклама в журналах. Тексты радиорекламы. Интернет-реклама. 2 Видеоблоггинг. Видеоблоггеры. Анализ известных рекламных видеороликов. Ведение и пополнение рекламного словаря. 2 Введение 2 История создания синематографа Первые технические кинематографическ ие изобретения а) фоторужьё, фоноскоп, тахископ, оптичекий театр, б) кинетограф Эдисона (1891), плеограф»Прушинс кого (1894), синематограф бр. Люмьер, хронофотографДем ени (1895), витаскоп Армата (1896). 2 Знакомство с первым кинороликом братьев Люмьер Обзор, просмотр несколько раз,	ационного рекламного стенда. 2 Подготовкаре кламной надписи на фартук для домохозяйки. 2Подготовка реферата потеме: «Кино и телевидение – виды экранного пространстве нно-временного искусства». 4 История мирового кино	

		радиорекламы. Рекомендации по созданию радиотекста. Интернетреклама. Требования к текстам интернет-рекламы.	анализ. 2 Знакомство с «немым» кинематографом Эпоха Ч.Чаплина. Фильм AnnabelleSerpentine Dance(«Танец ЛоиФуллер») - короткометражный немой фильм компании Томас Эдисона, снятый с помощью кинетоскопа. Звук, цвет в кино. Первый полнометражный цветной фильм«Бекки Шарп» (амер. реж.Р.Мамулян, 1935). Первый немой худ.фильм в России. С. Эйзенштейн «Броненосец «Потёмкин». 2 Исторические имена - создатели ТВ У.Смит, Г.Герц, П.Нипков, Д.Бэрд, Ч. Дженкинс, О.Адамян, Л.Теркен,М.Дикман н. Б.Розинг,В.Зворыкин, Д.Сарнов.		
Тема 1.2. Виды экранного искусства, основные законы, пространство экрана и времени		2 Виды экранного искусства, его основные законы, природа и сущность экранной зрелищности. Литературная грамотность рекламных текстов. Литературная норма. Нормативная речь. Словоупотребление. Избыточность и недостаточность информации.	2 Телевидение как вид искусства: телевизионный фильм, информация и реклама. 2 Лингвистический анализ как инструмент изучения языка рекламы. 2 Кино, его	2 Анализ рекламных текстов с нарушением литературных норм (по материалам СМИ и периодической печати). 2Подготовка рефератов потемам, соответствующим изучаемому	

		Лексическая сочетаемость слов в тексте. Употребление однокоренных слов во фразе. 2 Рамки использования слов. Точность слова, формы и синтаксической конструкции. Правильная расстановка знаков препинания. Правила и рекомендации при написании рекламных текстов.	технические и художественные возможности. Художественно-языковые средства (семиотика) кино: монтаж, ракурс, крупный план, средний, общий, смысловой знак. Система Станиславского: метод психологического анализа, поток сознания, интеллектуализм. Кино – искусство синтетическое: соединениеэлементов литературы и многих других искусств — театра, музыки, живописи, архитектуры, балета. 2 Принципы телевизионного сигнала и возможности передачи его зрителю. NTSC - NationalTelevisionSystemCommittee — Национальный комитет по телевизионным системам (1953). SECAM -Séquentiel couleur avec mémoire, позднее Séquentielcouleur à mémoire — система аналоговог о цветного ТВ (1965) PAL - PhaseAlternatingLine — самая распространённая стандартная система аналового цветного ТВ (1967). Настроечный телевизионный	разделу.	

			сигнал. Обзор таблиц этих сигналов: горизонтальные цветные полосы, сетчатое поле, шахматное поле, серая шкала, сигналы цветных полей,«Пачки» синусоидальных сигналов, тестовые таблицы. 2 Анализ телевизионного фильма (на выбор студента).		
Тема 1.3 Кино и телевидение		2ТВ организации, виды видеостудий. Методы производства кинофильма. Места съемок. ТВ студия: оборудование, аппаратные, съемочная группа. Практика производства. Автор закадрового текста, монологов и диалогов. 2Специфика создания текстов на радио и закадровых текстов для телевизионныхматериалов. Информационная, аналитическая и художественная публицистика. Соотнесение этих понятий с рекламными текстами. 2 Герои и персонажи – принципы их использования в рекламных произведениях. Особенности прямой и косвенной речи в рекламных материалах.	2 Виды видеостудий. Методы производства кинофильма. Места съемок.ТВ-студия: оборудование, аппаратная, съемочная группа. 2 Практика производства. Мастерство создания диалога. Специфика рекламного диалога. Жанры рекламных материалов с использованием диалога. Актёрский диалог и общение документальных героев и персонажей. 2 Формы литературной записи, оформление сценариев подобных аудио- и видеоматериалов. Практическое занятие. 2 Тренинг «Мастерство создания диалога». 2 Анализ современных популярных	2 Написание монолога (диалога) для радио на представленную тематику. 2 Подготовка рефератов потемам, соответствующим изучаемому разделу.	

