1920

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

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

Институт среднего профессионального образования

УТВЕРЖДАЮ
Директор ИНСПО

_____ Т.П. Хлопова

«26» мая 2022 г.

Рабочая программа профессионального модуля

ПМ.02 Производство рекламной продукции

42.02.01 Реклама

Краснодар 2022

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 2022-2023

2, 3, 4 курсы 4, 5, 6, 7 семестры
всего часов _____1263, в том числе:
максимальная учебная нагрузка обучающегося 928 часа, включая:
обязательная аудиторная учебная нагрузка _____604часа;
самостоятельная работа _____248 часа;
консультации _____54часов;
производственная практика конс_____40 часов
производственная практика _____317часов;
форма итогового контроля экзамен квалификационный

Составитель: преподаватель _____Иваненко О.П.
_____Чугуевец А.Ю.
_____Гриценко И.С.
_____ Сикаренко А.В.
подпись

Утверждена на заседании предметно-цикловой комиссии _____
протокол № 10 от «24» мая 2022 г.
Председатель предметно-цикловой комиссии дисциплин направления Дизайн и Реклама _____Иваненко О.П.

«24» мая 2022 г.

Рецензент (-ы):

Директор ООО Event PR агентство „Игры разума"		Полищук Владимир Владимирович
Руководитель отдела продаж ООО ЦИТ "Южный Парус"		Куракоть Николай Васильевич

ЛИСТ
согласования рабочей программы профессионального модуля
ПМ.02 Производство рекламной продукции

Специальность среднего профессионального образования
42.02.01 Реклама

Зам. директора ИНСПО
_____ *Е.И. Рыбалко*
подпись

«18» мая 2022 г.

Директор Научной библиотеки КубГУ
_____ *М.А. Хуаде*
подпись
«16» мая 2022 г.

Лицо, ответственное за установку и эксплуатацию программно-информационного обеспечения образовательной программы)
_____ *И.В. Милюк*
подпись
«17» мая 2022 г.

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	192	14	128	64	64	50			
	Раздел 2. МДК.02.02 Проектная компьютерная графика и мультимедиа	206	12	132	58	74	62			
	Раздел 3. МДК.02.03Техника и технологии рекламной фотографии	254	14	172	54	118	68			
	Раздел 4. МДК.02.04 Техника и технологии рекламного видео	254	14	172	54	118	68			
	Учебная практика УП.02.01	40	4						36	
	Производственная практика ПП.02.01	317	29					-	-	288
	Всего:	1263		928						

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)	192
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	128
в том числе:	
занятия лекционного типа	64
практические занятия	64
лабораторные занятия	
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	50
в том числе:	
самостоятельная внеаудиторная работа в виде домашних практических заданий, индивидуальных заданий, самостоятельного подбора и изучения дополнительного теоретического материала	50
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	8	1

ание, структ ура .		процесса. Участники процесса разработки и производства рекламного продукта. Модели восприятия рекламных обращений: AIDA, AIDMA, DAGMAR и др. Основы психологии поведения потребителей.		
	Практические (лабораторные) занятия		8	3
	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.		
	Самостоятельная работа обучающихся **1. Подготовка к устному опросу по лекционному материалу и контрольным вопросам** **2. Разработка творческого проекта по созданию рекламной полиграфии**		4+4	
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	8	1
	Практические (лабораторные) занятия		8	3
	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.		
	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 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.	8	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**		3+3	
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. Применение приемов NLP-програмирования. Нетрадиционное использование традиционных носителей и применение нетрадиционных рекламоносителей.	8	1
	Практические 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.	8	3
	Самостоятельная работа обучающихся 1. Подготовка к устному опросу по лекционному материалу и			

	контрольным вопросам 2. Разработка творческого проекта по созданию рекламной полиграфии.		2+4	
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.	8	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.	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 6. Способы печати рекламного продукта				
Тема 1. Способы печати	Содержание учебного материала			
	Лекции			
	Способы печати полиграфической рекламы и рекламы в прессе. Плоская офсетная печать: особенности технологии, виды		8	2

рекламного продукта	запечатываемых материалов, возможности для производства рекламного продукта.		
	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.	8	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	3+3	
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.	8	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	3+3	
	Консультация	14	
	Итого по дисциплине:	192	

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. 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.	Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью : учебник для вузов / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 552 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14843-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/488737
2.	Тема 2. Правила разработки изобразительной части рекламного обращения.	Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 431 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14532-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/488829
3.	Тема 3. Приемы увеличения эффективности рекламного обращения.	Котляров, А. С. Композиция изображения. Теория и практика : учебное пособие для среднего профессионального образования / А. С. Котляров, М. А. Кречетова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 122 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-14628-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/496930

