

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»

институт среднего

Рабочая программа профессионального модуля

ПМ.02 Производство рекламной продукции

42.02.01 Реклама

Рабочая программа профессионального модуля ПМ.02 Производство рекламной продукцииразработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее — Φ ГОС) 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	ІМ 02Произволство	ว ทองกลุพบอนี เกอกเงเรเนน
Форма обучения очная	ич.огтроизводство	о рекламной продукции
Учебный год 2022-20)23	
2, 3, 4 курсы 4, 5, 6,	7 семестры	
всего часов		1263, в том числе:
максимальная учебная нагрузка	а обучающегося	928 часа, включая:
обязательная аудиторная учебн	ая нагрузка	<u>604</u> часа;
самостоятельная работа		248 часа;
консультации		54часов;
производственная практика кон	IC	40 часов
производственная практика		317часов;
форма итогового контроля		
	1110	
Составитель: преподаватель	165	Иваненко О.П.
	Mry luf	Чугуевец А.Ю.
	They	Гриценко И.С.
_	and	Сикаренко А.В.
	подпись	
Утверждена на засе	едании предм	етно-цикловой комисси
протокол № 10 от «24» мая 202	2 г.	
Председатель предметно-цикло		циплин направления Дизайн
Реклама		Иваненко О.П.
«24» мая 2022 г.	2	
Рецензент (-ы):	TBO COL PAHLA	
Dupennap 000	No the state of th	Nounny 1
Event PR asermanto	MATP ST PASY	n n
" leper parques"	23 THE 2312229	Bushumpobur
Pyrobogation Sigena	AND STATE OF THE S	Kyraxof
Majary 000 4547	The state of the s	ple xours
"Morring Maple"	KPACH 80 C C O	Backeschae
	WE WE LOW	

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	
подпись М.А. Хуаде	
«16» мая 2022 г.	
Лицо, ответственное за установку и эксплуатацию информация иного обеспечения образовательной программы)	программно-
подпись И.В. Милюк	
«17» мая 2022 г.	

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУ	′ЛЯ 5
1.1 Область применения программы	
1.2. Цели и задачи профессионального модуля – требования к результатам	
освоения профессионального модуля	
1.3. Перечень планируемых результатов обучения по профессиональному	
модулю (перечень формируемых компетенций)	
2.СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	
2.1. Тематический план профессионального модуля	
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	
3.3. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходи	мой
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 сет	ГИ
«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 МОД	(УЛЯ
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.
OK 4.	Осуществлять поиск, анализ и оценку информации,
	необходимой для постановки и решения профессиональных
	задач, профессионального и личностного развития.
OK 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.
OK 10	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.
OK 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

				Объем времо	ени, отведенны кур	й на освоени са (курсов)	е междисци	плинарного		Практика						
Коды профессио на		Всего часов (макс, учебная			гации		ая аудиторная ающегося по ді		работа обу	оятельная учающегося иплинам		Производственная (по профилю спе- циальности)				
льных компетенц ий по модулю	профессионального	нагрузка по дисциплинам и практики)	консультации	Всего (часов)	в т.ч., лекционные (часов)	вт.ч. лабораторн ы е работы и практи- ческие занятия,	Всего, часов	курсовая работа (проект), часов	Учебная (часов)							(часов)
1	2	3		4	5	6	7	8	9	10						
ПК 2.1 ПК 2.2	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

Наиме новани е раздел ов и тем	Содержание учебного материала, практические работы, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (если предусмотрена)	Объ ем часо в	Уров ень освое ния
1	2	3	4
Раздел 1. Тема 1. Реклам	Рекламное обращение: форма, содержание, структура Содержание учебного материала		
ное обраще	Лекции		
ние: форма, содерж	Рекламный продукт и рекламное обращение: определения понятий. Процесс разработки и производства рекламного продукта: основные стадии рекламного	8	1

	77		
ание,	процесса. Участники процесса разработки и производства		
структ ура	рекламного продукта.		
ура	Модели восприятия рекламных обращений: AIDA,		
•	AIDMA, DAGMAR и др. Основы психологии поведения		
	потребителей.		
	Практические (лабораторные) занятия		
	1 Содержание рекламного обращения. Мотивы		
	поведения и психологические установки потребителя, и их		
	использование в рекламной аргументации.	8	
	Форма рекламного сообщения: тон и устойчивые		
	стилевые решения.		
	Структура рекламного обращения: типы, основные		3
	элементы, принципы разработки.		
	Самостоятельная работа обучающихся		
	1. Подготовка к устному опросу по лекционному материалу и контрольным	4+4	
	вопросам		
	2. Разработка творческого проекта по созданию рекламной полиграфии		
Розпол 2			
1 аздел 2.	правила разраоотки и оформления рекламного текста		
Тема 2.	Содержание учебного материала		1
Гема 2. Прави	Содержание у полото материала		
-	Лекции		
ла	· ·		
ла разраб	1 Копирайтинг.Выбор стиля и структуры рекламного текста.		
ла разраб отки и оформ	1 Копирайтинг. Выбор стиля и структуры рекламного текста. Традиционная структура рекламного текста:	8	1
ла разраб отки и оформ ления	1 Копирайтинг.Выбор стиля и структуры рекламного текста.	8	1
ла разраб отки и оформ ления реклам	1 Копирайтинг. Выбор стиля и структуры рекламного текста. Традиционная структура рекламного текста:	8	1
ла разраб отки и оформ ления реклам ного	1 Копирайтинг. Выбор стиля и структуры рекламного текста. Традиционная структура рекламного текста: заголовок/слоган, зачин, OPT (основной рекламный текст),	8	1
ла разраб отки и оформ ления реклам ного	1 Копирайтинг. Выбор стиля и структуры рекламного текста. Традиционная структура рекламного текста: заголовок/слоган, зачин, ОРТ (основной рекламный текст), эхо-фраза Практические (лабораторные) занятия	8	1
ла разраб отки и оформ ления реклам ного	1 Копирайтинг. Выбор стиля и структуры рекламного текста. Традиционная структура рекламного текста: заголовок/слоган, зачин, ОРТ (основной рекламный текст), эхо-фраза Практические (лабораторные) занятия 1 Критерии отбора слов для рекламного текста. Приемы		1
ла разраб отки и оформ ления реклам ного	 Копирайтинг. Выбор стиля и структуры рекламного текста. Традиционная структура рекламного текста: заголовок/слоган, зачин, ОРТ (основной рекламный текст), эхо-фраза Практические (лабораторные) занятия Критерии отбора слов для рекламного текста. Приемы разработки слогана-продавца и заголовка-айстопера. 	8	1
ла разраб отки и оформ ления реклам ного	1 Копирайтинг. Выбор стиля и структуры рекламного текста. Традиционная структура рекламного текста: заголовок/слоган, зачин, ОРТ (основной рекламный текст), эхо-фраза Практические (лабораторные) занятия 1 Критерии отбора слов для рекламного текста. Приемы разработки слогана-продавца и заголовка-айстопера. Принципы разработки зачина, ОРТ и эхо-фразы.		1
ла разраб отки и оформ ления реклам ного	 Копирайтинг. Выбор стиля и структуры рекламного текста. Традиционная структура рекламного текста: заголовок/слоган, зачин, ОРТ (основной рекламный текст), эхо-фраза Практические (лабораторные) занятия 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 		3
ла разраб отки и оформ ления реклам ного	1 Копирайтинг. Выбор стиля и структуры рекламного текста. Традиционная структура рекламного текста: заголовок/слоган, зачин, ОРТ (основной рекламный текст), эхо-фраза Практические (лабораторные) занятия 1 Критерии отбора слов для рекламного текста. Приемы разработки слогана-продавца и заголовка-айстопера. Принципы разработки зачина, ОРТ и эхо-фразы. Принципы оформления рекламного текста: подбор шрифтов, верстка, цветовое решение.		
ла разраб отки и оформ ления реклам ного	1 Копирайтинг. Выбор стиля и структуры рекламного текста. Традиционная структура рекламного текста: заголовок/слоган, зачин, ОРТ (основной рекламный текст), эхо-фраза Практические (лабораторные) занятия 1 Критерии отбора слов для рекламного текста. Приемы разработки слогана-продавца и заголовка-айстопера. Принципы разработки зачина, ОРТ и эхо-фразы. Принципы оформления рекламного текста: подбор шрифтов, верстка, цветовое решение. Самостоятельная работа обучающихся		
па разраб отки и оформ пения реклам ного	1 Копирайтинг.Выбор стиля и структуры рекламного текста. Традиционная структура рекламного текста: заголовок/слоган, зачин, ОРТ (основной рекламный текст), эхо-фраза Практические (лабораторные) занятия 1 Критерии отбора слов для рекламного текста. Приемы разработки слогана-продавца и заголовка-айстопера. Принципы разработки зачина, ОРТ и эхо-фразы. Принципы оформления рекламного текста: подбор шрифтов, верстка, цветовое решение. Самостоятельная работа обучающихся 1. Подготовка к устному опросу по лекционному материалу и контрольным	8	
па разраб отки и оформ пения реклам ного	1 Копирайтинг. Выбор стиля и структуры рекламного текста. Традиционная структура рекламного текста: заголовок/слоган, зачин, ОРТ (основной рекламный текст), эхо-фраза Практические (лабораторные) занятия 1 Критерии отбора слов для рекламного текста. Приемы разработки слогана-продавца и заголовка-айстопера. Принципы разработки зачина, ОРТ и эхо-фразы. Принципы оформления рекламного текста: подбор шрифтов, верстка, цветовое решение. Самостоятельная работа обучающихся		
ла разраб отки и оформ ления реклам ного	1 Копирайтинг.Выбор стиля и структуры рекламного текста. Традиционная структура рекламного текста: заголовок/слоган, зачин, ОРТ (основной рекламный текст), эхо-фраза Практические (лабораторные) занятия 1 Критерии отбора слов для рекламного текста. Приемы разработки слогана-продавца и заголовка-айстопера. Принципы разработки зачина, ОРТ и эхо-фразы. Принципы оформления рекламного текста: подбор шрифтов, верстка, цветовое решение. Самостоятельная работа обучающихся 1. Подготовка к устному опросу по лекционному материалу и контрольным	8	
ла разраб отки и оформ ления реклам ного текста	 Копирайтинг.Выбор стиля и структуры рекламного текста. Традиционная структура рекламного текста: заголовок/слоган, зачин, ОРТ (основной рекламный текст), эхо-фраза Практические (лабораторные) занятия 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 Подготовка к устному опросу по лекционному материалу и контрольным вопросам Разработка творческого проекта по созданию рекламной полиграфии 	8	
ла разраб отки и оформ ления реклам ного текста	1 Копирайтинг. Выбор стиля и структуры рекламного текста. Традиционная структура рекламного текста: заголовок/слоган, зачин, ОРТ (основной рекламный текст), эхо-фраза Практические (лабораторные) занятия 1 Критерии отбора слов для рекламного текста. Приемы разработки слогана-продавца и заголовка-айстопера. Принципы разработки зачина, ОРТ и эхо-фразы. Принципы оформления рекламного текста: подбор шрифтов, верстка, цветовое решение. Самостоятельная работа обучающихся 1. Подготовка к устному опросу по лекционному материалу и контрольным вопросам	8	
ла разраб отки и оформ ления реклам ного текста	 Копирайтинг.Выбор стиля и структуры рекламного текста. Традиционная структура рекламного текста: заголовок/слоган, зачин, ОРТ (основной рекламный текст), эхо-фраза Практические (лабораторные) занятия 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 Подготовка к устному опросу по лекционному материалу и контрольным вопросам Разработка творческого проекта по созданию рекламной полиграфии 	8	
ла разраб отки и оформ ления реклам ного текста	 Копирайтинг. Выбор стиля и структуры рекламного текста. Традиционная структура рекламного текста: заголовок/слоган, зачин, ОРТ (основной рекламный текст), эхо-фраза Практические (лабораторные) занятия 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 Подготовка к устному опросу по лекционному материалу и контрольным вопросам Разработка творческого проекта по созданию рекламной полиграфии Правила разработки изобразительной части рекламного обращения 	8	
ла разраб отки и оформ ления реклам ного текста Раздел 3.	1 Копирайтинг. Выбор стиля и структуры рекламного текста. Традиционная структура рекламного текста: заголовок/слоган, зачин, ОРТ (основной рекламный текст), эхо-фраза Практические (лабораторные) занятия 1 Критерии отбора слов для рекламного текста. Приемы разработки слогана-продавца и заголовка-айстопера. Принципы разработки зачина, ОРТ и эхо-фразы. Принципы оформления рекламного текста: подбор шрифтов, верстка, цветовое решение. Самостоятельная работа обучающихся 1. Подготовка к устному опросу по лекционному материалу и контрольным вопросам 2. Разработка творческого проекта по созданию рекламной полиграфии Правила разработки изобразительной части рекламного обращения	8	
ла разраб отки и оформ ления реклам ного текста Раздел 3. Прави	 Копирайтинг. Выбор стиля и структуры рекламного текста. Традиционная структура рекламного текста: заголовок/слоган, зачин, ОРТ (основной рекламный текст), эхо-фраза Практические (лабораторные) занятия 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 Подготовка к устному опросу по лекционному материалу и контрольным вопросам Разработка творческого проекта по созданию рекламной полиграфии Правила разработки изобразительной части рекламного обращения 	8	
ла разраб отки и оформ ления реклам ного текста	 Копирайтинг.Выбор стиля и структуры рекламного текста. Традиционная структура рекламного текста: заголовок/слоган, зачин, ОРТ (основной рекламный текст), эхо-фраза Практические (лабораторные) занятия 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 Подготовка к устному опросу по лекционному материалу и контрольным вопросам Разработка творческого проекта по созданию рекламной полиграфии Правила разработки изобразительной части рекламного обращения Содержание учебного материала 	8	
ла разраб отки и оформ ления реклам ного текста Раздел 3. Прави ла разраб отки	 Копирайтинг. Выбор стиля и структуры рекламного текста. Традиционная структура рекламного текста: заголовок/слоган, зачин, ОРТ (основной рекламный текст), эхо-фраза Практические (лабораторные) занятия 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 Подготовка к устному опросу по лекционному материалу и контрольным вопросам Разработка творческого проекта по созданию рекламной полиграфии Правила разработки изобразительной части рекламного обращения Содержание учебного материала Декции Цвет в рекламе: функции, методика подбора. 	8 4+2	3
ла разраб отки и оформ ления реклам ного текста Тема 3. Прави ла разраб	 Копирайтинг.Выбор стиля и структуры рекламного текста. Традиционная структура рекламного текста: заголовок/слоган, зачин, ОРТ (основной рекламный текст), эхо-фраза Практические (лабораторные) занятия 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 Подготовка к устному опросу по лекционному материалу и контрольным вопросам Разработка творческого проекта по созданию рекламной полиграфии Правила разработки изобразительной части рекламного обращения Содержание учебного материала 	8	

ной	Практические (лабораторные) занятия		
части реклам ного обраще ния	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. Прием	Содержание учебного материала		
ы	Лекции		
увелич ения эффект ивност и реклам ного обраще ния	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		
	 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 Подготовка к устному опросу по лекционному материалу и		

	TOUTHOUT III IN DOUGOOM	2+4	
	контрольным вопросам	Z+4	
	2. Разработка творческого проекта по созданию рекламной полиграфии.		
Раздел :	5. Полиграфические технологии в производстве рекламного продукта		
Тема 5. Полиг	Содержание учебного материала		-
рафиче	Лекции		
ские технол	1 Полиграфия: основные понятия. Печатание, печатная		
огии в произв	форма, полутоновые и штриховые изображения.		
одстве реклам	Критерии классификации полиграфической продукции: тираж, цветность, формат, вид по материальной		
ного продук	конструкции.		
та	Основные стадии производства полиграфической	8	2
	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.		
	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.	8	
	Приемка работ. Виды дефектов готовой полиграфической продукции.		3
	Самостоятельная работа		1
	1. Подготовка к устному опросу по лекционному материалу и контрольным вопросам	4+2	
	2. Разработка творческого проекта по созданию рекламной полиграфии.		
Раздел (б. Способы печати рекламного продукта		
Тема 1. Спосо	Содержание учебного материала		
бы	Лекции		
печат и	Способы печати полиграфической рекламы и рекламы в прессе. Плоская офсетная печать: особенности технологии, виды	8	2

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

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

№ раз дел а	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма текущего контроля	
1	2	3	4	
	7 семестр			

№ раз дел а	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

№ раз дел а	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
Прим	печание: Т - тестирова	ание, Р- написание реферата, У - устный опрос, КР - контрольная ра	бота

Занятия семинарского типа

№ раз дел а	Наименование раздела	Содержание раздела 3 7 семестр	Форма текущего контроля
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 эхофразы. Принципы оформления рекламного текста: подбор шрифтов, верстка, цветовое решение.	У

№ раз дел а	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

№ раз дел а	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
Прим	Примечание: Т - тестирование, Р- написание реферата, У - устный опрос, КР - контрольная работа		

Практические занятия (Лабораторные занятия)

No	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, жанровотипологические черты продукта; Разработка и стилистическая систематизация изобразительнографических 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, санитарногигиенических, 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: ΠP - практическая работа, ΠP - лабораторная работа; T - тестирование, P - написание реферата, Y - устный опрос, KP - контрольная работа

Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

На самостоятельную работу обучающихся отводится 32 часа учебного времени.