		Монолог и диалог.	художественных фильмов («Бумер», «Дурак», «Обитаемый остров» и др.). 2 Рекламная терминология, соответствующая разделу. 2 Общее между телевизионным фильмом, информацией и рекламой Примеры, персональные видеокуски. 2 Различия между телевизионным фильмом, информацией и рекламой Примеры, персональные видеокуски. 2 Виды видеостудий. Профессиональные, любительские, авторские. Виды видеосъёмок. Постановочная, любительская, репортажная. 2 Этапы производства кинофильма. Проектирование (development). Предварительная подготовка (pre-production). Съемки(production). Пост-производство (postproduction)Распространение (sale).	4 Места съемок 6 ТВ-студия: оборудование, аппаратная, съемочная группа.	
Тема 1.4. История телевизионного ролика; природа и функции рекламного ролика		2История американской и европейской ТВ рекламы. История и анализ российской ТВ рекламы. Фестивали ТВ рекламы, формы их проведения. Функции телевизионного	2 История американской и европейской ТВ рекламы. История и анализ российской рекламы. 2 Фестивали ТВ рекламы и формы их проведения. Функции	1Анализ рекламного ролика, заинтересовавшего по какой-либо причине. 2 Подготовка рефератов потемам, соответствую	

		рекламного продукта. Рекламная терминология, пополнение словаря рекламных терминов.	телевизионной рекламы продукта. 4Анализ рекламных роликов Тимура Бекмамбетова. 2 Примеры из истории американской и европейской ТВ рекламы. 2 Анализ социального видеоролика советского периода «Фитиль» (на выбор студента) 2 История и анализ российской рекламы	щим изучаемому разделу. 8 Фестивали ТВ рекламы (и другие медийные кинофорумы), формы их проведения (примеры)	
Тема 1.5. Производство телевизионной рекламы и другой видеопродукции		2 Жанровые особенности телевизионной рекламы. Рекламная история как основа рекламной продукции. Российские и зарубежные рекламные агентства. Формы и специфика производства и проката телевизионной рекламы. Убеждающее изображение, его влияние на зрительскую аудиторию.	2 Жанровые особенности ТВ рекламы. Рекламная история как основа рекламной продукции. 2Российские и зарубежные рекламные агентства. Форма и специфика производства. 2 Прокат ТВ рекламы. Убеждающее изображение, его влияние на зрительскую аудиторию. 2 Перечень (о каждом поподробнее, с презентацией) основных этапов производства телевизионной рекламы и другой видеопродукции бриф (творческое	2 Подготовка рефератов потемам, соответствующим изучаемому разделу. 4Создание телевизионной рекламы, учитывая жанровые особенности. 4Создание убеждающего изображения в телевизионной рекламе.	

			задание - медиа-бриф, креативный бриф, экспертный бриф), написание сценария, раскадровка, составление сметы и подготовка к съемкам (подбор актеров, оформление студии), съемка и монтаж. 2 Специфика проката телевизионной рекламы Вербальные, визуальные, слуховые стимулы. Приемы психологического воздействия рекламных роликов на реципиента: информационный, эмоциональный, патриотический, юмористический. Практический анализ процедуры проката рекламного продукта		
Раздел 2. Технические средства видеосъемки	**80**			**40**	**2**
Тема 2.1. Виды съемочной аппаратуры, ее основные узлы, носители изображения		2Съемочный аппарат как основной изобразительный инструмент экрана, история его совершенствования от люмьеровского синематографа до современного видеокамкордера. Фотокамера и видеокамера, признаки их сходства и различия. Особенности устройства различных видеокамер, характеристики и	2Съемочный аппарат, как изобразительный инструмент жанра. История его усовершенствования. 2Фотокамера и видеокамера, признаки их сходства и различия. Особенности устройства различных видеокамер и характеристики. 2 Телевизионное киноизображение,	2 Подготовка фотографий, отснятых разными объективами. 8 Создание ролика на заданную тематику. 1 Составление сравнительной таблицы «Видеооборудование и его область применения». 2 Подготовка рефератов	

		свойства объектива съемочного аппарата, предопределяющие изобразительную зрелищность и выразительность кадра. 2Профессиональные фотокамеры, классификация фотокамер и их характеристики, область применения, вспышки, аксессуары к фотокамере (штативы, моноподы, фотосумки, фоторюкзаки, Flash-карты, аккумуляторы, светофильтры, UV-фильтры, бленды). 2 Телевизионное и киноизображение. Магия пленки и цифры. Видеосигнал, передача цвета. Видеооборудование, классификация видеокамер, их область применения, профессиональные видеокамеры. Уход за видеооборудованием, его хранение.	магия пленки и цифры. Видеосигнал, передача цвета.Объективы, классификация объективов, область применения. Эксплуатация фотооборудования. 2Студийный свет: софтбоксы, рефлекторы, фотозонты, отражатели, фоны, импульсный свет. Зависимость между диафрагмой и выдержкой. Установка баланса белого, светосилы, ISO – чувствительности. Режимы базовой и творческой зоны. 2 Эксплуатация видеооборудования. 2 Основные жанры ТВ рекламы. Анонс (телеобъявление, рекламная заставка), рекламный ролик, рекламный видеоклип, рекламная передача (примеры). 2 Особенности ТВ рекламы. Эффективность затрат, воздействие, влияние на потребителей, высокие затраты, отсутствие избирательности, негибкость. 2 Примеры рекламных историй в истории рекламной	потемам, соответствующим изучаемому разделу. 4 Создание видеоролика из домашнего арсенала 2 Создание слогана и анонса 4 Примеры самых профессиональных социальных видеороликов на различных каналах ТВ 6Создание индивидуальных роликов о данной видеопродукции	