4.	Тема 4. Особенности разработки рекламного продукта	. Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью : учебник для вузов / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 552 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14843-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/488737
5.	Тема 5. Полиграфические технологии в производстве рекламного продукта.	Григорьева, Е. И. Основы издательского дела. Электронное издание : учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. И. Григорьева, И. М. Ситдиков. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 439 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-06330-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/493915 Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью : учебник для вузов / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 552 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14843-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/488737
6.	Тема 6. Способы печати рекламного продукта.	Григорьева, Е. И. Основы издательского дела. Электронное издание : учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. И. Григорьева, И. М. Ситдиков. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 439 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-06330-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/493915 Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью : учебник для вузов / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 552 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14843-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/488737
7.	Тема 7. Запечатываемые материалы и носители для производства рекламного продукта.	Григорьева, Е. И. Основы издательского дела. Электронное издание : учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. И. Григорьева, И. М. Ситдиков. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 439 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-06330-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/493915 Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 431 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14532-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL:

		https://urait.ru/bcode/488829
8.	Тема 8. Послепечатные процессы в производстве рекламного продукта.	Григорьева, Е. И. Основы издательского дела. Электронное издание : учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. И. Григорьева, И. М. Ситдиков. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 439 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-06330-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/493915 Котляров, А. С. Композиция изображения. Теория и практика : учебное пособие для среднего профессионального образования / А. С. Котляров, М. А. Кречетова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 122 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-14628-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/496930

МДК.02.02 Проектная компьютерная графика и мультимедиа

Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	206
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	132
в том числе:	
занятия лекционного типа	58
практические занятия	74
лабораторные занятия	-
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	62
в том числе:	
реферат	
самостоятельная внеаудиторная работа в виде домашних практических заданий, индивидуальных заданий, самостоятельного подбора и изучения дополнительного теоретического материала	62
Консультации	12
Промежуточная аттестация	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	66	22	22	22	0
Раздел 2. Виды компьютерной графики.	64	18	26	20	0
Раздел 3. Технология обработки графической информации	76	18	26	20	12
Всего по дисциплине	206	58	74	62	12

Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работ (проект) *(если предусмотрены)*		Объем часов	Уровень освоения
1	2		3	4
Раздел 1.Теоретико-прикладные аспекты компьютерной графики				
Тема 1.1. Основы компьютерной графики	**Содержание учебного материала.**			
	1.	Определение и основные задачи компьютерной графики. История развития компьютерной (машинной) графики.	12	2
	2.	Области применения компьютерной графики.		2
	3.	Аппаратное обеспечение компьютерной графики.		3
	Практическая работа: подключать и работать с устройствами, работающими с растровыми изображениями.		2	
	Самостоятельная работа:мониторы, классификация, принцип действия, основные характеристики; принтеры, их классификация, основные характеристики и принцип		10	

	работы.			
Тема 1.2. Представление и кодирование графической информации.	**Содержание учебного материала.**			
	1.	Аналоговый и дискретный способы представления изображения. Кодирование графической информации. Пространственная дискретизация.	10	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**.**		20	
	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.		12	
Раздел 2. Виды компьютерной графики.				
Тема 2.1. Растровая графика.	**Содержание учебного материала.**			
	1.	Виды компьютерной графики. Растровая, векторная и фрактальная графика.	10	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.		10	
	Самостоятельная работа: виды растров; средства сжатия растровой графики.		10	
Тема 2.2. Векторная графика.	**Содержание учебного материала.**			
	1.	Векторная графика, общие сведения. Элементы (объекты) векторной графики.	8	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.		16	
	Самостоятельная работа: области применения векторной графики (реклама, наука и инженерия, искусство, развлечения и бизнес, векторная графика в Интернете).		10	
Раздел 3. Технология обработки графической информации				