Nº	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
U.		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
7.		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
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
8.	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:

	Количест	тво аудиторных	часов		
Наименование разделов и тем	Всего	Теоретическ ое обучение	Практ ическ ие и лабор аторн ые заняти	Самостоятел ьная работа обучающего ся (час)	Консульта ции
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

Наименовани е разделов и тем	практи	ние учебного материала, лабораторные и ческие работы, самостоятельная работа ющихся, курсовая работ (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровен ь освоени я
1		2	3	4
Раздел 1.Теоретико- прикладные аспекты		-		
компьютерно й графики				
Тема 1.1.	Содержание	учебного материала.		
Основы компьютерной графики	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
	-	ия работа: подключать и работать с , работающими с растровыми изображениями.	2	
	Самостоятел принцип дейс	ьная работа :мониторы, классификация, твия, основные характеристики; принтеры, их ия, основные характеристики и принцип	10	

	работы.			
Тема 1.2.	Содержание	учебного материала.		
Представлени	1.	Аналоговый и дискретный способы	10	2
е и		представления изображения. Кодирование		
кодирование		графической информации. Пространственная		
графической		дискретизация.		
информации.	2.	Растровые изображения на экране монитора.		2
	3.	Палитры цветов в системах цветопередачи		2
		RGB, CMYK		
	Практическа	ая работа: работа с разными форматами	20	
	графических	файлов, конвертирование файлов; стандартные		
		операционной системы Windows.		
	Самостоятел	выная работа: области применения	12	
		й графики (научная графика, деловая графика,		
		кая графика, иллюстративная графика,		
		ная и рекламная графика, графика для		
		омпьютерная анимация); законы смешивания		
	цветов.	• //		
Раздел 2.				
Виды				
компьютерно				
й графики.				
Тема 2.1.	Содержание	учебного материала.		
Растровая	1.	Виды компьютерной графики. Растровая,	10	2
графика.		векторная и фрактальная графика.		
	2.	Растровое представление изображений.	•	2
	3.	Средства работы с растровыми изображениями	-	3
		(сканер, цифровая видеокамера и др.).		
	Практическа	ая работа: использование средств работы с	10	
	_	изображениями; изменение размера	10	
		(реальный размер); изменение и настройка		
		азличных устройств; сжатие графических		
	файлов.	J 1 / 1 1		
	1	выная работа: виды растров; средства сжатия	10	
	растровой гра		- 0	
Тема 2.2.		учебного материала.		
Векторная	1.	Векторная графика, общие сведения. Элементы	8	2
графика.		(объекты) векторной графики.	-	
	2.	Применение векторной графики.		3
	3.	Векторная графика в Интернете.		2
		ая работа: выделение отличий и преимуществ	16	
		векторной графики; средства для создания		
	векторных из	· · · · ·		
		тьная работа: области применения векторной	10	
		пама, наука и инженерия, искусство,		
	1 1 4	и бизнес, векторная графика в Интернете).		
Раздел 3.				
Технология				
обработки				
графической				
информации				
T - I	1			