			продукции 2 Обсуждение самых интересных анонсов программТВ. 2 Демонстрация различных аппаратур для видеосъемки – фотоаппараты, мобильные телефоны, фотокамеры, видеокамеры 2 Анализ носителей изображения и их демонстрация (презентация)		
Тема 2.2. Съемка статичной и движущейся камерами.		2 Творческие возможности приемов съемки статичной и движущейся камерами. Понятие «крупный план». Движение камеры: панорама наблюдения, сопровождение, «тревелинг». Приемы «наезд» (укрупнение) и «отъезд» как смысловые и монтажные единицы.	2 Творческие возможности приемов съемки статичной и движущейся камерами. Понятие «крупный план». Панорама и ее съемка. Приемы наезд и отъезд. Съемка изображений со штатива. 2 Съемка камерой с рук. Съемка блуждающей камерой. 2 Использование операторских приемов «наезд» и «отъезд»; 2 Понятия «крупный план», «тревелинг».	2 Подготовка рефератов потемам, соответствующим изучаемому разделу. 12Съемочная работа со штативом; камерой с рук; блуждающей камерой 2 Выбор съемочной аппаратуры	
Тема 2.3. Оптика, общие понятия, технические характеристики. Дискретная оптика.		2 Большая и малая глубины резкости. Изобразительные особенности. Фокусировка, искажение перспективы,	2 Изобразительные особенности. Фокус, искажение перспективы.Масштабность, экспозиция.Фокусное расстояние,	2 Подготовка рефератов потемам, соответствующим изучаемому разделу.	

		качество масштабирования. Экспозиция. Фокусные расстояния, диафрагма, глубина изображаемого пространства. Изобразительные особенности съемки объективами с различными фокусными расстояниями. Основные отличительные особенности дискретной оптики и объективас переменным фокусным расстоянием.	диафрагма, глубина резкости. 2Использование творческих возможностей дискретной оптики Повышенная контрастность, улучшенная цветопередача, низкийуровень засветок, искажений и бликов. 2Изобразительные особенности. 2 Масштабность, экспозиция. 2 Фокусное расстояние, диафрагма, глубина резкости.	12Съемочная работа	
Тема 2.4. Свет и освещение, осветительное оборудование и осветительные приборы		2 Цели и задачи освещения. Эффекты и состояние освещения. Интенсивность и направление света. Освещение как средство трактовки образа. Свет, тень и цвет как выразительные средства. Свет и тень, передача цвета и смешение цветов. Физические свойства света – освещенность, яркость, светлота, цветовой фон, спектральный состав света. Отражательная способность физических тел. 2 Цветовая температура источников света. Ключевая яркость.	2 Цели и задачи освещения. Эффекты и состояние освещения, интенсивность и направление света. Освещение, как средство образа. 2 Свет и тень, передача цвета и смешение цветов. Физические свойства цвета. 2 Освещение, как средство образа. Свет - формообразующий компонент. Направленный (передний (фронтальный), боковой и задний (контровой) и рассеянный свет, динамический	2 Подготовка рефератов потемам, соответствующим изучаемому разделу. 4Работа с осветительным оборудованием. Соблюдение техники безопасности при использовании	

		Визуальный и экспонометрический контроль; «серая» шкала. Свето- и цветочувствительность носителей. Светофильтры и их свойства. Экспонометрический режим, функция «баланс белого». Интервал яркостей объекта съемок. Осветительное оборудование, его устройство, приемы работы с ним, техника безопасности при использовании осветительного оборудования.	диапазон, цветовая температура. Функции света Информационно-познавательная, эмоциональная, психологическая. Дополнительные возможности цвета. 2 Физические свойства цвета. Цветовой тон, светлота, насыщенность, цветовой ряд, температура цвета, цветовые круги. Хромотические, ахромотические, полухромотические цвета.	осветительного оборудования	
Тема 2.5. Естественный и искусственный свет. Экспонометрия		2 Освещение людей, объектов, съемочной площадки. Источники света, цветной свет. Особенности съемки при искусственном освещении. Особенности съемки при естественном свете, эффекты освещения. Распределение и направление света, его интенсивность. Освещение поверхностей, выработка фактур. Импровизация в освещении, создание атмосферы освещением.	2 Источник света. Особенности съемки при искусственном освещении, естественном свете, эффекты освещения. 2 Освещение поверхности, выработка фактур. 2 Источник света. Естественные источники света: Солнце, звезды, атмосферные электрические разряды и т.д. Искусственные: пламя, разного рода лампы, светодиоды, лазеры. 2 Особенности съемки при искусственном освещении, естественном свете, эффекты освещения (просмотр индивидуальных видеороликов с	2 Подготовка рефератов потемам, соответствующим изучаемому разделу. 2Работа с осветительным оборудованием. Освещение поверхности, выработка фактур	