Тема 3.1. Графика в офисных приложениях.	**Содержание учебного материала.**			
	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.		10	
	Самостоятельная работа: создание и оформление поздравительной открытки, буклета и т.д.		4	
Тема 3.2. Компьютерные презентации с использованием мультимедиа технологий	**Содержание учебного материала.**			
	1.	Компьютерные презентации.	4	2
	2.	Создание презентации с помощью PowerPoint.		3
	3.	Компьютерные презентации с использованием мультимедиа технологии. Рисунки и графические примитивы на слайдах. Анимация в презентации.		2
	4.	Интерактивная презентация: переходы между слайдами, демонстрация презентации.		3
	Практическая работа: создание презентации в PowerPoint; организация анимации и интерактивной презентации.		4	
	Самостоятельная работа*:* моделирование и создание проекта демонстрационных слайдов в PowerPoint.		4	
	Консультация:		4	
Тема 3.3. Растровые графические редакторы	**Содержание учебного материала.**			
	1.	Программные средства работы с растровыми изображениями – графические редакторы. PaintNET, PhotoEditor, Gimp и др.	2	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.		4	
	Самостоятельная работа:создание целостного рисунка по заданной теме в графических программах.		4	
	Консультация:		4	
Тема 3.4. Векторные графические редакторы	**Содержание учебного материала.**			
	1.	Графический редактор векторной графики. Inkcape, MicrosoftGIFAnimator и др.	2	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		4	
	Самостоятельная работа: создание рисунка по заданной теме, в программах содержащих движущиеся объекты, управление ими, комбинирование, создание анимации.		4	
	Консультация:		4	
Тема 3.5. Издательские системы.	**Содержание учебного материала.**			
	1.	Издательские системы. Создание различной печатной продукции.	2	2
	Практическая работа: создание и оформление объявления, приглашения, визитки, календаря, веб-узла и др.		4	
	Самостоятельная работа: проектирование и создание печатного продукта.		4	
	Всего:		**206**	

Содержание разделов дисциплины

Занятия лекционного типа

№	**Наименование раздела**	**Содержание раздела**	**Форма текущего контроля**
1	2	3	4
1	Теоретико-прикладные аспекты компьютерной графики	Основы компьютерной графики. Определение и основные задачи компьютерной графики. История развития компьютерной (машинной) графики. Области применения компьютерной графики. Аппаратное обеспечение компьютерной графики.Представление и кодирование графической информации. Аналоговый и дискретный способы представления изображения. Кодирование графической информации. Пространственная дискретизация. Растровые изображения на экране монитора. Палитры цветов в системах цветопередачи RGB, CMYK.	у

№	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма текущего контроля
1	2	3	4
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
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 аспекты компьютерной графики	подключать и работать с устройствами, работающими с растровыми изображениями.	пр
		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	1. Селезнев, В. А. Компьютерная графика : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Селезнев, С. А. Дмитроченко. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 218 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08440-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/491296
2.	Виды компьютерной графики.	1 Селезнев, В. А. Компьютерная графика : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Селезнев, С. А. Дмитроченко. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 218 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08440-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/491296
3.	Технология обработки	1.Селезнев, В. А. Компьютерная графика : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Селезнев,

	графической информации	С. А. Дмитроченко. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 218 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08440-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/491296 2.Котляров, А. С. Композиция изображения. Теория и практика : учебное пособие для среднего профессионального образования / А. С. Котляров, М. А. Кречетова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 122 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-14628-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/496930

МДК.02.03Техника и технологии рекламной фотографии

Вид учебной работы	*Объем часов*
Максимальная учебная нагрузка (всего)	**254**
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	**172**
в том числе:	
занятия лекционного типа	**54**
практические занятия	**118**
лабораторные занятия	
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	**68**
в том числе:	
реферат	**34**
самостоятельная внеаудиторная работа в виде домашних практических заданий	**34**
Консультации	***14***
Промежуточная аттестация в форме зачета/экзамена/дифзачета	*Зачет, Экзамен*

Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры	
		1	2
Максимальная учебная нагрузка (всего)	254	97	157
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	172	56	116
В том числе:			
занятия лекционного типа	54	20	34
практические занятия (практикумы)	118	48	70
Самостоятельная работа обучающегося (всего)			
в том числе:			
Самостоятельная внеаудиторная работа в виде домашних практических заданий, индивидуальных заданий, самостоятельного подбора и изучения дополнительного теоретического материала	68	22	46
Консультации	14	6	8
Промежуточная аттестация		зачет	экзамен
Общая трудоемкость	314	97	157

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	2
	1	Начало работы в графическом редакторе.		