редакторах, входящем в состав офисных приложениях. 2. Векторныя графическия работа: создание и оформление проектации. Тема 3.2. Создание презентации с помощью РометРоіпт. Самостоятельняя работа: создание презентации. 1. Компьютерныя презентации с пелом презентации с пеловых и приражений в технологий презентации и интерактивной презентации. 1. Компьютерные презентации с помощью РометРоіпт. Самостоятельняя работа: создание презентации с пеловых в презентации с помощью Рометроіпт. Самостоятельняя работа: создание презентации. Трактическая работа: создание презентации. Тема 3.3. Растровые презентационных слайдов в РометРоіпт. Самостоятельняя работа: создание презентации. Трафические редакторы. Ресование графические редакторы. Раіпктер, Раіпктер, Рометровь прастровьми растровьх изображений. Трафическия работа: создание изображений, создание коллажа рисунков и фотографиях. Консультация: Тема 3.4. Векторные презентация: 1. Программах. Консультация: 4 Солержание учебного материала. 1. Практическая работь с растровых прафическия прамитивов в растровых графических редакторов. Рисование графических растровьх изображений. Самостоятельная работа: создание изображений, создание коллажа рисунков и фотографиях. Консультация: 4 Тема 3.4. Векторные прафический редактор векторной графики. 1. Графический редактор векторной г	Тема 3.1.	Содержан	ие учебного материала.		
приложениях. 2. Векторная графика. Деловая графика. 3. Создание готовых фигур, графиков, диаграмм, объектов StartArt, WordArt. 10 изображений в текстовом документе; нарисовать схему в виде графа с применением различных графических конструкций. Самостоятельная работа: создание и оформление поздравительной открытки, буклета и т.д. Тема 3.2. Компьютерные презентации. Содержание учебного материала. Компьютерные презентации. Содаржений в презентации с помощью PowerPoint. 3. Компьютерные презентации и помощью PowerPoint. 3. Компьютерные презентации и помощью PowerPoint. 4. Создание презентации. 1. Компьютерные презентации и рафические примитивы на слайдах. Анимация в презентации. 4. Интерактивная презентации в PowerPoint; организация анимации и интерактивной презентации. 1. Практическая работа: создание презентации. 2. Создание презентации в РомегPoint; организация анимации и интерактивной презентации. 3. Сомостоятельная работа: моделирование и создание проскта демонстрационных слайдов в РомегPoint. Консультация: 4. Программные средства работы с растровыми изображениями – графические редакторы. Рабических редакторы. Рабических редакторы. Рабических редакторы. Рабических редакторах. Радактирование графических редакторах Редактирование графических редакторах редакторамие. 1. Прафических редакторах редактирование графических редакторах редактор	Графика в	1.	Создание изображений в графических	8	2
2. Векторная графика. Деловая графика. 3 3 3 3 3 3 3 3 3	офисных		редакторах, входящем в состав офисных		
3. Создашке готовых фигур. графиков, диаграмм, объектов StartArt, WordArt. Практическая работа: вставка и обработка растровых изображений в текстовом документе; парисовать схему в виде графа с применением различных графических конструкций. Самостоятельная работа: создание и оформление поздравительной открытки, буклета и т.д. Содержание учебного материала. Создание презентации. Создание презентации с помощью РометРоілі. З. Компьютерные презентации с помощью РометРоілі. З. Компьютерные презентации. Создание презентации в прасентации. Создание презентации в РометРоілі. Сомостоятельная работа: создание презентации. Создание презентации. Создание презентации. Создание презентации. Создание презентации. Создание презентации. Создание презентации в РометРоілі. Сомостоятельная работа: создание презентации. Создание презентации в РометРоілі. Сомостовная работа: создание презентации. Создание презентации. Создание презентации. Создание презентации в РометРоілі. Сомостовная работа: создание нелостовнание прафических пработа: создание нелостного рисунка по заданной теме в графических программах. Сомостовтельная работа: создание нелостного рисунка по заданной теме в графических программах. Сомостовтельная работа: создание нелостного рисунка по заданной теме в графических программах. Сомостовтельная работа: создание нелостного рисунка по заданной теме в графических программах. Содержание учебного материала. Содержание учебного	приложениях.		приложений.		
Практическая работа: вставка и обработка растровых изображений в текстовом документе; нарисовать схему в виде графа с применением различных графических конструкций. Самостоятельная работа: создание и оформление поздравительной открытки, буклета и т.д. Самостоятельная работа: создание и оформление поздравительной открытки, буклета и т.д. Компьютерные презентации. 4 2 2			Векторная графика. Деловая графика.		3
Практическая работа: вставка и обработка растровых изображений в текстовом документе; нарисовать схему в виде графа с применением различных графических копструкций. Самостоятельная работа: создащие и оформление поздравительной открытки, буклета и т.д. Содержание учебного материала. 4 2 2		3.	Создание готовых фигур, графиков, диаграмм,		3
изображений в текстовом документе; нарисовать ехему в виде графа с применением различных графических конструкций. Самостоятельная работа: создание и оформление поздравительной открытки, буклета и т.д. Тема 3.2. Компьютерны с презентации. 1. Компьютерные презентации с помощью РомегРоім. 2. Создание презентации с помощью РомегРоім. 3. Компьютерные презентации с непользованием мультимедна технологий. 4. Интерактивная презентации с непользованием мультимедна технологий. 4. Интерактивная презентации. 4. Интерактивная презентации. 1. Практическая работа: создание презентации. Самостоятельная работа: моделирование и создание проекта демонстрационных слайдов в РомегРоім. Консультация: 4. Программные средства работы с растровыми изображениями – графические редакторы. Раім Регоровые графических редакторов. Рисование графических прафических примитивов в растровых графических практирование графических практорами. Самостоятельная работа: создание изображений. Практическая работа: создание изображений. Практическая работа: создание изображений, создание коллажа рисунков и фотографий. Самостоятельная работа: создание целостного рисунка по заданной теме в графических программах. Консультация: 4 Содержание учебного материала. 1. Графических программах. Консультация: 4 Содержание учебного материала. 1. Графических программах. Консультация: 4 Практическая работа: создание целостного рисунка по заданной теме в графических программах. Консультация: 4 Практическая работа: создание презентации. 1 Практическая работа: создание презентации. 1 Практическая работа: создание презентации в Ремегровых прафических программах. 4 Практическая работа: создание презентации в Ремегровых прафических программах. 4 Практическая работа: создание презентации в презентации. 1 Практическая работа: создание презентации в практивной презентации. 1 Практическая работа: создание презентации в практивной презентации. 1 Практическая работа: созданно презентации. 2 2 2 1 Практровым презентации. 1 1 Практическая работы созд			объектов StartArt, WordArt.		
виде графа с применением различных графических конструкций. Самостоятельная работа: создание и оформление поздравительной открытки, буклета и т.д. Содержание учебного материала. Компьютерны 1. Компьютерные презентации. 2. Создание презентации с помощью РомегРоіпt. 3. Компьютерные презентации и сиспользованием мультимедиа технологии. Рисунки и графические примитивы на слайдах. Анимация в презентации. 4. Интерактивная презентация: переходы между слайдами, демонстрация презентации. Практическая работа: создание презентации в РомегРоіпt; организация анимации и интерактивной презентации. Самостоятельная работа: моделирование и создание проекта демонстрационных слайдов в РомегРоіпt. Консультация: Тема 3.3. Растровые графические редакторы. Радкторы 2. Интерфейс и основные возможности графических редакторы. Рисование графических редакторов. Рисование коллажа рисунков и фотографий. Самостоятельная работа: создание изображений, создание коллажа рисунков и фотографий. Самостоятельная работа: создание изображений, создание коллажа рисунков и фотографий. Самостоятельная работа: создание изображений, создание коллажа рисунков и фотографий. Самостоятельная работа: создание пелостного рисунка по заданной теме в графических программах. Копсультация: 4 Тема 3.4. Векторпые графические редактор векторной графики. 1. Графические редактор векторной графики. 1. Графический редактор векторной графики. 2. Работа с объектами в векторн		Практиче	ская работа: вставка и обработка растровых	10	
конструкций. Самостоятельная работа: создание и оформление поздравительной открытки, буклета и т.д. Тема 3.2. Компьютерны е презентации. 1. Компьютерные презентации с использованием мультимедиа технологий 2. Создание презентации с использованием мультимедиа технологий 4. Интерактивная презентации с пелользованием мультимедиа презентации. Рисунки и графические принитивы на слайдах. Анимация в презентации. 4. Интерактивная презентации в рометРоіпt; организация анимация и интерактивной презентации. Самостоятельная работа: создание презентации в РометРоіпt; организация анимации и интерактивной презентации. Консультация: 4. Программные средства работы с растровым изображениям — графические редакторы. Раіпк\ЕТ, Ронобедіют, Сітр и др. 2. Интерфейс и основные возможности графических редакторов. Рисование графических редакторов. Практическая работа: создание изображений. Практическая работа: создание изображений, создание коллажа рисунков и фотографий. Самостоятельная работа: создание изображений, создание коллажа рисунков и фотографий. Самостоятельная работа: создание прасетного рисунка по заданной теме в графических программах. Консультация: 4 Векторные графический редактор векторной графики. Графические редакторы и др. 1. Графические редакторы ректорной графики. Графические редакторы и др. 2. Работа с объектами в векторных графических редакторы графических редакторы графических редакторы прафических редакторы графических					
Тема 3.2. Компьютерны е презентации с помощью РометРоіпt. 3. Компьютерные презентации с использованием мультимедиа технологий. Рисупки и графические примитивы на слайдах. Анимация в презентации. Интерактивная презентации. Практическая работа: создание презентации. Практическая работа: создание презентации. Практическая работа: создание презентации. Самостоятельная работа: создание презентации. Простация презентации в РометРоіпt; организация анимации и интерактивной презентации. Простация проскта демонстрационных слайдов в РометРоіпt. Консультация: 4 Программные средства работы с растровыми изображениями – графические редакторы. РаіпtNET, PhotoEditor, Gimp и др. 2. Интерфейс и основные возможности графических редакторов. Рисование графических редакторов. Рисование графических редакторы. РаіпtNET, РиотоЕфіто, Світр и др. 2. Интерфейс и основные возможности графических редакторов. Рисование графических редакторов. Рисование графических редактора. Рисование растровых графических редактора. Редактирование фастровьюх графических программах. Консультация: 4 Содержание учебного материала. 1. Графических программах. Консультация: 4 Графический родектор вскторной графики. 1. Графический редактор вскторной графики. 2. 1 Графический редактор вскторной графических прафических програмном. 2. 1 Графический редактор вскторной графики. 2. 1 Графический редактор вскторной графических рафических програмном. 2. 2 Работа с объектами в векторной графических прафических прафи					
Тема 3.2. Компьютерные презентации с использованием мультимедиа технологий в презентации и интерактивная презентации прежентации и интерактивная презентации и с использованием мультимедиа технологий 4. Интерактивная презентации в неговоды между слайдами, демонстрация презентации и с образивнее и презентации. Практическая работа: создание презентации в РомегРоіпt; организация анимации и интерактивной презентации. Самостоятельная работа: моделирование и создание проекта демонстрационных слайдов в РомегРоіпt. Консультация: 4 Тема 3.3. Растровые проекта демонстрационных слайдов в РомегРоіпt. Консультация: 4 Программные средства работы с растровыми изображениями – графические редакторы. РаіпіNET, РоноЕфіют, Gimp и др. 2. Интерфейс и основные возможности графических редакторы. Рисование графических редакторов. Рисование графических редакторов. Рисование графических редакторов. Рисование графических редакторов. Рисование коллажа рисунков и фотографий. Самостоятельная работа: создание изображений, создание коллажа рисунков и фотографий. Самостоятельная работа: создание изображений, создание коллажа рисунков и фотографий. Самостоятельная работа: создание изображений, создание коллажа рисунков и фотографий. Самостоятельная работа: создание целостного рисунка по заданной теме в графических программах. Консультация: 4 Тема 3.4. Векторпые графические редактор векторной графики. 1. Графические редактор векторной графики. 2 1 графические редакторы и др. 2. Работа с объектами в векторных графических 2 2					
Тема 3.2. Компьютерны 1. Компьютерные презентации с помощью РоwerPoint. 2. Создание презентации с использованием мультимедиа технологий 4. Интерактивная презентации: переходы между слайдами, демонстрация презентации в РоwerPoint; организация анимации и интерактивная презентации. Практическая работа: создание презентации в РоwerPoint; организация анимации и интерактивной презентации. Самостоятельная работа: моделирование и создание проекта демонстрационных слайдов в РоwerPoint. Консультация: 1. Программные средства работы с растровыми изображениями − графические редакторы. РаіпtNET, PhotoEditor, Gimp и др. 2. Интерфейс и основные возможности графических редакторов. Рисование графических примитивов в растровых графических примитивов и фотографий. Самостоятельная работа: создание изображений, создание коллажа рисунков и фотографий. Самостоятельная работа: создание целостного рисунка по заданной теме в графических программах. Консультация: 4 Содержание учебного материала. 1. Графических программах. Консультация: 2 2 1 1 1 2 2 3 3 3 3 3 Васторные графический редактор векторной графики. 4 4 Векторные графический в векторных графических рафических редакторных графических рафических редакторных графических редакторных графический редакторных графический в ректорной графики. 4 1 2 6 2 2 4 3 3 4 2 6 4 4 4 7 4 7 4 7 5 7 6 7 6 7 6 7 6 7 6 7 6 7 6			•	4	
1. Компьютерные презентации 2. Создание презентации 2. Создание презентации 2. Создание презентации 2. Компьютерные презентации 3. Компьютерные презентации 3. Компьютерные презентации 4. Интерактивная презентации 4. Практическая работа: создание презентации 4. Консультация: Самостоятельная работа: создание презентации 4. Консультация: Консультация: 4. Консультация: 4. Консультация: 4. Консультация: 4. Программные средства работы 6 растровыми изображениями 7 рафические редакторы. 9 растровыми изображениями 7 рафические редакторы. 9 растровыми изображениями 7 рафические редакторамные прафических примитивов в растровыми графических прафических редакторов. Рисование графических прафических редакторов. Рисование графических прование растровых изображений, создание коллажа рисупков и фотографий. Самостоятельная работа: создание целостного рисунка по задапной теме в графических программах. Консультация: 4 Тема 3.4. Векторные графические редактор векторной графики. 1. Графические редактор векторной графики. 1. Графические редактор векторной графики. 1. Графические редактор векторной графических редактор векторной графических редакторы графических редактор векторной графических редактор векторной графических редактор векторной графических редакторы графических редактор векторной графических редакторных графических редактор векторной графических редакторных графических редактор					
2. Создание презентации с номощью РометРоіпt. 3. Компьютерные презентации с использованием мультимедиа технологий прафические примитивы на слайдах. Анимация в презентации. 4. Интерактивная презентации: переходы между слайдами, демонетрация презентации. Практическая работа: создание презентации. Самостоятельная работа: моделирование и создание проекта демонетрационных слайдов в РометРоіпt. Консультация: Содержание учебного материала. 1. Программные средства работы с растровыми изображениями – графические редакторы. РаіпtNET, РнотоЕфітог, Gimp и др. 2. Интерфейс и основные возможности графических редакторов. Рисование графических редакторов. Рисование графических примитивов в растровых графических примитивов в растровых графических програмий. Самостоятельная работа: создание изображений, создание коллажа рисунков и фотографий. Самостоятельная работа: создание целостного рисунка по заданной теме в графических программах. Консультация: 4 Содержание учебного материала. 1. Графических программах. Консультация: 4 Содержание учебного материала. 1. Графические проявмия страфические программах. Консультация: 4 Содержание учебного материала. 1. Графические редактор векторной графики. Графические редакторы прафические редакторы объектами в векторных графических рафических программах. Консультация: 4 Содержание учебного материала. 1. Графические редактор векторной графики. Графические редакторых графических драфических		_			_
3. Компьютерные презентации с использованием мультимедиа технологии. Рисунки и графические примитивы на слайдах. Анимация в презентации. 4. Интерактивная презентация: переходы между слайдами, демонстрация презентации. Практическая работа: создание презентации в РоwerPoint; организация анимации и интерактивной презентации. Самостоятельная работа: моделирование и создание проекта демонстрационных слайдов в PowerPoint. Консультация: Содержание учебного материала. 1. Программные средства работы с растровыми изображениями – графические редакторы. РаіпКРТ, РhotoEditor, Gimp и др. 2. Интерфейс и основные возможности графических редакторов. Рисование графических редакторов. Рисование графических примитивов в растровых графических примитивов в растровых графических практическия прафический, создание моллажа рисунков и фотографий. Самостоятельная работа: создание изображений, создание коллажа рисунков и фотографий. Самостоятельная работа: создание целостного рисунка по заданной теме в графических программах. Консультация: 4 Практическия работа: создание целостного рисунка по заданной теме в графических программах. Консультация: 4 Практические редакторы в которной графики. 1. Графический редактор векторной графических рафических р	_		• •	4	
использование мультимедиа технологии. Рисунки и графические примитивы на слайдах. Анимация в презентации. 4. Интерактивная презентация: переходы между слайдами, демонстрация презентации. Практическая работа: создание презентации в PowerPoint; организация анимации и интерактивной презентации. Самостоятельная работа: моделирование и создание проекта демонстрационных слайдов в PowerPoint. Консультация: 4 Порграммные средства работы с растровыми редакторы. РаіпtNET, PhotoEditor, Gimp и др. 2. Интерфейс и основные возможности графических редакторы. Редакторых изображений. Практическая работа: создание изображений, создание коллажа рисунков и фотографий. Самостоятельная работа: создание изображений, создание коллажа рисунков и фотографий. Самостоятельная работа: создание целостного рисунка по заданной теме в графических программах. Консультация: 4 Тема 3.4. Векторные графические редактор векторной графики. Практическая работа: Создание учебного материала. Консультация: 4 Тема 3.4. Векторные графические редактор векторной графики. Прафические редакторы 2 1 прафические редакторы и др. Работа с объектами в векторных графике. 2 2 2 2 2 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3	-				
мультимедиа технологий					2
В презентации. 3 3 3 4 4 4 4 4 4 4					
4. Интерактивная презентация: переходы между слайдами, демонстрация презентации. 4 1 1 1 1 1 1 1 1 1					
Слайдами, демонстрация презентации.	_	4	1		
Практическая работа: создание презентации в PowerPoint; организация анимации и интерактивной презентации. 4	технологии	4.			3
организация анимации и интерактивной презентации. Самостоятельная работа: моделирование и создание проекта демонстрационных слайдов в PowerPoint. Консультация: 1. Программные средства работы с растровыми изображениями – графические редакторы. Раіпк Т. Р. Роносейіюг, Сітр и др. 2. Интерфейс и основные возможности графических редакторов. Рисование графических редакторов. Рисование графических примитивов в растровых графических редакторование растровых изображений. Практическая работа: создание изображений, создание коллажа рисунков и фотографий. Самостоятельная работа: создание целостного рисунка по заданной теме в графических программах. Консультация: 4 Содержание учебного материала. 1. Графический редактор векторной графики. Inkcape, MicrosoftGIFAnimator и др. 2 1 Работа с объектами в векторных графических 2		17			
Самостоятельная работа: моделирование и создание проекта демонстрационных слайдов в РоwerPoint. 4 Консультация: 4 Содержание учебного материала. 1. Программные средства работы с растровыми изображениями – графические редакторы. Раіпк Р. Рhoto Editor, Gimp и др. 2 2 Интерфейс и основные возможности графических редакторов. Рисование графических примитивов в растровых графических практическая работа: создание изображений, создание коллажа рисунков и фотографий. 4 Самостоятельная 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 редакторые прафические редакторые прафические редакторые прафические редакторы ректорной графики. Inkcape, MicrosoftGIFAnimator и др. 2 1 1. Графический редакторых графических графически				4	
Проекта демонстрационных слайдов в PowerPoint.				4	
Консультация: 4 Тема 3.3. Содержание учебного материала. 1. Программные средства работы с растровыми изображениями – графические редакторы. РаіntNET, PhotoEditor, Gimp и др. 2. Интерфейс и основные возможности графических редакторов. Рисование графических примитивов в растровых графических прафических прафических прафических прафических прафических програмий. Практическая работа: создание изображений, создание коллажа рисунков и фотографий. Самостоятельная работа: создание целостного рисунка по заданной теме в графических программах. Консультация: Содержание учебного материала. 1. Графический редактор векторной графики. Ілксаре, МісгозоftGIFAnimator и др. 2. Работа с объектами в векторных графических 2. Работа с объектами в векторных графических				4	
Тема 3.3. Растровые графические редакторы 1. Программные средства работы с растровыми изображениями – графические редакторы. 2. Интерфейс и основные возможности графических редакторов. Рисование графических редакторов. Рисование графических редакторов. Рисование графических редакторов. Рисование графических редакторов Рисование графических редакторов Рисование графических редакторов Рисование графических редакторов Рисование коллажа рисунков и фотографий. Практическая работа: создание изображений, создание коллажа рисунков и фотографий. Самостоятельная работа: создание целостного рисунка по заданной теме в графических программах. Консультация: 4 Содержание учебного материала. 1. Графический редактор векторной графики. 1. Графический редактор векторной графики. 2. Работа с объектами в векторных графических		проекта де	емонстрационных слаидов в PowerPoint.		
Растровые графические редакторы 1. Программные средства работы с растровыми изображениями − графические редакторы. 2. Интерфейс и основные возможности графических редакторов. Рисование графических редакторов. Рисование графических примитивов в растровых графических редакторование растровых изображений. Практическая работа: создание изображений, создание коллажа рисунков и фотографий. Самостоятельная работа: создание целостного рисунка по заданной теме в графических программах. Консультация: 4 Тема 3.4. Векторные графические редакторы Графические редакторы 2 2 2 2 2 2 3 3 4 4 Консультация: 4 Содержание учебного материала. 1. Графический редактор векторной графики. Inkcape, MicrosoftGIFAnimator и др. 2. Работа с объектами в векторных графических 2		Консульта	ация:	4	
Растровые графические редакторы 1. Программные средства работы с растровыми изображениями − графические редакторы. 2. Интерфейс и основные возможности графических редакторов. Рисование графических редакторов. Рисование графических примитивов в растровых графических редакторование растровых изображений. Практическая работа: создание изображений, создание коллажа рисунков и фотографий. Самостоятельная работа: создание целостного рисунка по заданной теме в графических программах. Консультация: 4 Тема 3.4. Векторные графические редакторы Графические редакторы 2 2 2 2 2 2 3 3 4 4 Консультация: 4 Содержание учебного материала. 1. Графический редактор векторной графики. Inkcape, MicrosoftGIFAnimator и др. 2. Работа с объектами в векторных графических 2					
Растровые графические редакторы 1. Программные средства работы с растровыми изображениями − графические редакторы. 2. Интерфейс и основные возможности графических редакторов. Рисование графических примитивов в растровых графических редакторование растровых изображений. Практическая работа: создание изображений, создание коллажа рисунков и фотографий. Самостоятельная работа:создание целостного рисунка по заданной теме в графических программах. Консультация: 4 Тема 3.4. Векторные графические редакторы Графические редакторы 2 2 2 2 2 3 3 4 Консультация: 4 Содержание учебного материала. 1. Графический редактор векторной графики. Inkcape, MicrosoftGIFAnimator и др. 2 2 4 2 4 2 2 4 2 2 4 4 4	Тема 3.3.	Содержан	ие учебного материала.		
редакторы 1	Растровые		T T	2	2
РаіntNET, PhotoEditor, Gimp и др. 3 2. Интерфейс и основные возможности графических редакторов. Рисование графических примитивов в растровых графических 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. Содержание учебного материала. 4 1. Графический редактор векторной графики. Inkcape, MicrosoftGIFAnimator и др. 2 1 2. Работа с объектами в векторных графических 2	графические				
графических редакторов. Рисование графических примитивов в растровых графических редакторах. Редактирование растровых изображений. Практическая работа: создание изображений, создание коллажа рисунков и фотографий. Самостоятельная работа:создание целостного рисунка по заданной теме в графических программах. Консультация: 4 Тема 3.4. Векторные графические редакторы 1. Графический редактор векторной графики. Графические редакторы 2. Работа с объектами в векторных графических 2	редакторы				
графических примитивов в растровых графических редакторах. Редактирование растровых изображений. Практическая работа: создание изображений, создание коллажа рисунков и фотографий. Самостоятельная работа: создание целостного рисунка по заданной теме в графических программах. Консультация: Содержание учебного материала. 1. Графический редактор векторной графики. 2 1 пксаре, МісгозоftGIFAnimator и др. 2. Работа с объектами в векторных графических 2		2.	Интерфейс и основные возможности		3
графических примитивов в растровых графических редакторах. Редактирование растровых изображений. Практическая работа: создание изображений, создание коллажа рисунков и фотографий. Самостоятельная работа: создание целостного рисунка по заданной теме в графических программах. Консультация: Содержание учебного материала. 1. Графический редактор векторной графики. 2 1 пксаре, МісгозоftGIFAnimator и др. 2. Работа с объектами в векторных графических 2					
растровых изображений. Практическая работа: создание изображений, создание коллажа рисунков и фотографий. Самостоятельная работа: создание целостного рисунка по заданной теме в графических программах. Консультация: Содержание учебного материала. 1. Графический редактор векторной графики. графические редакторы 2. Работа с объектами в векторных графических графических 2			графических примитивов в растровых		
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. Содержание учебного материала. Векторные графические рафические редакторы 1. Графический редактор векторной графики. Графические редакторы др. 2 1 Інксаре, МісгозоftGIFAnimator и др. 2 2					
Коллажа рисунков и фотографий. Самостоятельная работа: создание целостного рисунка по заданной теме в графических программах. Консультация: Содержание учебного материала. Векторные графические редакторы 1. Графический редактор векторной графики. графические редакторы 2 1 1. Графический редактор векторной графики. графические редакторы 2 1 1. Работа с объектами в векторных графических 2			растровых изображений.		
Самостоятельная работа: создание целостного рисунка по заданной теме в графических программах. 4 Консультация: 4 Тема 3.4. Содержание учебного материала. Векторные графические графические редакторы Графический редактор векторной графики. 2 1 Імсаре, МістозоftGIFAnimator и др. 2 1 Работа с объектами в векторных графических 2				4	
Заданной теме в графических программах. Консультация: 4 Тема 3.4. Содержание учебного материала. Векторные графические графические редакторы Графический редактор векторной графики. 2 1 Іпксаре, MicrosoftGIFAnimator и др. 2 Работа с объектами в векторных графических 2					
Консультация: 4 Тема 3.4. Содержание учебного материала. Векторные графические графические редакторы 1. Графический редактор векторной графики. 2 2 1 прафические редакторы 2. Работа с объектами в векторных графических 2			<u>.</u>	4	
Тема 3.4. Содержание учебного материала. Векторные графические редакторы 2 1 пксаре, MicrosoftGIFAnimator и др. 2 2 1 работа с объектами в векторных графических 2		заданной т	геме в графических программах.		
Тема 3.4. Содержание учебного материала. Векторные графические редакторы 2 1 пксаре, MicrosoftGIFAnimator и др. 2 2 1 работа с объектами в векторных графических 2					
Векторные графические редакторы 1. Графический редактор векторной графики. 2 1 прафические редакторы 2. Работа с объектами в векторных графических 2		Консульта	ация:	4	
Векторные графические редакторы 1. Графический редактор векторной графики. 2 1 прафические редакторы 2. Работа с объектами в векторных графических 2					
графические Inkcape, MicrosoftGIFAnimator и др. редакторы 2. Работа с объектами в векторных графических 2	Тема 3.4.	Содержан			
графические Inkcape, MicrosoftGIFAnimator и др. редакторы 2. Работа с объектами в векторных графических 2	Векторные	1.		2	1
	графические				
редакторах.	редакторы	2.	Работа с объектами в векторных графических		2
			редакторах.		