			комментариями) 2 Импровизация в освещении (просмотр индивидуальных видеороликов с комментариями)		
Раздел 3. Основы видеорежиссуры, процессы видеосъемки и видеопроекции	**184**			**40**	**12**
Тема 3.1. Разработка рекламного ролика		2 Рекламная история. Жанровые особенности рекламного ролика. Социальная аудитория. Направленность, использование приемов демонстрационно – визуальной символизации. Территория товара. Драматургия рекламного ролика, цели и задачи сюжета, «Манок», «провокационные ситуации» в рекламном ролике. 2 Построение сценарной заявки – рабочей версии видеоролика. Сюжет, тема, цели, проблемы, факты, жанр, видеоролика. Необходимое оборудование, актеры, место видеосъемки, видеоредакторы, в котором будет произведен монтаж и рендеринг видеоролика. Разработка идеи сценария, действий, сюжетов, эпизодов, актов. Создание образов героев, их внешности, черт	2 Рекламная история. Жанровые особенности рекламного ролика. Направленностьисп ользования приемов демонстрационно-визуальной символизации. 2Драматургия рекламного ролика, цели и задачи сюжета.«Манок», «провокационные ситуации» в рекламном ролике. 2 Подготовка сценария видеоролика на заданную тематику. 2 Создание сценария (истории, драматургии) рекламного ролика. 2 Использование приемов визуальной символизации. Концептуально-логический, проверка практикой, прием «Сказка в жизни», использова ние исторической ретроспективы, использование образа человека, использов ание приема «за	2 Подготовка сценария видеоклипа рекламной кампании. Построение сценарной заявки видеоролика, обозначение цели, проблемы, задачи. 4 Подготовка видеоклипа на заданную тематику. 2 Подготовка рефератов потемам, соответствую щим изучаемому разделу. 10Создание готового видеоролика на определенну ю тему (индивидуаль ная тематика)	

		характера, достоинств, недостатков, индивидуальности. Написание сценария ролика. Описание планов видеосъемки по готовому сценарию. Разработка идеи сценария, действий, сюжетов, эпизодов, актов. Создание образов героев, их внешности, черт характера, достоинств, недостатков, индивидуальности. Написание сценария ролика. Описание планов видеосъемки по готовому сценарию.	кадром», использование окружения, использование метафор. 2 «Манок», «провокационные ситуации» в рекламном ролике (примеры в индивидуальных видеороликах, рекламе)		
Тема 3.2.Основные этапы подготовительного (предпостановочного) процесса		2 Подготовка сценария, эскизов декорации и костюмов; отбор натуры, организация оформления съемочного пространства; подбор актеров; фото- и видео пробы. Производственные цеха, кинопрофессии. Съёмочная площадка. Взаимодействие режиссера, съёмочной группы и персонала студии. Работа актера в кадре. Авторский замысел и режиссёрское воплощение. Авторский и режиссёрский сценарий. Жанрово-тематические особенности рекламных	2 Эскизы декораций и костюмов, отбор натуры. Организация и оформление съемочного производства. 2 Подбор актеров. Видео и фото пробы. 2 Производственные цеха, кино профессии. 2 Съемочная площадка: взаимодействие режиссера, съемочной группы и персонала студии. Работа актера в кадре. 2 Ролевая игра «Клип-шоу». 2 Построение структуры сценария ролика. Построение структуры сценария видеосъемки.	2Доработка структуры сценария ролика. 2 Подготовка рефератов потемам, соответствующим изучаемому разделу.	

		видеоматериалов. Специфика создания каждого из них.	2 Подготовка сценария. Эскизы декораций и костюмов, отбор натуры. 2 Организация и оформление съемочного производства. 2 Подбор актеров. 2 Видео и фото пробы. 2 Производственные цеха, кино профессии. 2 Съемочная площадка. Взаимодействие режиссера, съемочной группы и персонала студии. 2 Работа актера в кадре		
Тема3.3. Съемочный процесс		2 Основные методы съемки, принятые в фильмопроизводстве. Постановочный репортажный метод съемки. Техника и приемы съемки (многокамерный способ съемки, панорама, съемка движения и др.). Разнообразие съемочной аппаратуры, операторская техника и приспособления. Точка съемки, ракурс, движение камеры, характер движения, ритм. Построение и композиция кадра. Стиль съёмки, размер экрана, крупность планов. Стандартные съёмки. 2 Запоминание кадра. «Субъективная»	2 Операторские приемы. Постановочный и репортажный метод съемки. 2 Техника и приемы съемки. Операторская техника и приспособления. 2 Построение и композиция кадра. Субъективная обработка изображения. 2 Влияние цвета на восприятие. Значение и поведение объекта. 2 Постоянство центров внимания. Видеосъемка общего плана. Видеосъемка крупного плана. 2 Видеосъемка диалога нескольких героев. Видеосъемка героев в движении. 2 Эксплуатация	1 Построение сценарной заявки видеоролика, обозначение цели, проблемы, задачи. 1 Подбор и подготовка места для видеосъемки ролика. 1 Проведение кастинга актеров для видеосъемки ролика. 1 Проведение дополнительной видеосъемки общих планов. 2 Проведение видеосъемки людей. 1 Составление сравнительной таблицы	