	Самостоятельная работа обучающихся **1.Реферат** **2.Самостоятельное задание**		6	
Раздел 2. Рекламная фотография				
Тема 2.1.	Понятие рекламной фотографии. История рекламной фотографии.		**8**	
	Лекции			
	1	Понятие рекламной фотографии. История рекламной фотографии.	2	1
	Практические (лабораторные) занятия			
	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			
	1	Жанры рекламной фотографии и их анализ на страницах печатных и интернет изданий.	14	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	2

	Самостоятельная работа обучающихся **1.Реферат** **2.Самостоятельное задание**		8	
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			
	1	Правила геометрии в рекламной фотографии	14	2
	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**		11	

	2.Самостоятельное задание			
Тема 3.3.	Съемка при естественном освещении. Работа с тенями.		**31**	
	Лекции			
	1	Естественный свет в фотографии: виды и особенности.	6	1
	Практические (лабораторные) занятия			
	1	Правила создания фотографии с использованием света и тени.	14	
	Самостоятельная работа обучающихся **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.		
	Самостоятельная работа обучающихся **1.Реферат** **2.Самостоятельное задание**		11	2
Тема 3.5.	Обработка рекламных фотографий в графическом редакторе GIMP.		**31**	
	Лекции			
	1	Работа фотографа в программе GIMP.	6	1
	Практические (лабораторные) занятия			2
	1	Выбор и подготовка рекламной фотографии для ретуши.	14	
	Самостоятельная работа **1.Реферат** **2.Самостоятельное задание**		11	

Всего: 314 часов

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.	
		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	Наименование практических (лабораторных) работ	Форма текущего

	раздела		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. Березин, В. М. Фотожурналистика : учебник для вузов / В. М. Березин. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 226 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00353-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/489274
2	**Рекламная фотография**	1. Котляров, А. С. Композиция изображения. Теория и практика : учебное пособие для среднего профессионального образования / А. С. Котляров, М. А. Кречетова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 122 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-14628-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/496930
3	**Разработка рекламного снимка.**	1. Березин, В. М. Фотожурналистика : учебник для вузов / В. М. Березин. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 226 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00353-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/489274 2. Котляров, А. С. Композиция изображения. Теория и практика : учебное пособие для среднего профессионального образования / А. С. Котляров, М. А. Кречетова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 122 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-14628-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/496930

МДК.02.04 Техника и технологии рекламного видео

Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры	
		1	2
Максимальная учебная нагрузка (всего)	254	97	157
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	172	56	116
В том числе:			
занятия лекционного типа	54	20	34
практические занятия (практикумы)	118	48	70
Самостоятельная работа обучающегося (всего)			
в том числе:			
Самостоятельная внеаудиторная работа в виде домашних практических заданий, индивидуальных заданий, самостоятельного подбора и изучения дополнительного теоретического материала	68	22	46
Консультации	14	6	8
Промежуточная аттестация		зачет	экзамен
Общая трудоемкость	314	97	157

2.2. Структура дисциплины

Наименование разделов и тем	**Количество аудиторных часов**			**Самостоятельная работа обучающегося (час) (в т.ч. консультации)**
	Всего	**Теоретическое обучение**	**Практические и лабораторные занятия**	
Введение	**2**	**2**		
Раздел 1. Кино и телевидение – виды экранного пространственно-	**82**	**16**	**38**	**28**

временного искусства				
Тема 1.1. История и предпосылки возникновения кино и телевидения, пути их развития; исторические аналоги	17	4	8	5
Тема 1.2. Виды экранного искусства, основные законы, пространство экрана и времени	17	4	8	5
Тема 1.3 Кино и телевидение	17	4	8	5
Тема 1.4. История телевизионного ролика; природа и функции рекламного ролика	18	2	8	8
Тема 1.5. Производство телевизионной рекламы и другой видеопродукции	15	2	6	7
Раздел 2. Технические средства видеосъемки	**84**	**18**	**40**	**26**
Тема 2.1. Виды съемочной аппаратуры, ее основные узлы, носители изображения	18	6	8	4
Тема 2.2. Съемка статичной и движущейся камерами.	18	6	8	4
Тема 2.3. Оптика, общие понятия, технические характеристики. Дискретная оптика.	14	2	8	4

Тема 2.4. Свет и освещение, осветительное оборудование и осветительные приборы	16	2	8	6
Тема 2.5. Естественный и искусственный свет. Экспонометрия	18	2	8	8
Раздел 3. Основы видеорежиссуры, процессы видеосъемки и видеопроекции	86	18	40	28
Тема 3.1. Разработка рекламного ролика	10	2	4	4
Тема 3.2.Основные этапы подготовительного (предпостановочного) процесса	10	2	4	4
Тема3.3. Съемочный процесс	10	2	4	4
Тема 3.4. Видеомонтаж, кадр и монтаж	10	2	4	4
Тема 3.5. Художественно-документальный образ, актер, пространство	10	2	4	4
Тема 3.6. Видеосъемка в павильоне, в интерьере, на натуре	14	2	8	4
Тема 3.7. Невидимый художник (оформление материала)	11	3	6	2
Тема 3.8. Монтажно-тонировочный период	11	3	6	2
Консультации				**14**

Всего по дисциплине	**172**	**54**	**118**	**82**

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	**82**	**16**	**38**	**24**	**4**
Тема 1.1. История и предпосылки возникновения кино и телевидения, пути их развития; исторические аналоги		2 История возникновения кино 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	2 Введение 2 История мирового 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 Подготовка эскизаинформационного рекламного стенда. 2 Подготовкарекламной надписи на фартук для домохозяйки. 2Подготовка реферата потеме: «Кино и телевидение – виды экранного пространственно-временного искусства».	