	3.	Пакеты 3D моделирования.		2
	4.	Создание логотипа.		3
	5.	Растровая и векторная анимация.		3
	6.	Цифровое фото и видео		3
	Практическа	ая работа: создание и редактирование	4	
	графических	изображений в графическом редакторе		
	Самостоятел	ньная работа: создание рисунка по заданной	4	
	теме, в прогр	аммах содержащих движущиеся объекты,		
		ми, комбинирование, создание анимации.		
		-		
	Консультаці	ия:	4	
Тема 3.5.	Содержание	учебного материала.		
Издательские	1.	Издательские системы. Создание различной	2	2
системы.		печатной продукции.		
	Практическ	ая работа: создание и оформление объявления,	4	
	приглашения	, визитки, календаря, веб-узла и др.		
	Самостоятел	ньная работа: проектирование и создание	4	
	печатного пр	одукта.		
	Всего:		206	

Содержание разделов дисциплины

Занятия лекционного типа

Nº	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма текущ его контро ля
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

Nº	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма текущ его контро ля
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 презентации: переходы между слайдами, демонстрация презентации. Растровые графические редакторы. Программные средства работы с растровыми изображениями – графические редакторы. РаіпtNET, 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. Іпксаре, Місгоsoft 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 ператиой продукции.	y
Пол	Mayrayyyay T. Taor	печатной продукции.	NO L'D

Примечание: T — тестирование, P — написание реферата, Y — устный опрос, KP — контрольная работа

Занятия семинарского типа

Практические занятия (лабораторные занятия)

Nº	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. работа с разными форматами графических файлов, конвертирование файлов; стандартные приложения операционной системы Windows.	пр
2.	Виды компьютерной графики.	использование средств работы с растровыми изображениями; изменение размера изображения (реальный размер); изменение и настройка разрешения различных устройств; сжатие графических файлов. выделение отличий и преимуществ растровой и векторной графики; средства для создания векторных изображений.	пр
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. 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 учебновоспитательного 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.

No	Наименование раздела, темы, вида СРС	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
1	2	3
	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	С. А. Дмитроченко. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство
информации	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	Семестры		
Bild y rection pacers.	часов	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

Наим енова ние разде лов и тем	Содержание учебного материала, практические работы, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (если предусмотрена)	Объе м часо в	Уров ень освое ния
1	2	3	4
	1. Введение в фотодело		
Тема 1.1.	Основы рекламной фотографии. Принципы работы и техническое оснащение фотоаппарата.		
	Лекции		
	1 Основы рекламной фотографии.	2	2

	2	Работа с фототехникой. Строение фотоаппарата.	2	1
	Практи	ческие (лабораторные) занятия		
	1	Анализ примеров рекламных фотосессий.	6	l I
	2	Основные правила работы с фототехникой.	_	1
	Самост	оятельная работа обучающихся	4	_
	1.Рефер	ат		
Тема 1.2.	Режимы	фотосъемки. Композиционный треугольник.	14	_
	Лекции			
	1	Режимы фотосъемки. Композиция в фотографии.	2	1
	Практи	ческие (лабораторные) занятия		
	1	Особенности работы режимов фотокамеры. Творческий режим.	4	! !
				2
	Самост	оятельная работа обучающихся		
	1.Рефер	ат	8	
	2.Само	стоятельное задание		
Тема 1.3.	Жанры	фотографии. Особенности съемки фотографии при различных жанрах.	32	
1.0.	Лекции			
11.00	Лекции	Понятие жанр. Виды жанров и их взаимодействие.	10	1
1100	1		10	1
1.0.	1	Понятие жанр. Виды жанров и их взаимодействие.	+_	1
	1 Практи 1	Понятие жанр. Виды жанров и их взаимодействие. ческие (лабораторные) занятия	+_	2
	1 Практи 1	Понятие жанр. Виды жанров и их взаимодействие. ческие (лабораторные) занятия Жанры фотографий на страницах печатных и интернет изданий. оятельная работа обучающихся	+_	2
	1 Практи 1 Самост 1.Рефер	Понятие жанр. Виды жанров и их взаимодействие. ческие (лабораторные) занятия Жанры фотографий на страницах печатных и интернет изданий. оятельная работа обучающихся	14	2
Тема	1 Практи 1 Самост 1.Рефер 2. Само	Понятие жанр. Виды жанров и их взаимодействие. ческие (лабораторные) занятия Жанры фотографий на страницах печатных и интернет изданий. оятельная работа обучающихся	14	2
	1 Практи 1 Самост 1.Рефер 2. Само	Понятие жанр. Виды жанров и их взаимодействие. ческие (лабораторные) занятия Жанры фотографий на страницах печатных и интернет изданий. оятельная работа обучающихся ат стоятельное задание работы в графических редакторах.	8	2
Тема	1 Практи 1 Самост 1.Рефер 2. Само	Понятие жанр. Виды жанров и их взаимодействие. ческие (лабораторные) занятия Жанры фотографий на страницах печатных и интернет изданий. оятельная работа обучающихся ат стоятельное задание работы в графических редакторах.	8	2
Тема	1 Практи 1 Самост 1.Рефер 2. Само Основы Лекции	Понятие жанр. Виды жанров и их взаимодействие. ческие (лабораторные) занятия Жанры фотографий на страницах печатных и интернет изданий. оятельная работа обучающихся ат стоятельное задание работы в графических редакторах.	8 24	1 2
Тема	1 Практи 1 Самост 1.Рефер 2. Само Основы Лекции 1	Понятие жанр. Виды жанров и их взаимодействие. ческие (лабораторные) занятия Жанры фотографий на страницах печатных и интернет изданий. оятельная работа обучающихся ат стоятельное задание работы в графических редакторах. История возникновения ретуши изображений.	8 24	1 2 1 1 2

	Самостоятельная работа обучающихся			
	1.Рефер	рат	6	
	2.Само	стоятельное задание		
Раздел	2. Рекла	мная фотография		
Тема 2.1.	Поняти	е рекламной фотографии. История рекламной фотографии.	8	1
	Лекции	I		
	1	Понятие рекламной фотографии. История рекламной фотографии.	2	1
	Практи	тческие (лабораторные) занятия		
	1	Анализ рекламной фотографии на страницах печатных и интернет изданий.	2	I
	Самост	 оятельная работа обучающихся		- 2
	1.Рефер	рат	4	
	2.Само	стоятельное задание		
Тема 2.2.	Жанры	рекламной фотографии	30	
	Лекции	I		
	1	Общая характеристика жанров рекламной фотографии.	6	1
	Практи	ические (лабораторные) занятия		
	1	Жанры рекламной фотографии и их анализ на страницах печатных и интернет изданий.	14	_
	Самост	। гоятельная работа обучающихся		2
	1.Рефер	рат	10	
	2.Само	стоятельное задание		
Тема 2.3.	Место 1	двета в рекламной фотографии. Психология цвета в рекламе.	26	
	Лекции	ī		
	1	Психология цвета в рекламе	2	1
	2	Рекламная фотография и цветовая гамма.	2	1
	Практи	ические (лабораторные) занятия		_
	1	Анализ рекламы и рекламной фотографии с точки зрения психологии цвета.	14	2

	Самостоятель	ьная работа обучающихся		
	1.Реферат		8	
	2.Самостояте.	льное задание		
Тема 2.4.	Геометрия в ре фотографии	екламной фотографии. Принцип золотого сечения в рекламной	22	
	Лекции			
	1 Геом	етрия в рекламной фотографии.	4	1
	Практически	е (лабораторные) занятия		
	1 Прав	ила геометрии в рекламной фотографии	14	l
	Самостоятель	ьная работа обучающихся		2
	1.Реферат		4	
	2.Самостояте.	льное задание		
Раздел	3. Разработка ј	рекламного снимка.		
Тема 3.1.	Идея, разработ	гка и этапы подготовительного процесса.	21	
	Лекции			
	1 Идея	и разработка рекламной фотографии.	4	1
	Практически	е (лабораторные) занятия	6	
	1 Поста	ановка идеи заказчиком и возможности ее выполнения.		
	Самостоятель	ьная работа обучающихся		2
	1.Реферат		11	
	2.Самостояте.	льное задание		
Тема 3.2.	Работа с модел	ТЬЮ	29	
	Лекции			
	1 Работ	га с моделью.	4	1
	Практически	е (лабораторные) занятия	14	
	1 Взаим	модействие фотографа и модели.	'	2
	Самостоятель	ьная работа обучающихся	11	. –
	1.Реферат			

	2.Самостоятельное задание		-
Тема 3.3.	Съемка при естественном освещении. Работа с тенями.	31	
1 3.3.	Лекции		
	1 Естественный свет в фотографии: виды и особенности.	6	1
	Практические (лабораторные) занятия		
	1 Правила создания фотографии с использованием света и тени.	14	Į.
	Самостоятельная работа обучающихся		2
	1.Реферат	11	-
	2.Самостоятельная работа	-	
Тема 3.4.	Студийная фотосъемка	37	
1 3.4.	Лекции		
	1 Студийная фотосъемка.	12	1
	Практические (лабораторные) занятия	14	
	1 Работа в фотостудии на практике.	_	
	Самостоятельная работа обучающихся		2
	1.Реферат	11	
	2.Самостоятельное задание		
Тема 3.5.	Обработка рекламных фотографий в графическом редакторе GIMP.	31	
1 3.3.	Лекции		
	1 Работа фотографа в программе GIMP.	6	1
	Практические (лабораторные) занятия		2
	1 Выбор и подготовка рекламной фотографии для ретуши.	14	1 2
	Самостоятельная работа		
	1.Реферат	11	
	2.Самостоятельное задание		

Всего: 314 часов

Содержание разделов дисциплины

Занятия лекционного типа

№ раз дел а	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.	P, T
		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.	P,T.
	'	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	Идея, разработка и этапы подготовительного процесса.	P
	снимка.	Работа с моделью.	
		Съемка при естественном освещении: виды и особенности Работа с тенями.	
		Студийная фотосъемка.	
		Обработка рекламных фотографий в графических редакторах AdobePhotoshop и AdobeLightroom.	
Прим	мечание: T – тестиров		ra

Занятия семинарского типа

Практические занятия (Лабораторные занятия)

№	Поименороние	Наименование практических (лабораторных) работ	Форма
	паименование		текущего

	раздела		контроля
	1 семестр		
1	2	3	4
	Введение в фотодело	Сравнительный анализ примеров рекламной фотосъемки.	
•	1 4 010/2010	Основные правила работы с фототехникой.	'
		Особенности работы режимов фотокамеры. Творческий режим	
		Жанры фотографий на страницах печатных и интернет изданий.	πр
		Создание портрета.	ЛР
77		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.	
		Анализ рекламной фотографии на страницах печатных и интернет изданий.	
I	1	Жанры рекламной фотографии и их анализ на страницах печатных и интернет изданий.	'
		Каталожная фотография.	
		Предметная фотографии.	
	Рекламная	Интерьерная и архитектурная съемка.	
2.	фотография	Разработки идеи фэшн-фотографии.	ЛР
		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	
	Разработка	Постановка идеи заказчиком и возможности ее выполнения.	
4.	рекламного снимка.	Взаимодействие фотографа и модели.	ЛР
-	VIIIIIIRA	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; T — тестирование, P — написание реферата, Y — устный опрос, KP — 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	Семестры		
Bild i feeten pacetia	часов	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

	Количество аудиторных часов			Самостоятельная работа
Наименование разделов и тем	Вс	Теоретическ ое обучение	Практические и лабораторные занятия	раоота обучающегося (час) (в т.ч. консультации)
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 видеосьемки 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 17 2	54	118	82
--------------------------	----	-----	----

Тематический план и содержание учебной дисциплины

	Максимал ьная	Количество аудиторны форме обучения	Сомостоятом		
Наименование разделов и тем	учебная нагрузка (всего часов)	лекционные	практические	Самостоятель ная учебная нагрузка	консу льтац ии
Введение	2	2			
Раздел 1. Кино	82	16	38	24	4
и телевидение –					
виды					
экранного					
пространствен					
но-временного					
искусства					
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 эскизаинформ ационного рекламного стенда. 2 Подготовкаре кламной надписи на фартук для домохозяйки. 2Подготовка реферата потеме: «Кино и телевидение — виды экранного пространстве нновременного искусства».	