		обработка изображения. Значение объекта съёмки. Баланс композиции изображения, влияние цвета на восприятие. Значение и поведение объекта, постоянство центров внимания.Основные приемы видеосъемки. Технологии видеосъемки: общего плана, крупного плана, диалога героев, героев в движении. Понятие кадра**.** Правила построения композиции (правило третей, золотое сечение). 2 Основные задачи видеосъёмки. Понятие "ракурса" - правильный выбор точки съемки. Особенности видеосъемки человека, Особенности видеосъемки природы. Построение сценарной заявки – рабочей версии видеоролика. Сюжет, тема, цели, проблемы, факты, жанр, видеоролика. Необходимое оборудование, актеры, место видеосъемки,видеоредакторы, в котором будет произведен монтаж и рендеринг видеоролика. 2 Видеооборудование, классификация видеокамер, их область применения,	видеооборудования. 2 Настройка видеооборудования. Съемочный аппарат, как изобразительный инструмент жанра. 2 Фотокамера и видеокамера, признаки их сходства и различия. 2 Операторские приемы. 2 Постановочный и репортажный метод съемки. 2 Техника и приемы съемки. 2 Построение и композиция кадра. 2 Влияние цвета на восприятие. 2Постоянство центров внимания.	«Видеооборудование и его область применения». 2 Подготовка рефератов потемам, соответствующим изучаемому разделу.	

		профессиональные видеокамеры. Уход за видеооборудованием, его хранение. Форматы видеосъемки. Характеристики форматов видеосъемки FullHD, HDV, DVCAM и mini-DV. Форматы записи звука. Оцифровка, импорт, экспорт видеофайлов.			
Тема 3.4. Видеомонтаж, кадр и монтаж		2 Суть монтажа. Монтажные программы. Монтажное оборудование (мониторы, микшеры, компьютеры и др.). Понятие «кадр», кадр как единица пространства, времени и действия. Монтаж, монтажная фраза. Монтаж по направлению во времени, по ориентации в пространстве. Виды монтажа, творческие возможности. 2 Монтажный переход. Спецэффекты, порядок кадров, длительность эпизода, сюжета, монтажный ритм. Временной код. Прямой и черновой монтажи. Разновидности съемочных приемов, способ организации действия межкадровым монтажом. Монтажная съемка изображения в сцене.	2Монтаж как выразительное средство подготовки рекламы. Типы и формы монтажа. Монтажное оборудование: линейный, нелинейный. Виды монтажа, творческие возможности (монтажная фраза, монтаж по направлению движения, по ориентации в пространстве). 2 Монтажные переходы, спец. эффекты, длительность эпизода, монтажный ритм. Монтаж по крупности, направлению движения, ориентация в пространстве. Этическая сторона монтажа. 6 Видео-редакторы i-Movie, AdobePremiere, VSDCFreeVideoEditorx32.Форматы видео-файлов, их	2 Анализ достоинств и недостатков изучаемых программ – редактирования видео – файлов. Монтаж видеоролика в видео – редакторе. 2 Подбор музыкального сопровождения к ролику. Подбор звуковых эффектов к ролику. 2 Подготовка рефератов потемам, соответствующим изучаемому разделу.	

		Признаки монтажного сочетания в кадре. Монтаж по крупности планов, по направлению движения и ориентации в пространстве. Монтаж по композиции кадра, тону, цвету. Монтажный ритм в сцене. Этическая сторона монтажа. Современные видео-редакторы, их возможности и область применения. Форматы видео – файлов, их качество, установки проекта: система PAL, NTSC, HDR. 2 Интерфейс видео-редактора, основные панели, основные команды, захват видео, импортирование файлов, монтирование ролика в видео – редакторе. Основные принципы монтажа, видео – переходы, видео- эффекты, аудио-переходы, аудио – эффекты. Микширование звука. Формат кадра ролика, изменение его параметров в видео - редакторе. Скорость кадров в ролике. Масштабирование, прозрачность, наложение эффектов на кадры. Создание титров в видеоредакторе, визуализация проекта, просмотр, анализ ролика,	назначение. Импортирование видео-файлов в видео-редактор. 4Монтирование видеоролика. 2Создание эффектов в видеоролике. 2Создание титров в ролике. Рендеринг проекта ролика. Экспортирование видеоролика. 4 Анализ известных рекламных роликов. 2 Монтаж как выразительное средство подготовки рекламы (индивидуальные работы, видеоролики). 2 Типы и формы монтажа. Внутрикадровый, межкадровый. Монтажное оборудование. Ллинейное, нелинейное. 2 Виды монтажа (Повествовательный (или однолинейный), параллельный, ассоциативно-образный и как его подвид — дистанционный). Творческие возможности. (Монтажная фраза, монтаж по направлению движения, по		