		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 радиорекламы. Рекомендации по созданию радиотекста. Интернетреклама. Требования к текстам интернет-рекламы.	2 Введение 2 История создания синематографа Первые технические кинематографические изобретения а) фоторужьё, фоноскоп, тахископ, оптичекий театр, б) кинетограф Эдисона (1891), плеограф»Прушинского (1894), синематограф бр. Люмьер, хронофотографДемени (1895), витаскоп Армата (1896). 2 Знакомство с первым кинороликом братьев Люмьер Обзор, просмотр несколько раз, 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	4 История мирового кино	

			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.Зворыки н, 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. 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.	2 Телевидение как вид искусства: телевизионный фильм, информация и реклама. 2 Лингвистический анализ как инструмент изучения языка рекламы. 2 Кино, его 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,	2 Анализ рекламных текстов с нарушением литературных норм (по материалам СМИ и периодической печати). 2Подготовка рефератов потемам, соответствующим изучаемому разделу.	

			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 аналогового цветного ТВ (1965) PAL - PhaseAlternatingLine — самая распространённая стандартная система аналового цветного ТВ (1967). Настроечный телевизионный 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,	2 Виды видеостудий. Методы производства кинофильма. Места съемок.ТВ-студия: оборудование, аппаратная,	2 Написание монолога (диалога) для радио на представленную тематику. 2 Подготовка рефератов	

		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. Монолог и диалог.	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 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.	потемам, соответствующим изучаемому разделу. 4 Места съемок 6 ТВ-студия: оборудование, аппаратная, съемочная группа.	

			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).		
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 рекламного продукта. Рекламная терминология, пополнение словаря рекламных терминов.	2 История американской и европейской ТВ рекламы. История и анализ российской рекламы. 2 Фестивали ТВ рекламы и формы их проведения. Функции 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	1Анализ рекламного ролика, заинтересовавшего по какой-либо причине. 2 Подготовка рефератов потемам, соответствующим изучаемому разделу. 8 Фестивали ТВ рекламы (и другие медийные кинофорумы), формы их проведения (примеры)	
Тема 1.5. Производство телевизионной рекламы и		2 Жанровые особенности телевизионной рекламы. Рекламная	2 Жанровые особенности ТВ рекламы. Рекламная история как основа	2 Подготовка рефератов потемам, соответствую	

другой видеопродукции		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.	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 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,	щим изучаемому разделу. 4Создание телевизионной рекламы, учитывая жанровые особенности. 4Создание убеждающего изображения в телевизионной рекламе.	

			эмоциональный, патриотический, юмористический. Практический анализ процедуры проката рекламного продукта		
Раздел 2. Технические средства видеосъемки	**84**	**18**	**40**	**22**	**4**
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 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).	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, 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	2 Подготовка фотографий, отснятых разными объективами. 8 Создание ролика на заданную тематику. 1 Составление сравнительной таблицы «Видеооборудование и его область применения». 2 Подготовка рефератов потемам, соответствующим изучаемому разделу. 4 Создание	

		2 Телевизионное и киноизображение. Магия пленки и цифры. Видеосигнал, передача цвета. Видеооборудование, классификация видеокамер, их область применения, профессиональные видеокамеры. Уход за видеооборудованием, его хранение.	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 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)	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	
Тема 2.2. Съемка статичной и движущейся камерами.		2 Творческие возможности приемов съемки статичной и движущейся камерами. Понятие «крупный план». Движение камеры:	2 Творческие возможности приемов съемки статичной и движущейся камерами. Понятие «крупный план».	2 Подготовка рефератов потемам, соответствующим изучаемому разделу.	