рекламы, виформационные степьы, шкитовая реклама, крыпные установки, рекламы детамы. Транспортная рекламы История производства печатной продукцин, ес состояние на естодиящий день. 2 Реклама в прессе. Характеристика газство-журнальной рекламы Реклама в журнальной рекламы Реклама в журналам. Реклама нобложке Прямая поттовая рассылка (ППР). Требования к тексту ППР. Тексты радиорекламы. Требования к текстам интернетреклам. Требования к текстам интернетреклам. Требования к токстам интернетреклам. Требования к текстам интернетреклам. Требо	 Γ .	I		
информационные стенды, цитовая реклама, крышпые установки, рекламиве стелы, транспортива реклама. 2 Технологии создания наружной реклама. История производства печатной продукции, ее состояние на сегодняшний день. 2 Реклама в прессе. Характеристика тазетно-журнальной рекламы. Реклама в дургалах. Характеристика типов тазет. Реклама в журналах. Рекламы на обложке. Прямая почтовая рассылах (ППР). Требования к тексту ППР. Тексты раднорскламы. Рекомендации по создании о создании о далнотекста. Интернетрекламы. Требования к тексту ППР. Тексты раднорскламы. Рекомендации по создании текстам интернетрекламы. Требования к тексту ППР. Тексты раднорскламы. Рекомендации по создании оданноте синематографо доложения к цекстам интернетрекламы. Требования к тексту ППР. Тексты раднорскламы. Текстам интернетрекламы. Текстам интернетреклама почетовая раднорам правежения и пределения синематографические из обращения и печаторам пределения и провежения и правические и изобращения и правежения и правежения и правежения и изобращения и печаторам правежения и правежения и правежения и изобращения и печаторам правежения и правежения и правежения и пр	· ·			
реклама, крышные установки, рекламиые степы, траиспортная реклама. 2 Технологии создания наружной рекламы. История производства печатной продукции, ее состояние на сегодияний день день день день день день день день			4 История	
реклами, рекламим, транспортная реклама. 2 Технологии создания наружной рекламы. История производства печатной продукции, се состояние на сегодиящимй день. 2 Реклама в прессе. Характеристика тазетах. Харыктеристика тазетах. Харыктеристика типов тазет. Реклама в курпалах. Реклама в курпалах. Реклама в почтовая рассыпка (ППР). Требования к тексту ППР. Тексты раднорекламы. Рекомендации по созданию созданию радиотекста. Интернетреклама. Требования к текстам интернетрекламы. Рекомендации по созданию созданию радиотекста. Интернетреклама. Требования к текстам интернетрекламы. Рекомендации по создании бразовать делей бразовать деле			_	
установки, рекламые стелы, транспортная реклама. 2 Технологии создания наружной рекламы. История производства печатной продукции, ее состояние на сегодиящий день. 2 Реклама в прессе. Характеристика тазетно-журнальной рекламы. Реклама в газетах. Характеристика типов тазет. Реклама в журналах. Реклама на обложке. Прямяя почтовая рассылка (ППР). Требования к тексты радиорекламы. Рекомендации по созданию радиотекста. Интернетрекламы. Требования к текстам интернетрекламы и тексичения (1895). Завкометво с первым констам и тексичения (1896). Завкометво с первым констам и тексичения (1896). Завкометво с первым констам и технические кинекские кинекски		2 Врадачиа	_	
рекламы. 2 Технологии создания наружной рекламы. История производства печатной продукции, ее состояние на сегодиянний день. 2 Реклама в прессе. Характеристика тазетно-журнальной рекламы. Реклама в тазетах. Характеристика типов тазет. Реклама в журналах. Рекламы в облоки. Рекламы на облоки. Рекламы на облоки. Прямая почтовая рассылка (ППР). Требования к тексту ППР. Тексты раднорекламы. Рекомендации по созданию ралиотекста. Интернетреклама. Требования к тексту питеристерекламы. Требования к тексту питеристерекламы. Требования к тексту питеристерекламы. Требования к текстам интернетрекламы. Требования к тексту по созданию радиотекста. Оильм обратьея Люмер Обзор, просмотр несколько раз, анализ. 2 Знакомство с спемым обратьея Люмер Обзор, просмотр несколько раз, анализ. 2 Знакомство с спемым обратьея Люмер Обзор, просмотр несколько раз, анализ. 2 Знакомство с спемым обратьея Люмер Обзор, просмотр несколько раз, анализ. 2 Знакомство с спемым обратьея Люмер Обзор, просмотр несколько раз, анализ. 2 Знакомство с спемым обратьея Люмер Обзор, просмотр несколько раз, анализ. 2 Знакомство с спемым обратьея Люмер Обзор, просмотр несколько раз, анализ. 2 Знакомство с спемым обратьем просторы обрать несколько раз, анализ. 2 Знакомство с спемым обратьем просторы обрать несколько раз, анализ. 2 Знакомство с спемым обрать несколько раз, анализ. 3 знакомство с спемым обрать несколько раз днакомство с спемым обрать не стемы обрать несколько предести немотора несколько предести немотора несколько предести немотора несколько предести немотора			кино	
транспортная реклама. 2 Тежнологии создания наружной рекламы. История производства печатной продукции, ее состояние на сегоднящий день. 2 Реклама в прессе. Характеристика газетах. Характеристика тинов газет. Реклама в курналах. Реклама на обложке. Прямая почтовая рассылка (ППР). Требования к тексты радиотекста. Интернет-рекламы. Рекомендации по созданию радиотекста. Интернет-рекламы. Требования к текстам интернет-рекламы. Требования к текстам интернет-рекламы. В курнари рекламы. В рекламы и по созданию радиотекста. Интернет-рекламы. Требования к текстам интернет-рекламы. Требования к текстам интернет-рекламы. Заму, предоватив в положений по образоватия в помощью кинематографом Эпоха Ч.Чаплина. Фрильм АплавеlleSerpentine Dance(«Танец Лонбуллер») - короткомстражный немой фильм компании Томас Эдисова, святый е помощью кинетоскопа. Звук, пвет в кино. Первый полномстражный цветной фильмебски Партю (амер. реж. Р.Мамулян, 1935). Первый немой	•	_		
2 Технологии создания наружной рекламы. История производства печатной продукции, ее состояние на сегодняшний день. 2 Реклама в прессе. Характеристика газетно-журнальной рекламы. Реклама в газетах. Характеристика типов газет. Реклама в журналах. Рекламные блоки. Реклама в рассылка (ПГР). Требования к тексты радниорекламы. Требования к текстам интернетреклама. Требования к текстам интернетреклама. Требования к текстам интернетреклама. Требования к текстам интернетрекламы. Занакомство с симмым компании. Опльм Ападелев Бегреппів Dance («Танет Ломфуллер») - короткомсфармы кинематографом Эплох 4. Чаплина. Опльм компании Томас Элисовия, синтый с помощью кинетоскопа. Звук, цвет в кино. Первый полнометражный цветной фильмефекки Шаргю (амер. реж. Р. Мамулян, 1935). Первый немой	_			
2 Технологии создания наружной рекламы. История производства печатной продукции, ее состояние на сегоднятний день. 2 Реклама в прессе. Характеристика газетно-журнальной рекламы. Реклама в газетах. Характеристика типов газет, Реклама в журналах. Рекламные блоки. Реклама на обложке. Прамая почтовая рассылка (ППР). Требования к тексту ППР. Тексты радиорекламы. Рекомендации по созданию рагногекста. Интернетреклама. Требования к текстам интернетреклама. Требования к текстам интернетрекламы. Рекомендации по созданию далногекста. Интернетреклама. Требомания к текстом далногекста. Интернетреклама. Требомания к текстам интернетреклама. Требомания к текстам интернетрекламы. Рекомендации по созданию далногекста. Интернетреклама. Требомания к текстам интернетрекламы. Томоруллер») - корогкометражный немой фильм компании Томас Элисома, сиятый с помощью кинетоскопа. Звук, цвет в кино. Первый полнометражный цветной фильмебекки Шарпу (амер. реж. Р.Мамулян, 1935). Первый немой		•		
гоздания наружной рекламы. История производства печатной продукции, се состояние на сегодняшний день. 2 Реклама в прессе. Характеристика газстно-журнальной рекламы. Реклама в тазетах. Характеристика типов тазет. Реклама в журналах. Рекламные блоки. Реклам на обложке. Прямая почтовая рассылка (ППР). Требования к тексту ППР. Тексты радиорекламы. 2 Рекомендации по созданию радногекста. Интернетреклама. Требования к текстям интернетреклама. Требования к текстам интернетреклама. Требования к текстам интернетреклама. Торебования к текстам интернеторекламы. 2 Занакомство с ченьыму кинематографом Эплох 4 Чаплина. Фильм АплаbelleSerpentine Dance («Танец Лоифуллер») - коорткометражный немой фильм сомпании Томас Эдисова, святый с помощью кинетоскопа. Звук, цвет в кино. Первый полнометражный цветной фильмебекки ППарть (амер. реж. Р. Мамулян, 1935). Первый немой	реклама.			
создания наружной рекламы. История производства печатной продукции, ее состояние на сегодияпний день. 2 Реклама в прессе. Характеристика газетно-журнальной рекламы. Реклама в журналах. 2 Рекламные блоки. Реклама в журналах. Рекламные блоки. Рекламные блоки. Рекламные блоки. Рекламные блоки. Рекламные блоки. Рекламные обложе прадиорекламы. 2 Занакомство с первым к тексту ППР. Тексты радиорекламы. Рекомендации по созданию радиотекста. Интернетреклама. Требования к текстам интернетрекламы. Требования к текстам интернеторекламы. Требования к текстам интернеторекламы требования к текстам интернеторекламы. Требования к текстам интернеторекламы требования к текстам интернеторекламы. Требования к текстам интернеторекламы текстам интернеторекламы текстам интернеторекламы текстам интернеторекламы текстам интернеторекламы текстам интернетореклам интернетореклам интернетореклам интернетореклам интернетореклам интерн	2 Технологии			
рекламы. История произволства печагной продукции, ес состояние на сегодияшний день. 2 Реклама в прессе. Характеристика газетно-журнальной рекламы. Реклама в газетах. Характеристика типов газет. Реклама в журналах. Рекламные блоки. Рекламнае блоки. Рекламнае блокие. Прямая почтовая рассылка (ППР). Требования к текстру ППР. Тексты радиорекламы. Рекомендации по созданию радиотекста. Интернетреклама. Требования к текстам интернетререкламы. Требования к текстам интернетререкламы. Требования к текстам интернетререкламы. Требования к текстам интернетререждамы. Требования к текстам интернетререждамы. Требования к текстам интернетререждамы. Требования к текстам интернеторекламы. Требования к текстам интернеторекламы интернеторекламы. Требования к текстам интернеторекламы интернеторекламы. Требования к текстам интернеторекламы интернеторекламы интернеторекламы интернеторекламы интернеторекламы интернационательные интернационательные интернационательные интернационательные интернационательные интернационательные интернациона		-		
производства печатной продукции, ее состояние на сегодняшний день. 2 Реклама в прессе. Характеристика газетно-журнальной рекламы. Реклама в газетах. Характеристика типов газет. Реклама в журналах. Рекламнае блоки. Реклам на обложе. Прямая почтовая рассылка (ППР). Требования к тексту ППР. Тексты радиорекламы. Рекомендации по созданию радиотекста. Интернетреклама. Требования к текстам интернетрекламы. Требования к тексту ППР. Тексты далиорекламы. Рекомендации по созданию радиотекста. Интернетрекламы. Требования к дальене в намы дальене в				
печатной продукции, ее состояние на сегодившний день. 2 Реклама в прессе. Характеристика газетно-журнальной рекламы. Реклама в тазетах. Характеристика типов газет. Реклама в журналах. Рекламные блоки. Рекламна в обложке. Прямая почтовая рассылка (ППР). Требования к тексту ППР. Тексты радиорекламы. Рекомендации по созданию радиотекста. Интернетреклама. Требования к текстам интернет-рекламы. Требования к тексту пно созданию к текстам интернет-реклама. Требования к текстам интернет-рекламы. Требования к текстом прадиотекста. Интернетреклама. Требования к текстам интернет-рекламы. Требования к текстом прадиотекста. Интернетреклама. Требования к текстам интернет-рекламы. Требования к текстом прадиотекста. Интернетреклама. Требования к текстам интернет-рекламы. Требования к текстом прадиотекста. Интернетреклама. Требования к текстам интернет-рекламы. Требования к текстом прадиотекста. Интернетреклама. Требования к текстам интернет-рекламы. Требования к тексту ппр. Тексты прадиотекста. Интернетреклама. Требования к текстам интернет-рекламы. Требования к тексту ппр. Тексты прадиотекста. Интернетреклама. Требования к текстам интернет-рекламы. Требования к текстам интернет-реклама. Требования к текстам интернет-рекламы. Требования к текстам интернет-рекламы. Требования к текстам интернет-рекламы. Требования к текстам интернетреклама. Требования к текстам интернетреклам и текстам интернетреклам и текстам интернетре		•		
се состояние на сегодияшний день. 2Реклама в прессес. Характеристика газетно-журнальной рекламы. Реклама в тазетах. Характеристика типов газет. Реклама в журналах. Рекламнае блоки. Реклама на обложее. Прямая почтовая рассылка (ППР). Требования к тексту ППР. Тексты радиорекламы. Рекомендации по созданию радиотекста. Интернетреклама. Требования к текстам интернетреклама. Требования к текстам интернетреклама. Требования к текстам интернетреклама. Торбования к текстам интернетреклама. Требования к текстам интернетрекламы. 3 Турабования к текстам интернетреклама. Требования к текстам интернетрекламы. Япажен в кинематографом Эпоха Ч.Чаплина. Фильм АплаbelleSerpentine Dance(«Танец Лоифуллер») - короткометражный немой фильм компании Томае Эдисона, снятый с помощью кинетоскопа. Звук, цвет в кино. Первый полнометражный цветной фильм бекки Шарп» (амер. реж. Р.Мамулян, 1935). Первый немой		· ·		
осгодняшний день. 2 Реклама в прессе. Характеристика газетах. Характеристика типов газет. Реклама в журналах. Рекламные блоки. Реклама на обложке. Прямая почтовая рассылка (ШПР). Требования к тексту ППР. Тексты радиорекламы. 2 Рекомендации по созданию радиотекста. Интернетреклама. Требования к текстам интернетрекламы. 2 Рекламы. 2 Накомство с первым кинороликом братьев Люмьер Обзор, просмотр несколько раз, анализ. 2 Знакомство с «цемым» кинематографом Эпоха Ч.Чаплина. Фильм Аппаbelle-Serpentine Dance(«Танец ЛоиФуллер») - короткометражный немой фильм компании Томас Элисона, снятый с помощью кинетоскопа. Звук, цвет в кино. Первый полнометражный цветной фильм бежи Шарп» (амер. реж.Р.Мамулян, 1935). Первый немой		_		
2Реклама в прессе.				
Карактеристика газетно-журнальной рекламы. Реклама в газетах. Характеристика типов тазет. Реклама в курналах. Рекламные блоки. Рекламные блоки. Рекламные блоки. Реклам а пофложке. Прямая пофложе. Поряма пофложе. Пофрама к кнестолько раз, анализ. 2 Знакомство с кнесколько раз, анализ. 2 Знакомство с первым кинороликом братьев Люмьер Обзор, просмотр кнесколько раз, анализ. 2 Знакомство с первым кинороликом братьев Люмьер Обзор, просмотр кнесколько раз, анализ. 2 Знакомство с первым кинороликом братьев Люмьер Обзор, просмотр кнесколько раз, анализ. 2 Знакомство с первым кинороликом братьев Люмьер Обзор, просмотр кнесколько раз, анализ. 2 Знакомство с первым кинороликом братьев Люмьер Обзор, просмотр кнесколько раз, анализ. 2 Знакомство с первым кинороликом братьев Люмьер Обзор, просмотр кнесколько раз, анализ. 2 Знакомство с первым киноромотр кнесколько раз, анализ. 2 Знакомство с первым кинороликом братьев Люмьер Обзор, просмотр кнесколько раз, анализ. 2 Знакомство с первым киноромотр кнесколько раз, анализ. 2 Знакомство	топодпиний донь.			
газстно-журнальной рекламы. Реклама в газетах. Характеристика типов газет. Реклама в журналах. Рекламые блоки. Реклама на обложке. Прямая почтовая рассылка (ППР). Требования к тексту ППР. Тексты радиорекламы. Рекомендации по созданию радиотекста. Интернетреклама. Требования к текстам интернетрекламы. Требования к текстам интернетрекламы. Требования к тексту инсоколько раз, анализы. З знакомство с первым кинороликом братьев Люмьер Обзор, проемотр несколько раз, анализы. З знакомство с «мемым» Пома учисова (Мемера) Требования к тексту инсоколько раз, анализы. З знакомство с «мемым» Пома учисова (Мемера) Требования к тексту инсоколько раз, анализы. З знакомство с «мемым» Пома учисова (Мемера) Требования к тексту инсоколько раз, анализы. Требования к тексту инсокольком разменательным инсокольком разменательным инсокольком разменательным инсокольком разменательным инсокольк				
рекламы. Реклама в газетах. Характеристика типов газет. Реклама в журналах. Рекламные блоки. Реклама почтовая рассылка (ППР). Требования к тексты радиорекламы. Рекомендации по созданию радиотекста. Интернетреклама. Требования к текстам интернетрекламы. Требования к текстам интернетрекламы. Томот мылем компании Томас Эдисона, снятый с помощью кинетоскопа. Звук, цвет в кино. Первый полнометражный цветной фильм бекки Шарп» (амер. реж. Р. Мамулян, 1935). Первый немой				
рекламы. Реклама в газетах. Характеристика типов тазет. Реклама в журналах. Рекламные блоки. Рекламные блоки. Рекламна на обложке. Прямая почтовая рассылка (ППР). Требования к тексту ППР. Тексты радиорекламы. Рекомендации по созданию радиотекста. Интернетреклама. Требования к текстам интернетрекламы. Требования к тексту Несколько раз, анализ. 2 Знакомство с первым кинороликом бразкев расменты в дамомство с первым кинороликом бразкев Люмьер обзов, просмотр несколько раз, анализ. 2 Знакомство с первым кинороликом бразкев Люмьер обзов, просмотр несколько раз, анализ. 2 Знакомство с первым кинороликом бразкев Люмьер обзов, просмотр несколько раз, анализ. 2 Знакомство с первым кинороликом бразкев Люмьер обзов, просмотр несколько раз, анализ. 2 Знакомство с первым кинороликом бразкев Люмьер обзов, просмотр несколько раз, анализ. 2 Знакомство с чемымы кинороликом бразкев Люмьер обзов, просмотр несколько раз, анализ. 2 Знакомство с первым кинороликом бразкев Люмьер обзов, просмотр несколько раз, анализ. 2 Знакомство с чемымы кинороликом бразкев Люмьер обзов, просмотр несколько раз, анализ. 2 Знакомство с чемымы кинорольном бразкев Люмьер обзов, просмотр несколько раз, анализ. 2 Знакомство с чемымы кинорольном бразкев Люмьер обзов, просмотр несколько раз, анализ. 2 Знакомство с чемымы кинорольном бразкемы кинорольном бразкемы кинорольном бразкемы кинорольном бразкемы кинорольном бразкемы кинорольном кинорольном бразкемы кинорольном кинорольном кинорольном кинорольном кинорольном кинорольном кинор	газетно-журнальной			
Характеристика типов газет. Реклама в журналах. Реклама на обложке. Прямая почтовая рассылка (ППР). Требования к тексту ППР. Тексты радиорекламы. Рекомендации по созданию радиотекста. Интернетреклама. Требования к текстам интернетрекламы. Требования к текстым разменером бразу просмотр несколько раз, анализ. Фильм Аппаbelle Serpentine Dапсе («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		* '		
типов газет. Реклама в журналах. Рекламные блоки. Рекламна на обложке. Прямая почтовая рассылка (ППР). Требования к тексту ППГР. Тексты радиорекламы. Рекомендации по созданию радиотекста. Интернетреклама. Требования к текстам интернетрекламы. Торобования к текстам интернетрекламы. Требования к текстам интернетрекламы. Требования к текстам интернетрекламы. Торобования интернетрекламы. Торобования к текстам интернетрекламы. Торобования к текстам интернетрекламы. Торобования к текстам интернетрекламы. Торобования к текстам интернетрекламы. Торобования интернетректами. Торобования к текстам интернетрекламы. Торобования к текстам интернетрекламы. Торобования к текстам интернетрекламы. Торобования к текстам интернетрекламы. Торобования интернетрекламы. Торобования интернетректамию оброговать интернетрекламы. Торобования интернетректамию оброговать интернетрекламы.	газетах.			
в журналах. Рекламные блоки. Реклама на обложке. Прямяя почтовая рассылка (ППГР). Требования к тексту ППР. Тексты радиорекламы. Рекомендации по созданию кинематографом эпоха Ч.Чаплина. Фильм Требования к текстам интернетреклама. Требования к текстам интернетрекламы. Требования к текстам интернетреклама. Требования к текстам интернетректам интернатуры интернетректам интернетректам интернетректам интернетректа	Характеристика	3		
Рекламные блоки. Реклама на обложке. Прямая почтовая рассылка (ППР). Требования к тексту ППР. Тексты радиорекламы. Рекомендации по созданию радиотекста. Интернетреклама. Требования к текстам интернетрекламы. Требования к текстам интернетрекламы. Требования к текстам интернетрекламы. Требования к текстам интернеторекламы. Требования к текстурафом Эпоха Ч.Чаплина. Фильм АппаbelleSerpentine 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	типов газет. Реклама	_		
Реклама на обложке. Прямая почтовая рассылка (ППР). Требования к тексту ППР. Тексты радиорекламы. Рекомендации по созданию радиотекста. Интернетреклама. Требования к текстам интернетрекламы. Требования к текстоным братьев Люмьер Обзор, просмотр несколько раз, анализ. 2 Знакомство с ченьым минематографом Эпоха Ч.Чаплина. Фильм АппаbelleSerpentine Dance(«Танец Доифуллер») - 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	в журналах.			
Прямая почтовая рассылка (ППР). Требования к тексту ППР. Тексты радиорекламы. Рекомендации по созданию радиотекста. Интернетреклама. Требования к текстам интернетреклама. Требования к текстам интернетрекламы. Итернетреждама. Требования к текстам интернетрекламы. Дильм АппаьеlleSerpentine 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	Рекламные блоки.			
рассылка (ППР). Требования к тексту ППР. Тексты радиорекламы. Рекомендации по созданию радиотекста. Интернетреклама. Требования к текстам интернетрекламы. Требования к текстам интернетрекламы. Требования к текстам интернетреклама. Требования к текстам интернетрекламы. Требования к текстым об чиным об помощью кинетоскопа. Звук, цвет в кино. Первый полнометражный цветной фильм«Бекки Шарп» (амер. реж. Р.Мамулян, 1935). Первый немой	Реклама на обложке.	_		
Требования к тексту ППР. Тексты радиорекламы. Рекомендации по созданию радиотекста. Интернетреклама. Требования к текстам интернетрекламы. Требования к текстам интернетрекламы. Тобования к текстым кинемоторафом Эпоха Ч.Чаплина. Фильм АппаbelleSerpentine 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	Прямая почтовая	_		
ППР. Тексты радиорекламы. Рекомендации по созданию радиотекста. Интернетреклама. Требования к текстам интернетрекламы. Помор прекламы. Требования к текстам интернетрекламы. Требования к текстам интернетреклама. Требования интернетреклама. Требования к текстам интернетреклама. Требования интернетреклама. Треб				
ППР. Тексты радиорекламы. Рекомендации по созданию радиотекста. Интернетреклама. Требования к текстам интернетрекламы. Требования к текстам интернетреклама. Требования к				
Рекомендации по созданию радиотекста. Интернетреклама. Требования к текстам интернетрекламы. Оильм компании Томас Эдисона, снятый с помощью кинетоскопа. Звук, цвет в кино. Первый полнометражный цветной фильм (дветной фильм-кекки Шарп») (амер. реж. Р. Мамулян, 1935). Первый немой				
Рекомендации по созданию радиотекста. Интернетреклама. Требования к текстам интернетрекламы. Торекламы. Торекл	радиорекламы.			
созданию радиотекста. Интернетреклама. Требования к текстам интернетрекламы. ТоиФуллер») - 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		2 Знакомство с		
радиотекста. Интернетреклама. Требования к текстам интернетрекламы. ПоиФуллер») - 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				
Интернетреклама. Требования к текстам интернетрекламы. Дильм АппаbelleSerpentine 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				
Требования к текстам интернет- рекламы. АппаbelleSerpentine 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	.			
Текстам интернетрекламы. Дапсе(«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				
рекламы. 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	-	-		
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	_			
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	рекламы.	• •		
компании Томас Эдисона, снятый с помощью кинетоскопа. Звук, цвет в кино. Первый полнометражный цветной фильм«Бекки Шарп» (амер. реж.Р.Мамулян, 1935). Первый немой				
Эдисона, снятый с помощью кинетоскопа. Звук, цвет в кино. Первый полнометражный цветной фильм«Бекки Шарп» (амер. реж.Р.Мамулян, 1935). Первый немой		-		
помощью кинетоскопа. Звук, цвет в кино. Первый полнометражный цветной фильм«Бекки Шарп» (амер. реж.Р.Мамулян, 1935). Первый немой				
кинетоскопа. Звук, цвет в кино. Первый полнометражный цветной фильм«Бекки Шарп» (амер. реж.Р.Мамулян, 1935). Первый немой				
Звук, цвет в кино. Первый полнометражный цветной фильм«Бекки Шарп» (амер. реж.Р.Мамулян, 1935). Первый немой				
Первый полнометражный цветной фильм«Бекки Шарп» (амер. реж.Р.Мамулян, 1935). Первый немой				
полнометражный цветной фильм«Бекки Шарп» (амер. реж.Р.Мамулян, 1935). Первый немой				
цветной фильм«Бекки Шарп» (амер. реж.Р.Мамулян, 1935). Первый немой		•		
фильм«Бекки Шарп» (амер. реж.Р.Мамулян, 1935). Первый немой				
Шарп» (амер. реж.Р.Мамулян, 1935). Первый немой		'		
реж.Р.Мамулян, 1935). Первый немой		-		
1935). Первый немой				
Первый немой				
		,		
1 1		_		
ХУД.ФИЛЬМ В		худ.фильм в		