		экспортирование ролика в необходимый формат и качества.	ориентации в пространстве) - монтажные переходы, спец. эффекты, длительность эпизода, монтажный ритм. 2 Монтаж по крупности, направлению движения, ориентация в пространстве.		
Тема 3.5. Художественно-документальный образ, актер, пространство		2 Выбор актеров первого, второго планов. Внутреннее и внешнее действия, предлагаемые обстоятельства, реальные действия. Общение в мизансцене. Особенности работы перед микрофоном и камерой на съемочной площадке. Крупный план, массовые сцены, грим. Иллюзия правды, ясность содержания, функция картинки. 2 Риторика изображения. Программы. Звуковые элементы. Интершум, художественный звук, замена звука, звук за кадром. Субъективный и объективный подходы, иллюзорные связи. Фокусировка внимания, нагнетание напряжения, раздражающие приемы. Заполнение экрана. Иллюзия времени.	2 Выбор актеров 1 и 2 классов. Внутреннее и внешнее действия, предлагаемые обстоятельства, реальные действия.Общение в мизансцене, особенности работы перед микрофоном и камерой на съемочной площадке. 2 Иллюзия правды, яркость содержания, функция картинки.Работа со звуком.Работа субъективной и объективной камерами. Фокусировка внимания, нагнетание напряжения, раздражающие приемы. Заполнение экрана, иллюзия времени. 2 Выбор актеров. 2 Общение в мизансцене, особенности	2 Написание сценария рекламного ролика длительность ю 5 минут. 2 Проведение видеосъемки рекламного ролика. 2 Подготовка рефератов потемам, соответствующим изучаемому разделу.	

			работы перед микрофоном и камерой на съемочной площадке. 2 Работа со звуком. 2 Работа субъективной и объективной камерами.		
Тема 3.6. Видеосъемка в павильоне, в интерьере, на натуре		2 Декорации, элементы их составляющие, детали и фактуры фона, частичные декорации. Реализм пространства, среды. Состояние пространства. Сетки, дымы, подвижные элементы достройки. Масштабные совмещения. Рир - и фронтпроекции, «Хромокей».	2 Декорации и составляющие их элементы. Детали и фактура фона. Реализм пространства. Состояние пространства. 2 Сетки, дымы. Подвижные элементы достройки. Масштабные совмещения. «Хромокей». 2 Декорации и составляющие их элементы: детали и фактура фона. 2 Реализм пространства. Состояние пространства. Сетки, дымы. Подвижные элементы достройки. 2 Масштабные совмещения. «Хромокей».	2 Подготовка рефератов потемам, соответствующим изучаемому разделу.	
Тема 3.7. Невидимый художник (оформление материала)		2 Титры, графика, фон для титров. Виды надписей, шрифты. Формы графики, спецэффекты. Обработка кадра, изображения, пространства. Инструменты и методы их выбора. «Естественное»	2 Титры. Виды надписей, шрифты. Формы графики, спецэффекты. Обработка кадра, изображения, пространства. Инструменты и методы их выбора. 2 Естественное появлениеискусстве	2 Съемка архитектуры для рекламы. 2Съемка пейзажа для рекламы. 1 Комбинированная съемка для рекламы. 2Подготовка к практическим	

		появление искусственных элементов. Электронные эффекты, временные эффекты. Понятие «композиции кадра». Высота точки съемки и понятие ракурса. Принципы заполнения картинной плоскости. Смысловой и изобразительный центр кадра. Объект и фон в кадре. Комбинированная съемка.	нных элементов. Электронные эффекты, временные эффекты. 2 Съемка архитектуры. Съемка пейзажа. Съемка интерьера для рекламы. Съемка жидкости. 2 Титры. Виды надписей, шрифты. 2 Формы графики, спецэффекты. 2 Обработка кадра изображения, пространство. 2 Электронные эффекты, временные эффекты.	занятиям и проработка конспектов занятий, учебной и специальной технической литературы. 2 Подготовка к лабораторным и практическим работам с использование м методических рекомендаций преподавателя, оформление лабораторно-практических работ. 2 Подготовка рефератов потемам, соответствую щим изучаемому разделу.	
Тема 3.8. Монтажно-тонировочный период		2 Режиссер и монтажер, звукорежиссер. Монтажный цех, студияозвучивания. Звуковой баланс, типы записей, обработка звука, качество звука, звуковой образ. Обработка звуковых эффектов. Фонотека. Текст. Интервью. Музыка и музыкальные эффекты, шумы. Синтетический звук. Типы записей. Звуковые дорожки. Оборудование для	2 Режиссер, монтажер, звукорежиссер. Монтажный цех, студия озвучивания. Обработка звука, звуковой образ. Обработка звуковых эффектов. 2 Текст. Интервью. Оборудование для звукозаписи. 2 Зачетное занятие. 2 Режиссер, монтажер,	2 Подготовка рефератов потемам, соответствую щим изучаемому разделу.	

		звукозаписи. 2 Зачетное занятие.	звукорежиссер. Обработка звука, звуковых эффектов, звуковой образ. 2 Текст. Интервью. 4 Зачетное занятие.		
Всего по дисциплине:	**314**	**70**	**140**	**88**	**16**

Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

№	Наименование раздела, темы, вида СРС	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
1	2	3
4.	Раздел 1. Кино и телевидение - виды экранного пространственно-временного искусства	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.
5.	Раздел 2. Технические средства видеосъемки	Синяева, И. М. Основы рекламы: учебник и практикум для СПО / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — М.: ИздательствоЮрайт, 2017. — 552 с. — (Серия:Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03716-6. — Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/BE32DC43-A352-43FF-834B-973D452A4D33. Молочков В.П. AdobePhotoshopCS6. - 2-е изд., испр. - Москва: Национальный Открытый Университет «ИНТУИТ», 2016. - 339 с. [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=429052
6.	Раздел 3. Основы видеорежиссуры, процессы видеосъемки и видеопроекции	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, 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**.

ПП.02.01 Производственная практика (по профилю специальности)

ПП.02.01.– 36 часов, в том числе консультации – 6 часов (1 неделя) – 6 сем.