		панорама наблюдения, сопровождение, «тревелинг». Приемы «наезд» (укрупнение) и «отъезд» как смысловые и монтажные единицы.	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».	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, 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.	2 Изобразительные особенности. Фокус, искажение перспективы.Масштабность, экспозиция.Фокусное расстояние, 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	2 Подготовка рефератов потемам, соответствующим изучаемому разделу. 12Съемочная работа	

			резкости.		
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. 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.	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 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.	2 Подготовка рефератов потемам, соответствующим изучаемому разделу. 4Работа с осветительным оборудованием. Соблюдение техники безопасности при использовании осветительного оборудования	
Тема 2.5. Естественный и искусственный		2 Освещение людей, объектов, съемочной площадки.	2 Источник света. Особенности съемки при	2 Подготовка рефератов потемам,	

свет. Экспонометрия		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.	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 комментариями) 2 Импровизация в освещении (просмотр индивидуальных видеороликов с комментариями)	соответствующим изучаемому разделу. 2Работа с осветительным оборудованием. Освещение поверхности, выработка фактур	
Раздел 3. Основы видеорежиссуры, процессы видеосъемки и видеопроекции	**86**	**18**	**40**	**22**	**6**
Тема 3.1. Разработка рекламного ролика		2 Рекламная история. Жанровые особенности рекламного ролика. Социальная аудитория. Направленность, использование приемов демонстрационно – визуальной символизации. Территория товара.	2 Рекламная история. Жанровые особенности рекламного ролика. Направленностьисп ользования приемов демонстрационно-визуальной символизации. 2Драматургия рекламного ролика, цели и задачи	2 Подготовка сценария видеоклипа рекламной кампании. Построение сценарной заявки видеоролика, обозначение цели, проблемы, задачи.	

		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 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.	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», использование исторической ретроспективы, использование образа человека, использование приема «за кадром», использование окружения, использование метафор. 2 «Манок», «провокационные ситуации» в рекламном ролике (примеры в индивидуальных видеороликах, рекламе)	4 Подготовка видеоклипа на заданную тематику. 2 Подготовка рефератов потемам, соответствующим изучаемому разделу. 10Создание готового видеоролика на определенную тему (индивидуальная тематика)	
Тема		2 Подготовка	2 Эскизы декораций	2Доработка	

3.2.Основные этапы подготовительн ого (предпостановоч ного) процесса		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 видеоматериалов. Специфика создания каждого из них.	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. 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	структуры сценария ролика. 2 Подготовка рефератов потемам, соответствую щим изучаемому разделу.	
Тема3.3.		2 Основные методы	2 Операторские	1 Построение	

Съемочный процесс		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» 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).	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 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.	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 «Видеооборудование и его область применения». 2 Подготовка рефератов потемам, соответствующим изучаемому разделу.	

		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, 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.	2 Влияние цвета на восприятие. 2Постоянство центров внимания.		
Тема 3.4. Видеомонтаж, кадр и монтаж		2 Суть монтажа. Монтажные программы. Монтажное оборудование (мониторы, микшеры, компьютеры и др.). Понятие «кадр», кадр	2Монтаж как выразительное средство подготовки рекламы. Типы и формы монтажа. Монтажное оборудование: линейный,	2 Анализ достоинств и недостатков изучаемых программ – редактирования видео – файлов. Монтаж видеоролика	

		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. 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-	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 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	в видео – редакторе. 2 Подбор музыкального сопровождения к ролику. Подбор звуковых эффектов к ролику. 2 Подготовка рефератов потемам, соответствующим изучаемому разделу.	

		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, экспортирование ролика в необходимый формат и качества.	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 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	2 Выбор актеров 1 и 2 классов. Внутреннее и внешнее действия, предлагаемые обстоятельства, реальные действия.Общение в мизансцене, особенности работы перед микрофоном и	2 Написание сценария рекламного ролика длительность ю 5 минут. 2 Проведение видеосъемки рекламного ролика. 2 Подготовка рефератов	

		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.	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 работы перед микрофоном и камерой на съемочной площадке. 2 Работа со звуком. 2 Работа субъективной и объективной камерами.	потемам, соответствующим изучаемому разделу.	
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 Подготовка рефератов потемам, соответствующим изучаемому разделу.	