		России.		
		С. Эйзенштейн		
		«Броненосец		
		«Потёмкин».		
		2 Исторические		
		имена - создатели		
		TB		
		У.Смит, Г.Герц,		
		П.Нипков, Д.Бэрд,		
		Ч. Дженкинс,		
		О.Адамян,		
		Л.Теркен,М.Дикман		
		н.		
		Б.Розинг,В.Зворыки		
Тема 1.2.	2 Pulli propriis	н, Д.Сарнов.	2 Анализ	
	2 Виды экранного	2 Телевидение как		
Виды экранного	искусства, его	вид искусства:	рекламных	
искусства,	основные законы,	телевизионный	текстов с	
основные	природа и сущность	фильм, информация	нарушением	
законы,	экранной	и реклама.	литературных	
пространство	зрелищности.	2 Лингвистический	норм (по	
экрана и	Литературная	анализ как	материалам	
времени	грамотность	инструмент изучения	СМИ и	
	рекламных текстов.	языка рекламы.	периодическо	
	permanism reneral.		й печати).	
	Литературная норма.		2Подготовка	
	Нормативная речь.		рефератов	
	Словоупотребление.		потемам,	
	Избыточность и		соответствую	
	недостаточность		ЩИМ	
	информации.	2 Кино, его	изучаемому	
	Лексическая	технические и	разделу.	
	сочетаемость слов в	художественные		
	тексте.	возможности.		
	Употребление	Художественно-		
	однокоренных слов	языковые средства		
	во фразе.	(семиотика) кино:		
		монтаж, ракурс,		
	2 Рамки	крупный план,		
	использования слов.	средний, общий,		
	Точность слова,	смысловой знак.		
	формы и	Система		
	синтаксической	Станиславского:		
	конструкции.	метод		
	Правильная			
	расстановка знаков	психологического		
	препинания. Правила	анализа, поток		
	и рекомендации при	сознания,		
	написании	интеллектуализм.		
	рекламных текстов.	Кино – искусство		
		синтетическое:		
		соединениеэлемент		
		ов литературы и		
		многих других		
		искусств — театра,		
		музыки, живописи,		
	1	архитектуры,		

		балета.	
		2 Принципы	
		телевизионного	
		сигнала и	
		возможности	
		передачи его	
		зрителю.	
		NTSC -	
		National Television S	
		ystemCommittee —	
		Национальный	
		комитет по	
		телевизионным	
		системам (1953).	
		SECAM -Séquentiel	
		couleur avec	
		mémoire,	
		позднее Séquentielc	
		ouleur à mémoire —	
		система аналоговог	
		о цветного ТВ	
		(1965)	
		PAL -	
		PhaseAlternatingLin	
		е — 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	2ТВ организации,	2 Виды	2 Написание
Кино и	виды видеостудий.	видеостудий.	монолога
телевидение	Методы	Методы	(диалога) для
	производства	производства	радио на
	кинофильма. Места	кинофильма. Места	представленн
	съемок. ТВ студия:	съемок.ТВ-студия:	ую тематику.
	оборудование,	оборудование,	2 Подготовка
	аппаратные,	аппаратная,	рефератов
	aimapaimbie,	инирания,	рефератов

съемочная группа. съемочная группа. потемам, Практика 2 Практика соответствую производства. Автор производства. ЩИМ Мастерство закадрового текста, изучаемому монологов и создания диалога. разделу. Специфика диалогов. рекламного 2Специфика диалога. Жанры создания текстов на рекламных радио и закадровых материалов с текстов для использованием телевизионныхматер диалога. Актёрский иалов. диалог и общение Информационная, документальных аналитическая и героев и художественная персонажей. публицистика. 2 Формы Соотнесение этих литературной понятий с записи, оформление рекламными сценариев текстами. подобных аудио- и видеоматериалов. 2 Герои и персонажи Практическое – принципы их занятие. использования в 2 Тренинг рекламных «Мастерство произведениях. создания диалога». Особенности прямой 2 Анализ и косвенной речи в современных рекламных популярных материалах. художественных Монолог и диалог. фильмов («Бумер», 4 Места «Дурак», «Обитаемый съемок остров» и др.). 6 ТВ-студия: 2 Рекламная оборудование терминология, , аппаратная, соответствующая съемочная разделу. группа. 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.

		T .	I
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 их проведения. Функции телевизионного рекламного продукта.	Профессиональные, любительские, авторские. Виды видеосъёмок. Постановочная, любительская, репортажная. 2 Этапы производства кинофильма. Проектирование (development). Предварительная подготовка (preproduction). Съемки(production). Пост-производство (postproduction)Распространение (sale). 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	1Анализ рекламного ролика, заинтересовав шего по какой-либо причине. 2 Подготовка рефератов потемам, соответствую щим изучаемому разделу.
	терминология, пополнение словаря рекламных	Бекмамбетова.	
Тема 1.5.	2 Жанровые	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 2 Жанровые	8 Фестивали ТВ рекламы (и другие медийные кинофорумы), формы их проведения (примеры)
Производство телевизионной рекламы и	особенности телевизионной рекламы. Рекламная	особенности ТВ рекламы. Рекламная история как основа	рефератов потемам, соответствую

другой	история как основа	рекламной	ЩИМ
видеопродукции	рекламной	продукции.	изучаемому
видеопродукции	продукции.	2Российские и	разделу.
	Российские и	зарубежные	ризделу.
	зарубежные	рекламные	
	рекламные	агентства. Форма и	
	агентства. Формы и	специфика	
	специфика	производства.	
	производства и	2 Прокат ТВ	
	проката	рекламы.	
	телевизионной	Убеждающее	
	рекламы.	изображение, его	
	Убеждающее	влияние на	
	изображение, его	зрительскую	
	влияние на	аудиторию.	
	зрительскую		
	аудиторию.		4Создание
			телевизионно
			й рекламы,
		2 Потохусти (учитывая
		2 Перечень (о	жанровые
		каждом	особенности. 4Создание
		поподробнее, с презентацией)	убеждающего
		основных этапов	изображения
		производства	В
		телевизионной	телевизионно
		рекламы и другой	й рекламе.
		видеопродукции	ii penalame.
		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,	

Раздел 2. Технические средства видеосъемки	84	18	эмоциональный, патриотический, юмористический. Практический анализ процедуры проката рекламного продукта 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 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 усовершенствовани я. 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 сравнительно й таблицы «Видеообору дование и его область применения». 2 Подготовка рефератов потемам, соответствую щим изучаемому разделу.	