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

3.УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАМПРОФЕССИОНАЛЬНОГО 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;

· Пакет программ Microsoft Office Professional Plus;

· Приложение для моделирования трёхмерных объектов SketchUp Pro Educational, Network, LAB;

· Система автоматизированного проектирования (САПР) AutoCad (данное программное обеспечение фирмой Autodeck распространяется бесплатно для учебных учреждений);

· Система автоматизированного проектирования (САПР) NanoCad (данное программное обеспечение фирмой Нанософт распространяется бесплатно для учебных учреждений);

· Векторный графический редактор CorelDRAW Graphics Suite 2019 Education License (5-50) (LCCDGS2019MLA2);

· Пакет программ в составе Adobe Creative Cloud for teams - All Apps ALL Multiple Platforms Multi European Languages Level 4 (100+) Education Device license (65297202BB04A12);

· Archicad - программный пакет для проектирования архитектурно-строительных конструкций и решений (данное программное обеспечение фирмой Graphisoft распространяется бесплатно для учебных учреждений);

· GIMP – свободно распространяемый растровый графический редактор, используемый для создания и обработки растровой графики License (свободное программное обеспечение, не ограничено, бессрочно);

· 7-zip GNULesser 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);

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», 2016. - 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», 2016. - 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», 2016. - 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, 2017. — 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, 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**.

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°», 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

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», 2016. - 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», 2016. - 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, 2017. — 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, 2017. — 552 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03716-6. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/BE32DC43-A352-43FF-834B-973D452A4D33..

3.3.3. Периодические издания:

1. Базы данных компании «Ист Вью» (http://dlib.eastview.com).

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

1. Министерство науки и высшего образования Российской Федерации : официальный сайт. – Москва. – URL: https://minobrnauki.gov.ru
2. Российское образование : федеральный портал : сайт. – Москва, 2002. – URL: http://www.edu.ru

3. Единое окно доступа к образовательным ресурсам : информационная система : сайт. – Москва, 2005. – URL: http://window.edu.ru

4. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов : федеральный портал : сайт. – Москва, 2006. – URL: http://school-collection.edu.ru

5. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов : каталог ресурсов : сайт. – Москва, 2021. – URL: http://fcior.edu.ru/

6. «УЧЕБА» : образовательный портал : сайт. – Москва, 2000. – URL: http://www.ucheba.com

7. Образование на русском : проект Государственного института русского языка им. А. С. Пушкина : сайт. – Москва, 2015. –URL: https://pushkininstitute.ru/

8. eLIBRARY.RU : научная электронная библиотека : сайт. –Москва, 2000. – URL: https://elibrary.ru

9. Национальная электронная библиотека (НЭБ) : сайт. – Москва, 2021. – URL: http://rusneb.ru

10. КиберЛенинка : научная электронная библиотека : сайт. – Москва, 2012. – URL: http://cyberleninka.ru

11. «Грамота.ру» – справочно-информационный портал : сайт. – Москва, 2000. – URL: http://gramota.ru

12. Глоссарий.ru : служба тематических толковых словарей : сайт. – Москва, 2000. – URL: http://glossary.ru

13. «Academic.ru» : словари и энциклопедии : сайт. – Москва, 2000. – URL: http://dic.academic.ru

14. КонсультантПлюс : справочная правовая система : сайт. – Москва, 1997. – URL: http://consultant.ru (доступ по локальной сети)

15. Электронный фонд нормативно-технической и нормативно-правовой информации Консорциума «Кодекс» : сайт. – Санкт-Петербург. – URL: https://docs.cntd.ru/

3.4. Перечень нормативно-правовых документов

Международные документы

1. Международный кодекс рекламной практики : с изменениями и дополнениями от 2 декабря 1986 года : принят на 47-ой сессии Исполнительного совета Международной торговой палаты // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. – Москва, 1997– . – Загл. с титул. экрана.

Федеральные законы

1. Российская Федерация. Законы. О рекламе : Федеральный закон № 38-ФЗ : текст с изменениями и дополнениями от 8 декабря 2020 года : принят Государственной Думой 22 февраля 2006 года : одобрен Советом Федерации 3 марта 2006 года // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. – Москва, 1997– . – Загл. с титул. экрана.

2. Российская Федерация. Законы. О средствах массовой информации : Закон РФ № 2124-1 от 27 декабря 1991 года : текст с изменениями и дополнениями от

30 декабря 2020 года // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. – Москва, 1997– . – Загл. с титул. экрана.

3. Российская Федерация. Законы. О защите прав потребителей : Закон РФ № 2300-1 от 7 февраля 1992 года : текст с изменениями и дополнениями от 8 декабря 2020 года // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. – Москва, 1997– . – Загл. с титул. экрана.

4. Российская Федерация. Законы. Об информации, информационных технологиях и о защите информации : Федеральный закон № 149-ФЗ : текст с изменениями и дополнениями от 9 марта 2021 года : принят Государственной Думой 8 июля 2006 года : одобрен Советом Федерации 14 июля 2006 года // Электронный фонд нормативно-технической и нормативно-правовой информации Консорциума «Кодекс» : [сайт]. – URL: https://docs.cntd.ru/document/901990051

Кодексы

1. Российская Федерация. Законы. Гражданский кодекс Российской Федерации : часть первая : ГК : текст с изменениями и дополнениями на 8 декабря 2020 года : принят Государственной Думой 21 октября 1994 года // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. – Москва, 1997– . – Загл. с титул. экрана.