			2 Декорации и составляющие их элементы: детали и фактура фона. 2 Реализм пространства. Состояние пространства. Сетки, дымы. Подвижные элементы достройки. 2 Масштабные совмещения. «Хромокей».		
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» 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.	2 Титры. Виды надписей, шрифты. Формы графики, спецэффекты. Обработка кадра, изображения, пространства. Инструменты и методы их выбора. 2 Естественное появлениеискусственных элементов. Электронные эффекты, временные эффекты. 2 Съемка архитектуры. Съемка пейзажа. Съемка интерьера для рекламы. Съемка жидкости. 2 Титры. Виды надписей,	2 Съемка архитектуры для рекламы. 2Съемка пейзажа для рекламы. 1 Комбинированная съемка для рекламы. 2Подготовка к практическим занятиям и проработка конспектов занятий, учебной и специальной технической литературы. 2 Подготовка к лабораторным и практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление лабораторно-практических работ. 2 Подготовка рефератов потемам, соответствующим изучаемому	

			шрифты. 2 Формы графики, спецэффекты. 2 Обработка кадра изображения, пространство. 2 Электронные эффекты, временные эффекты.	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 звукозаписи. 2 Зачетное занятие.	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, звукорежиссер. Обработка звука, звуковых эффектов, звуковой образ. 2 Текст. Интервью. 4 Зачетное занятие.	2 Подготовка рефератов потемам, соответствующим изучаемому разделу.	
Всего по дисциплине:	**254**	**54**	**118**	**68**	**14**

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 ДИСЦИПЛИНЫ

3.3.1 Основная литература

МДК.02.01

1 Григорьева, Е. И. Основы издательского дела. Электронное издание : учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. И. Григорьева, И. М. Ситдиков. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 439 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-06330-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/493915

2 Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью : учебник для вузов / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 552 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14843-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/488737

3 Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 431 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14532-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/488829

4 Котляров, А. С. Композиция изображения. Теория и практика : учебное пособие для среднего профессионального образования / А. С. Котляров, М. А. Кречетова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 122 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-14628-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/496930

МДК.02.02

2 Селезнев, В. А. Компьютерная графика : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Селезнев, С. А. Дмитроченко. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 218 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08440-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/491296

3 Котляров, А. С. Композиция изображения. Теория и практика : учебное пособие для среднего профессионального образования / А. С. Котляров, М. А. Кречетова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 122 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-14628-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/496930

МДК.02.03

1. Березин, В. М. Фотожурналистика : учебник для вузов / В. М. Березин. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 226 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00353-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/489274

2. Котляров, А. С. Композиция изображения. Теория и практика : учебное пособие для среднего профессионального образования / А. С. Котляров, М. А. Кречетова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 122 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-14628-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/496930

МДК.02.04

1. Трищенко, Д. А. Техника и технологии рекламного видео : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Д. А. Трищенко. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 177 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12575-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт URL: https://urait.ru/bcode/495930
2. Куркова, Н. С. Аудиовизуальные технологии в рекламе : учебное пособие для вузов / Н. С. Куркова. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 127 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14857-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт URL: https://urait.ru/bcode/497186
3. Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 514 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10539-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт URL: https://urait.ru/bcode/495461

3.3.2 Дополнительна литература

МДК.02.03

1. Хаас К. Фотошкола. Композиция снимка и техника цифровой съёмки: перев. С нем. – СПб.: БХВ-Петербург, 2012. – 288 с.: ил.**5.3. Периодические издания**

МДК.02.04

1. Федотова, Л. Н. Реклама: теория и практика : учебник для вузов / Л. Н. Федотова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 391 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8299-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт URL: https://urait.ru/bcode/489371
2. Душкина, М. Р. Технологии рекламы и связей с общественностью в маркетинге : учебник для вузов / М. Р. Душкина. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 462 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12811-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт URL: https://urait.ru/bcode/496326

Нормативно-правовые документы

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.

Кодексы

1. Российская Федерация. Законы. Гражданский кодекс Российской Федерации : часть первая : ГК : текст с изменениями и дополнениями на 25 февраля 2022 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 1 июля 2021 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 1 июля 2021 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 11 июня 2021 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 : ЗК : текст с изменениями и дополнениями на 1 мая 2021 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.

Федеральные законы

1. Российская Федерация. Законы. О рекламе : Федеральный закон № 38-ФЗ : текст с изменениями и дополнениями от 16 апреля 2022 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 : текст с изменениями и дополнениями от 1 июля 2021 года : принят 27 декабря 1991 года // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. – Москва, 1997– . – Загл. с титул. экрана.

3. Российская Федерация. Законы. О защите прав потребителей : Закон РФ № 2300-1 : текст с изменениями и дополнениями от 11 июня 2021 года : принят 7 февраля 1992 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 30 декабря 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

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. Градостроительный кодекс Краснодарского края : текст с изменениями и дополнениями от 29 апреля 2022 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 от 25 апреля 2013 года № 47 п. 4 // 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 от 14 февраля 2020 года № 697 // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. – Москва, 1997– . – Загл. с титул. экрана.