жиноизображение. Магия пленки и пифы. Видеосигнал, передача швета. Видеокамер, их область применения, профессиональные видеокамеры. Уход за видеокамеры. Уход за видеокамеры. Уход за видеоборудованиех, сто хранение. усто		2 Телевизионное и	видеооборудования.	видеоролика
пифры. Видеосоитнал, передача цвста. Видеооборудование, классификация видеокамерь и добласть применения, профессиональные видеокамеры. Уход за видеообрудованием, сто хрансиие. Видеооборудованием, сто хрансиие. Видеокамный видеокамины досименный видеокаминый видеороликов на различных капапах ТВ бесовности ТВ рекламы. Эффективность Затрат, воздействие, визвине на потребителей, высокие заграты, отсутствие избирательности, негибкость. 2 Примеры рекламный продукции 2 Обсуждение самых интересных анонсов программТВ. 2 Демонстрация различных аппаратур для видеосъемки — фотовипараты, мобильные телефоны, фотокамеры, видеокамеры, видеокамеры 2 Аналия посителей изображения и их демонстрация (преземния и их демонстрация (преземния и их демонстрация) видеокамеры 2 Аналия посителей изображения и их демонстрация (преземния и их демонстрация) видеокамеры 2 Аналия посителей изображения и их демонстрация (преземния и их демонстрация) видеокамеры 2 Творческие возможности приемов съемки статичной и приемов съемки статичной и движущейся камерами. Понятие «крупный прав». Понятие правежения правежения прочененных правежения праве		киноизображение.	видеосорудования.	из домашнего
передача цвета. Віддеоберудование, классификация видеокамерь и уход за видеокамеры. Уход за видеокамеры видеокамеры видеокамеры видеокамеры видеокамеры видеокамеры видеокамеры, видеокамеры за учания видеокамеры видеокамеры видеокамеры видеокамеры програмтВ с учания видеокамеры видеокаме				_
Вилеооборудование, ктассификация видеокамер, их область применения, профессиональные видеокамеры. Уход за видеооборудованием , сто хранение. Видеооборудованием десклиный дандеоклип, рекламный ролик, рекламный ролик, рекламный продиктивы видеоороликов на распичных видеомуральных видеоороликов на распичных видеомуральных видеомуральных видеоороликов на распичных видеомуральных видеомурал				
Видеооорудование, каасеификация видеокамеры, уко область применения, профессиональные видеокамеры. Уход за видеокамеры видеокамеры видеокамеры видеокамеры до данной за видеокамеры. Уход за видеокамеры. Уход за видеокамеры до данной продукции за видеокамеры до данной продукции за видеокамеры. Уход за видеокамеры до данной продукции за видеокамеры. Уход за видеокамеры до данной продукции за видеокамеры до данной продукция за видеокамеры. Уход за видеокамеры до данной продукция за видеокамеры до данной продукция за видеокамеры. Уход за видеокамеры до данной продукция за видеокамеры данном дан			2 Основные жанры	
классификация видеокамер, их областы применения, профессиональные видеособрудованием , его хранение. Видеооборудованием дедамы дедежний дидеоклип, рекламы передача (примеры). 2 Особенности ТВ рекламы. Эффективность заграть, воздействие, влияние на потребителей, высокие затраты, отсутствие избирательности, негибкость. 2 Примеры рекламных историй в истории рекламных историй в истории рекламных историй в истории рекламных интересных анонеов программТВ. 2 Демонстрация различных аппаратур для видеосъемки — фотовпараты, мобильные телефорны, фотокамеры, видеосъемки — фотовпараты, мобильные телефорны, фотокамеры, видеосъемки — фотовпараты, мобильные телефорны, фотокамеры, видеосъемки — фотовпараты, мобильные телефоны, фотокамеры, видеосъемки — делиентелей изображения и их демонстрация (презентация) Тема 2.2. Тема 2.2. Тема 2.2. Тема 2.2. 2 Творческие возможности приемов съемки статичной и приемов съемки статичной и движущейся камерами. Понятие «крупный плань». Понятие «крупный плань».				
областы применения, профессиональные видеоскорудованием видеооборудованием его хранение. Видеооборудованием его хранение. Видеооборудованием его хранение. За видеооборудованием его хранение. Видеооборудованием его хранение. Зафективность заграть, отсутствие избирательности, нетибкость. 2 Примеры рекламный видеопродукц ии 2 Обсуждение самых интересных анонеов программТВ. 2 Демонстрация различных аппаратур для видеосемем — фотовплараты, мобильные телефоны, фотокамеры, видеокамеры 2 Анализ носителей избирательности и приемов съемки фотокамеры, видеокамеры 2 Анализ носителей изборажения и их демонстрация (презентация) Тема 2.2. Съемка статичной и приемов съемки статичной и движущейся камерами. Воляюжности приемов съемки статичной и движущейся камерами. Польятие «крупный планэ».		-		
профессиональные видеокамеры. Уход за винеооборудованием , его хранение. видеобрудованием , его хранение. видеобрудованием , его хранение. видеоклип, рекламнай видеоклип, рекламнай видеоклип, рекламнай видеоклип, отсутствие избирательности, негибкость. 2 Примеры рекламных историй в историй рекламной протукции 2 Обсуждение самых интересных анонсов программТВ. 2 Демонстрация различных аппаратур для видеосъемки — фотоаппараты, мобильные телефоны, фотокамеры, видеокамеры даличных аппаратур для видеосъемки — фотоаппараты, мобильные телефоны, фотокамеры, видеокамеры даличных аппаратур для видеосъемки — фотоаппараты, мобильные телефоны, фотокамеры, видеокамеры даличных аппаратур для видеосъемки — фотоаппараты, мобильные телефоны, фотокамеры, видеокамеры даличных аппаратур для видеосъемки — фотоаппараты, мобильные телефоны, фотокамеры, видеокамеры даличных аппаратур для видеосъемки — фотоаппараты, мобильные телефоны, фотокамеры, видеокамеры даличных аппаратур для видеосъемки — фотоаппараты, мобильные телефоны, фотокамеры, видеокамеры даличных аппаратур для видеосъемки — фотоаппараты, мобильные телефоны, фотокамеры, видеокамеры даличных аппаратур для видеосъемки — фотоаппараты, мобильные телефоны, фотокамеры, видеокамеры даличных аппаратур для видеосъемки — фотоаппараты, мобильные телефоны, фотокамеры, видеокамеры даличных аппаратур для видеосъемки — фотоаппараты, мобильные телефоны, фотокамеры, видеокамеры даличных аппаратур для видеосъемки — фотоаппараты, мобильные телефоны, фотокамеры, видеосъемки — фотоаппараты, мобильные телефоны, фотокамеры даличных аппаратур для видеосъемки — телефоны, фотокамеры, видеосъемки — фотоаппараты, мобильные телефоны, фотокамеры даличных аппаратур для видеосъемки — телефоны, фотокамеры даличных аппараты, мобильные телефоны, фотокамеры даличных аппараты, мобильные телефоны, фотокамеры даличных аппаратур для видеосъемки — фотоаппараты, мобильные телефоны, фотокамеры даличных аппараты даличных аппараты даличных аппараты даличных аппараты даличных аппараты даличных аппараты даличных апп			(телеобъявление,	профессионал
видеоборудованием, его хранение. видеооборудованием, его хранение. видеооборудованием, его хранение. видеооборудованием, его хранение. видеооборудованием прекламный рекламная передача (примеры). 2 Особенности ТВ рекламы. Эффективность затрать, отсутствие избирательности, негибкость. 2 Примеры рекламных историй в истории рекламных историй в истории рекламных историй в истории 2 Обсуждение самых интересных анонсов программТВ. 2 Демонстрация различных аппаратур для видеосъемки — фотоаппараты, мобливые телефоны, фотокамеры, видеокамеры, видеокамеры 2 Анализ восителей изображения и их демонстрация (презептация) Тема 2.2. Тема 2.2. Съемка статичной и прижущейся камерами. Понятие «крупный плань». Понятие «крупный плань».			-	ьных
видеооборудованием , его хранение. видеооборудованием , его хранение. рекламный видеоклип, рекламный видеоклип, рекламный видеоклип, рекламныя передача (примеры). 2 Особенности ТВ рекламы. Эффективность затрать, вотуствие избирательности, негибкость. 2 Примеры рекламных историй в истории рекламный историй в истории рекламной продукции 2 Обсуждение самых интересных анопсов программ ТВ. 2 Демонстрация различных аппаратур для видеосъемки — фотокамеры, фотокамеры, фотокамеры, фотокамеры, фотокамеры, видеокамеры 2 Анапиз носителей изображения и их демонстрация (презентация) Тема 2.2. Тема 2.2. Съемка возможности приемов съемки п			f *	'
видеоборудованием, его хранение. Видеоборудованием, его хранение. Видеомордованием, его хранение. Видеомордованием, его хранение. Особенности ТВ рекламы. Эфективность затрать, воздействие, влияние на потребителей, высокие затраты, отсутствие избирательности, негибкость. 2 Примеры рекламных истории в истории рекламных историй в истории рекламной продукции 2 Обсуждение самых интересных ановсов программТВ. 2 Демонстрация различных аппаратур для видеосъемки — фотоаппараты, мобильные телефоны, фотокамеры, видеокамеры 2 Анализ носителей изображения и их демонстрация (презентация) Тема 2.2. Съемка возможности приемов съемки измучаемому разделу.		_		
, его хранение. рекламная передача (примеры). 2 Особенности ТВ рекламы. Эффективность затрать, ооздействие, влияние на потребителей, высокие затраты, отсутствие избирательности, негибкость. 2 Примеры рекламных историй в истории рекламной продукции 2 Обсуждение самых интереных анонсов программТВ. 2 Демонстрация различных ашпаратур для видеосъемки — фотоаппараты, мобильные телефоны, фотокамеры, видеокамеры 2 Анализ носителей изображения и их демонстрация (презентация) Тема 2.2. Съемка возможности приемов съемки приемов съемк			•	_
Тема 2.2. Тема 2.2. Тема 2.2. Тема 2.2. Тема 2.4. Тема 2.2. Тема 2.3. Тема 2.4. Тема 2.4. Тема 2.7. Тема 2.7. Тема 2.7. Тема 2.7. Тема 2.7. Тема 2.8. Тема 2.8. Тема 2.8. Тема 2.8. Тема 2.9.			· ·	
Верезнати предоставность ватрать, отсутствие избирательности, негибкость. 2 Примеры рекламых историй в истории рекламных историй в истории рекламной продукции 2 Обсуждение самых интересных анопсов программТВ. 2 Демонстрация различных аппаратур для видеосъемки фотокамеры, видеосъемки фотокамеры, видеосъемки и приемов съемки и статичной и движущейся камерами. Понятие «крупный план».				
рекламы.				- I
Видеопродукц ватрат, воздействие, впияние на потребителей, высокие затраты, отсутствие избирательности, нетибкость. 2 Примеры рекламных историй в истории рекламных истории в истории рекламных истории в игородждение самых интересных анонсов программТВ. 2 Демонстрация различных аппаратур для видеосъемки — фотоаппараты, мобильные телефоны, фотокамеры, видеосъемки — телефоны, фотокамеры, видеокамеры 2 Анализ носителей изображения и их демонстрация (презентация) Тема 2.2. Тема 2.2. Съемка статичной и приемов съемки статичной и приемов съемки статичной и движущейся камерами. Понятие «крупный план».				_
затрат, воздействие, влияние на потребителей, высокие затраты, отсутствие избирательности, негибкость. 2 Примеры рекламных историй в истории рекламных интересных анонсов программенты и их демонстрация (презентация) Тема 2.2. Съемка Тема 2.2. Съемка Тема 2.2. Съемка Тема 2.2. Съемка Статичной и приемов съемки статичной и приемов съемки статичной и движущейся камерами. Понятие «крупный план». Изтори в програмных из изтори и из изучаемому разделу.			•	
Потребителей, высокие затраты, отсутствие избирательности, негибкость. 2 Примеры рекламных историй в истории рекламной продукции 2 Обсуждение самых интересных апонеов программТВ. 2 Демонстрация различных аппаратур для видеосъемки — фотоаппараты, мобильные телефоны, фотокамеры, видеокамеры 2 Анализ носителей изображения и их демонстрация (презентация) Тема 2.2.			затрат, воздействие,	^ *
Высокие затраты, отсутствие избирательности, нетибкость. 2 Примеры рекламных историй в истории рекламной продукции 2 Обсуждение самых интересных анонсов программТВ. 2 Демонстрация различных аппаратур для видеосъемки — фотоаппараты, мобильные телефоны, фотокамеры, видеосъемки — фотоаппараты, мобильные телефоны, фотокамеры 2 Анализ носителей изображения и их демонстрация (презентация) Тема 2.2. Съемка возможности приемов съемки статичной и приемов съемки от				
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) Тема 2.2. Съемка возможности возможности приемов съемки статичной и движущейся камерами. Тема 2.2. Съемка приемов съемки статичной и движущейся камерами. Тема 2.3. Съемка приемов съемки статичной и соответствую приемов съемки статичной и сатичной и и изучаемому понятие камерами. Тема 2.4. Тема 2.5. Съемка приемов съемки статичной и статичной и статичной и и изучаемому понятие камерами. Тема 2.6. Тема 2.7. Тема 2.7. Тема 2.8. Тема 2.8. Тема 2.8. Тема 2.9.			_	
Возможности негибкость. 2 Примеры рекламных историй в истории 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 (презептация) 2 Творческие возможности приемов съемки статичной и движущейся камерами. Движущейся камерами. Движущейся камерами.			_	
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, видеокамеры, видеокамеры, видеокамеры 2 Анализ носителей изображения и их демонстрация (презентация) Тема 2.2. Сьемка статичной и движущейся камерами. Тема 2.2. Съемка статичной и дема съемки статичной и движущейся камерами. Тема 2.2. Съемка статичной и дема съемка статичной и движущейся камерами. Тема 2.2. Съемка статичной и движущейся камерами. Тема 2.2. Съемна статичной и движущей статичной и дв			_	
Стема 2.2. Ст				
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) Тема 2.2.				
тема 2.2. Тема 2.2. Тема 2.2. Тема 2.2. Тема 3.2. Тема 4.2. Тема 2.2. Тема 2.2. Тема 3.2. Тема 4.2. Тема 6.2. Тема 7.2. Тема 6.2.				
продукции 2 Обсуждение самых интересных анонсов программТВ. 2 Демонстрация различных аппаратур для видеосъемки — фотоаппараты, мобильные телефоны, фотокамеры, видеокамеры 2 Анализ носителей изображения и их демонстрация (презентация) Тема 2.2. Съемка статичной и движущейся камерами. Понятие «крупный план».			историй в истории	
Тема 2.2. Съемка статичной и движущейся камерами. Тема 2.1. Съемка статичной и движущейся камерами. Тема 2.2. Съемка статичной и движущейся камерами. Тема 2.2. Съемка статичной и движущейся камерами. Тема 2.3. Съемка статичной и движущейся камерами. Тема 2.4. Съемка статичной и движущейся камерами. Тема 2.5. Съемка статичной и движущейся камерами. Тема 2.6. Съемка статичной и движущейся камерами. Тема 2.7. Съемка статичной и движущейся камерами. Тема 2.8. Съемка статичной и движущейся камерами. Тема 2.9. Съемка статичной и движущейся камерами. Тема 2.2. Темонострация презентация правичитати презентация презентаци			^	
самых интересных анонсов программТВ. 2 Демонстрация различных аппаратур для видеосъемки — фотоаппараты, мобильные телефоны, фотокамеры, видеокамеры 2 Анализ носителей изображения и их демонстрация (презентация) Тема 2.2. Съемка возможности возможности приемов съемки потемам, статичной и движущейся камерами. Движущейся камерами. Понятие «крупный план».				
анонсов программТВ. 2 Демонстрация различных аппаратур для видеосъемки — фотоаппараты, мобильные телефоны, фотокамеры, видеокамеры 2 Анализ носителей изображения и их демонстрация (презентация) Тема 2.2. Съемка 2 Творческие возможности возможности приемов съемки приемов съемки приемов съемки приемов съемки приемов съемки приемов съемки потемам, статичной и статичной и статичной и статичной и движущейся камерами. Понятие камерами. Понятие «крупный план». Понятие «крупный разделу.			-	
программТВ. 2 Демонстрация различных аппаратур для видеосъемки — фотоаппараты, мобильные телефоны, фотокамеры, видеокамеры 2 Анализ носителей изображения и их демонстрация (презентация) Тема 2.2. Съемка возможности статичной и движущейся камерами. Возможности приемов съемки потемам, статичной и соответствую щим изучаемому разделу.			_	
Съемка Возможности Возможности Возможности Приемов съемки Приемов съемки Приемов съемки Понятие (крупный план». Понятие «крупный разделу.				
различных аппаратур для видеосьемки — фотоаппараты, мобильные телефоны, фотокамеры, видеокамеры 2 Анализ носителей изображения и их демонстрация (презентация) Тема 2.2. Съемка возможности возможности приемов съемки приемов съемки приемов съемки потемам, статичной и движущейся камерами. Движущейся камерами. Понятие камерами. Понятие «крупный план».				
аппаратур для видеосъемки — фотоаппараты, мобильные телефоны, фотокамеры, видеокамеры 2 Анализ носителей изображения и их демонстрация (презентация) Тема 2.2. Съемка статичной и движущейся камерами. Движущейся камерами. аппаратур для видеосъемки — фотоаппараты, мобильные телефоны, фотокамеры 2 Анализ носителей изображения и их демонстрация (презентация) 2 Творческие возможности приемов съемки приемов съемки потемам, статичной и статичной и движущейся камерами. Понятие «крупный план». Понятие «крупный разделу.			-	
Видеосъемки — фотоаппараты, мобильные телефоны, фотокамеры, видеокамеры 2 Анализ носителей изображения и их демонстрация (презентация) Тема 2.2. Съемка возможности возможности приемов съемки статичной и движущейся камерами. Видеокамеры 2 Анализ носителей изображения и их демонстрация (презентация) 2 Творческие возможности возможности рефератов потемам, статичной и статичной и статичной и статичной и статичной и статичной и изучаемому понятие «крупный план».			-	
мобильные телефоны, фотокамеры, видеокамеры 2 Анализ носителей изображения и их демонстрация (презентация) Тема 2.2. Съемка возможности возможности приемов съемки приемов съемки приемов съемки потемам, статичной и движущейся камерами. Понятие камерами. Понятие «крупный план». Понятие «крупный разделу.			видеосъемки –	
телефоны, фотокамеры, видеокамеры 2 Анализ носителей изображения и их демонстрация (презентация) Тема 2.2. Съемка возможности возможности рефератов приемов съемки приемов съемки потемам, статичной и движущейся камерами. движущейся камерами. Понятие камерами. Понятие «крупный план».				
фотокамеры, видеокамеры 2 Анализ носителей изображения и их демонстрация (презентация) Тема 2.2. Съемка возможности возможности рефератов приемов съемки потемам, статичной и приемов съемки приемов съемки потемам, статичной и статичной и статичной и статичной и движущейся камерами. Понятие камерами. Понятие «крупный план». Понятие «крупный разделу.				
Видеокамеры 2 Анализ носителей изображения и их демонстрация (презентация) Тема 2.2. Съемка статичной и приемов съемки приемов съемки потемам, движущейся камерами. движущейся камерами. Видеокамеры 2 Анализ носителей изображения и их демонстрация (презентация) 2 Творческие Возможности возможности рефератов приемов съемки приемов съемки потемам, статичной и статичной и соответствую камерами. Понятие камерами. изучаемому камерами. Понятие «крупный план».			_	
2 Анализ носителей изображения и их демонстрация (презентация) Тема 2.2. 2 Творческие возможности возможности рефератов статичной и приемов съемки приемов съемки приемов съемки потемам, статичной и статичной и статичной и движущейся камерами. Движущейся камерами. Движущейся камерами. Понятие «крупный план». Понятие «крупный разделу.			-	
изображения и их демонстрация (презентация) Тема 2.2. Съемка статичной и приемов съемки приемов съемки потемам, статичной и статичной и статичной и движущейся камерами. Камерами. Понятие камерами. изучаемому камерами. Понятие «крупный план».				
демонстрация (презентация) Тема 2.2. Съемка статичной и приемов съемки потемам, статичной и движущейся камерами. Камерами. Понятие «крупный план».				
Тема 2.2. 2 Творческие 2 Творческие 2 Подготовка рефератов приемов съемки приемов съемки потемам, статичной и статичной и статичной и статичной и статичной и движущейся камерами. Движущейся камерами. Понятие камерами. Понятие «крупный план». Понятие «крупный разделу.			•	
Съемка возможности возможности рефератов приемов съемки приемов съемки потемам, статичной и статичной и статичной и соответствую камерами. Понятие камерами. Понятие «крупный план». Понятие «крупный разделу.			(презентация)	
статичной и приемов съемки приемов съемки потемам, статичной и статичной и статичной и соответствую камерами. Понятие камерами. Понятие «крупный план». Понятие «крупный разделу.		•	*	
движущейся камерами. Статичной и статичной и соответствую движущейся движущейся камерами. Понятие камерами. Понятие «крупный план». Понятие «крупный разделу.				
камерами. движущейся движущейся щим камерами. Понятие камерами. Понятие «крупный план». Понятие «крупный разделу.		_	_	
камерами. Понятие камерами. изучаемому «крупный план». Понятие «крупный разделу.				· ·
«крупный план». Понятие «крупный разделу.	татерини.		· ·	
		Движение камеры:		