2. Российская Федерация. Законы. Гражданский кодекс Российской Федерации : часть вторая : ГК : текст с изменениями и дополнениями на 28 апреля 2020 года : принят Государственной Думой 22 октября 1995 года // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. – Москва, 1997– . – Загл. с титул. экрана.

3. Российская Федерация. Законы. Гражданский кодекс Российской Федерации : часть третья : ГК : текст с изменениями и дополнениями на 18 марта 2019 года : принят Государственной Думой 1 ноября 2001 года : одобрен Советом Федерации 14 ноября 2001 года // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. – Москва, 1997– . – Загл. с титул. экрана.

4. Российская Федерация. Законы. Гражданский кодекс Российской Федерации : часть четвертая : ГК : текст с изменениями и дополнениями на 30 декабря 2020 года : принят Государственной Думой 24 ноября 2006 года : одобрен Советом Федерации 8 декабря 2006 года // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. – Москва, 1997– . – Загл. с титул. экрана.

5. Российская Федерация. Законы. Земельный кодекс Российской Федерации : ГрК : текст с изменениями и дополнениями на 30 декабря 2020 года : принят Государственной

Думой 28 сентября 2001 года : одобрен Советом Федерации 10 октября 2001 года // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. – Москва, 1997– . – Загл. с титул. экрана.

Нормативные документы министерств и ведомств

1. О рекламе лекарственных средств, медицинских изделий и медицинских услуг, методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, методов народной медицины : Письмо Федеральной антимонопольной службы № ДФ/52241/20 от 22 июня 2020 года // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. – Москва, 1997– . – Загл. с титул. экрана.

2. О разъяснении по вопросу рекламы в мессенджерах (Viber, Whatsapp), отнесение к рекламе информации, способы выявления рекламодателей : Письмо Федеральной антимонопольной службы № АК/52901/19 от 24 июня 2019 года // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. – Москва, 1997– . – Загл. с титул. экрана.

3. О разъяснении по вопросу рекламы в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» : Письмо Федеральной антимонопольной службы № АК/83509/19 от 25 сентября 2019 года // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. – Москва, 1997– . – Загл. с титул. экрана.

Нормативные акты Краснодарского края

1. Российская Федерация. Законы. Градостроительный кодекс Краснодарского края : текст с изменениями и дополнениями от 14 октября 2020 года : принят Законодательным Собранием Краснодарского края 16 июля 2008 года // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. – Москва, 1997– . – Загл. с титул. экрана.

2. Об утверждении Порядка размещения рекламных конструкций на территории муниципального образования город Краснодар : в редакции от 28 января 2021 года : Решение городской Думы Краснодара № 47 п. 4 от 25 апреля 2013 года // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. – Москва, 1997– . – Загл. с титул. экрана.

3. О внесении изменений в постановление администрации муниципального образования город Краснодар от 22.05.2014 n 3244 «Об утверждении административного регламента предоставления администрацией муниципального образования город Краснодар муниципальной услуги «Выдача разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на соответствующей территории, аннулирование таких разрешений» :

Постановление администрации муниципального образования город Краснодар № 697 от 14 февраля 2020 года // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. – Москва, 1997– . – Загл. с титул. экрана.

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 профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	
ПК 2.1. Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.	**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:** - способы обработки статистических данных; - методы работы с базами данных; - методику работы со справочными и информационными материалами - основы маркетинга и методику проведения маркетинговых исследований;	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: - 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

ПК 2.2. Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.	**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:** - способы обработки статистических данных; - методы работы с базами данных; - методику работы со справочными и - основы маркетинга и методику проведения маркетинговых исследований;	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: - 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

ПК 2.3. Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.	**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:** - 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;	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: - 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
ОК 1 Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	- 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; **соответствие подготовленного материала требуемым критериям;**	мотивации к изучению нового материала 3. Текущий контроль в форме: - 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. Итоговая аттестация в форме экзамена 6. Оформление и защита портфолио
ОК 2 Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	- правильность определения цели и порядка работы; - грамотность обобщения результата; - эффективность использования в работе полученных ранее знаний и умений; - рациональность распределения времени при выполнении работ; - обоснованность выбора методов и способов решения профессиональных задач в конкретной области; - адекватность и аргументированность оценки эффективность и качества выполненных работ.	
ОК 3 Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ственность	- 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 остного развития.	- 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 ельности.	- 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.		
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.	- регулярность и эффективность организации самостоятельной работы при изучении профессионального модуля; - эффективность планирования обучающимся повышения личностного и квалификационного уровня;	

ОК 9 Ориентироваться в условиях частой смены технологий	-	
ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.	- 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	
ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями ения на иностранном языке.	при выполнении работ; - адекватность и аргументированность оценки эффективность и качества выполненных работ. -обоснованность выбора и оптимальность состава источников, необходимых для решения поставленной задачи; -использование знаний и навыков общения иностранном языке	

6. ДОПОЛНИТЕЛЬНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕПРОФЕССИОНАЛЬНОГО 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.