Государственные стандарты (ГОСТы)

1. ГОСТ Р 52044-2003. Наружная реклама на автомобильных дорогах и территориях городских и сельских поселений : Общие технические требования к средствам наружной рекламы. Правила размещения : государственный стандарт Российской Федерации : утвержден и введен в действие Постановлением Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 22 апреля 2003 г. № 124-ст : введен впервые : дата введения 2005–09–01 / разработан Государственным предприятием «РОСДОРНИИ», Главным управлением государственной инспекции безопасности дорожного движения Службы общественной безопасности Министерства внутренних дел России и Научно-

исследовательским центром Государственной инспекции безопасности дорожного движения Министерства внутренних дел России // Электронный фонд нормативно-технической и нормативно-правовой информации Консорциума «Кодекс» : [сайт]. – URL: https://docs.cntd.ru/document/1200031478.

3.3.3 Периодические издания

1. Маркетинг и маркетинговые исследования - URL: http://grebennikon.ru/journal-3.html

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. Министерство просвещения Российской Федерации: официальный сайт. – Москва. – URL: https://edu.gov.ru/
3. Российское образование: федеральный портал: сайт. – Москва, 2002. – URL: http://www.edu.ru
4. Единое окно доступа к образовательным ресурсам: информационная система: сайт. – Москва, 2005. – URL: http://window.edu.ru
5. «УЧЕБА»: образовательный портал: сайт. – Москва, 2000. – URL: http://www.ucheba.com
6. Образование на русском: проект Государственного института русского языка им. А. С. Пушкина: сайт. – Москва, 2015. –URL: https://pushkininstitute.ru/
7. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека: сайт. –Москва, 2000. – URL: https://elibrary.ru
8. Национальная электронная библиотека (НЭБ): сайт. – Москва, 2021. – URL: http://rusneb.ru
9. КиберЛенинка: научная электронная библиотека: сайт. – Москва, 2012. – URL: http://cyberleninka.ru
10. «Грамота.ру» – справочно-информационный портал: сайт. – Москва, 2000. – URL: http://gramota.ru
11. Глоссарий.ru : служба тематических толковых словарей: сайт. – Москва, 2000. – URL: http://glossary.ru
12. «Academic.ru»: словари и энциклопедии: сайт. – Москва, 2000. – URL: http://dic.academic.ru
13. КонсультантПлюс: справочная правовая система: сайт. – Москва, 1997. – URL: http://consultant.ru (доступ по локальной сети)
14. Электронный фонд нормативно-технической и нормативно-правовой информации Консорциума «Кодекс»: сайт. – Санкт-Петербург. – URL: https://docs.cntd.ru/

ПП.02.01 Производственная практика (по профилю специальности)

ПП.02.01.– 40 часов, в том числе консультации – 4 часа (1 неделя) – 6 сем.

ПП.02.01.– 317 часов, в том числе консультации – 29 часов (8 недель) – 8 сем.

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 остранном языке	

6. ДОПОЛНИТЕЛЬНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Не предусмотрено

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

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

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

РЕЦЕНЗИЯ
на рабочую программу профессионального модуля
ПМ.02 «Производство рекламной продукции»
специальность 42.02.01 Реклама
ИНСПО ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет»

Программа модуля по специальности 42.02.01 Реклама (базовой подготовки) очной формы обучения включает в себя пять программ МДК.02.01 Выполнение рекламных проектов в материале, МДК.02.02 Проектная компьютерная графика и мультимедиа, МДК.02.03 Техника и технологии рекламной фотографии, МДК.02.04 Техника и технологии рекламного видео, МДК.02.05 Рекламный текст ПП.02.01 Производственную практику и завершается экзаменом по профессиональному модулю. ПМ.02 разработан на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по указанному направлению, утвержденного приказом Минобрнауки РФ от от 12.05.2014 № 510 (зарегистрирован в Минюсте России 26.06.2014 № 32859_)

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

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

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

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

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

Подводя итоги рассмотрения, можно сделать следующие выводы.

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

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

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

Рецензент_____В.В.Полищук

Директор PR-Агентства «Игры разума»

г.Краснодар

«ИГРЫ РАЗУМА»
ИНН 2312229921
РОССИЙСКАЯ ФЕДЕРАЦИЯ
КРАСНОДАРСКИЙ КРАЙ

РЕЦЕНЗИЯ

ПМ.02 Производство рекламной продукции

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

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

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

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

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

Четко сформулированная цель программы и структура находятся в логическом соответствии.

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

Заключение:

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

Рецензент_____ Кулаков М.В.

Руководитель отдела продаж

ООО ЦИТ «Южный парус»