	1	П	I I
	панорама	Панорама и ее	
	наблюдения,	съемка.	
	сопровождение,	Приемы наезд и	
	«тревелинг».	отъезд.	
	Приемы «наезд»	Съемка	
	(укрупнение) и	изображений со	
	«отъезд» как	штатива.	
	смысловые и	2 Съемка камерой с	
	монтажные единицы.	рук.	
		Съемка	
		блуждающей	12Съемочная
		камерой.	работа со
			штативом;
			камерой с
			рук;
			блуждающей
		2 Использование	камерой
		операторских	2 Выбор
		приемов «наезд» и	съемочной
		«отъезд»;	аппаратуры
		2 Понятия	
		«крупный план»,	
		«тревелинг».	
Тема 2.3.	2 Большая и малая	2 Изобразительные	2 Подготовка
Оптика, общие	глубины резкости.	особенности.	рефератов
понятия,	Изобразительные	Фокус, искажение	потемам,
технические	особенности.	перспективы.Масш	соответствую
характеристики.	Фокусировка,	табность,	ЩИМ
Дискретная	искажение	экспозиция. Фокусн	изучаемому
оптика.	перспективы,	ое расстояние,	разделу.
	качество	диафрагма, глубина	pusgeriy.
	масштабирования.	резкости.	
	Экспозиция.	резкости.	
	экспоящия.		
	Фокусные		
	расстояния,		
	диафрагма, глубина		
	изображаемого	2Использование	
	пространства.	творческих	
	Изобразительные	возможностей	12Съемочная
	особенности съемки	дискретной оптики	работа
	объективами с	Повышенная	раобта
	различными		
	фокусными	контрастность,	
	расстояниями.	улучшенная	
	Основные	цветопередача,	
	отличительные	низкийуровень	
	особенности	засветок,	
	дискретной оптики и	искажений и	
	объективас	бликов.	
	переменным	2Изобразительные	
	фокусным	особенности.	
	расстоянием.	2 Масштабность,	
	Lastismin	экспозиция.	
		2 Фокусное	
		расстояние,	
		диафрагма, глубина	

		резкости.	
Тема 2.4.	2 Цели и задачи	2 Цели и задачи	2 Подготовка
Свет и	освещения. Эффекты	освещения.	рефератов
освещение,	и состояние	Эффекты и	потемам,
осветительное	освещения.	состояние	соответствую
оборудование и	Интенсивность и	освещения,	ЩИМ
осветительные	направление света.	интенсивность и	изучаемому
приборы	Освещение как	направление света.	разделу.
	средство трактовки	Освещение, как	I management
	образа. Свет, тень и	средство образа.	
	цвет как	2 Свет и тень,	
	выразительные	передача цвета и	
	средства.	смешение цветов.	
	ородотам.	Физические	
	Свет и тень, передача	свойства цвета.	
	цвета и смешение		
	цветов. Физические		
	свойства света –	2 Освещение, как	
	освещенность,	средство образа.	
	яркость, светлота,	Свет -	4Работа с
	цветовой фон,	формообразующий	осветительны
	спектральный состав	компонент.	М
	света.	nomionem.	оборудование
	Отражательная	Направленный	м.
	способность	(передний	Соблюдение
	физических тел.	(фронтальный),	техники
	2 11	боковой и задний	безопасности
	2 Цветовая	(контровой) и	при
	температура	рассеянный свет,	использовани
	источников света.	динамический	И
	Ключевая яркость.	диапазон, цветовая	осветительно
	Визуальный и	температура.	ГО
	экспонометрический	Функции света	оборудования
	контроль; «серая» шкала. Свето- и	Информационно-	
		познавательная,	
	цветочувствительнос	эмоциональная,	
	ть носителей.	психологическая.	
	Светофильтры и их свойства.	Дополнительные	
		возможности цвета.	
	Экспонометрический режим, функция	2 Физические	
	режим, функция «баланс белого».	свойства цвета.	
	«оаланс оелого». Интервал яркостей	Цветовой тон,	
	объекта съемок.	светлота,	
	OOBERTA CBEMOR.	насыщенность,	
	Осветительное	цветовой ряд,	
	оборудование, его	температура цвета,	
	устройство, приемы	цветовые круги.	
	работы с ним,	Хромотические,	
	техника	ахромотические,	
	безопасности при	полухромотические	
	использовании	цвета.	
	осветительного		
	оборудования.		
Тема 2.5.	2 Oanawayya === ===	2 Marrayyyyy 27 272	2 Понгология
1 ема 2.5. Естественный и	2 Освещение людей,	2 Источник света.	2 Подготовка
	объектов, съемочной	Особенности	рефератов
искусственный	площадки.	съемки при	потемам,

Вкепономстрия Претной свет. Особенности съемки при пскусственном свете, эффекты освещения. Особенности съемки при сетсетвенном свете, эффекты освещения поверхности, выработка фактур. Особенности освещения и направление света, его интенсивность. Освещение поверхности, выработка фактур. Инпровизация в освещения, атмосферы освещением. Особенности съемки при пскусственные источняки света. Солине, звезды, атмосферы освещением. Особенности съемки при пскусственные источняки света. Особенности съемки при пскусственные индерственные и поверхности, выработка фактур. Особенности съемки при пскусственные индерственные и поверхности, выработка фактур. Особенности съемки при пскусственные индерственные и поверхности, выработка фактур. Особенности съемки при пскусственные индерственные индерственные индерственные индерственные индерственные индерственные индерственные индерственные индерственные особенности ризлавия в осещении (просмотр индивируальных видеороликов с комментариями) 2 Импровизация в осещении (просмотр индивируальных видеороликов с комментариями) 2 Импровизация в особенности рекламного ролика. Основы выдеорожения и прекламного ролика. Особенности рекламного ролика. Особенности рекламного ролика. Остория. Остория Остория					
Особенности съемки при искусственном свете, эффекты освещения. Особенности съемки при сетественном свете, эффекты освещения. Распределение и направление света, его интепсивность. Ослещение поверхностей, выработка фактур. Импроизация в освещения, создание атмосферы освещения. В освещения освещения, создание атмосферы освещения. В освещения осве	свет.	Источники света,	искусственном	соответствую	
при искусственном свещении. Особенности съемки при сетсетвенном свете, эффекты освещения. Распределение и награвление света, его интенеливность. Освещение поверхности, выработка фактур. Импровизация в освещении, соранне атмоферы освещением. Освещение поверхности съемки при искусственные источники света. Солнце, звезды, атмосферые разряды и т.д. искусственные поверхности поверхности индивидуальных видеороликов с комментариями у 2 Освещении (просмотр индивидуальных видеороликов с комментариями) 2 Импровизация в освещении (просмотр индивидуальных видеороликов с комментариями) 2 Импровизация в освещении (просмотр индивидуальных видеороликов с комментариями) 2 Импровизация в освещении (просмотр индивидуальных видеороликов с комментариями) 2 Импровизация в освещении (просмотр индивидуальных видеороликов с комментариями) 2 Импровизация в освещении (просмотр индивидуальных видеороликов с комментариями) 2 Импровизация в освещении (просмотр индивидуальных видеороликов с комментариями) 2 Импровизация в освещении (просмотр индивидуальных видеороликов с комментариями) 2 Импровизация в освещении (просмотр индивидуальных видеороликов с комментариями) 2 Импровизация в особенности рекламного ролика. Направленность, использовании приемов демонстрационновизуальной индеоролика, обозначение целя, использования приемов демонстрационновизуальной индеоролика, обозначение целя, испаранова обозначение целя, обозначение целя, испаранова обозначение деля, испаранова обозначение деля, испаранова обозначение деля, испарана обозначение деля обозначение деля обозначение деля обозначение	Экспонометрия	1 '	· ·	· '	
освещении. Особенности съемки при сетественном свете, эффекты освещения. Распределение и направление поверхности, выработка фактур. Освещение поверхностий, выработка фактур. Импровизация в освещении. Освещение поверхностий, выработка фактур. Импровизация и освещении атмосферы освещением. Ваработка фактур. Импровизация в освещении атмосферы освещением. Ваработка фактур. Импровизация в освещении поверхности, выработка фактур искусственные поверхности, выработка фактур искусственные поверхности, выработка фактур искусственные поверхности, выработка фактур искусственные поверхности, выработка освещении поверхности, выработка фактур искусственные поверхности, выработка история искусственные поверхности, выработка освещении поверхности, выработка фактур искусственные поверхности, выработка освещении поверхности, выработка фактур искусственные поверхности, выработка освещении поверхности, выработка объеменные поверхности, выработка освещении поверхности, выработка освещении поверхности, выработка объеменные поверхности, вытомые объеменные поверхности, объеменные поверхности, объеменные поверхности объеменные поверхности, объеменные поверхности, объеменные поверхности, объеменные поверх					
Особенности съемки при сстественном свете, эффекты освещения. Распредлеление и направление света, его интенсивность. Освещение поверхности, выработка фактур. Импровизация в освещении, создание атмосферы освещением. Выработка фактур. Импровизация в освещением. Выработка фактур. Импровизация в освещением. Ватмосферы освещением. 2 Источник света. Естественные источники света: Солище, звезды, оборудование атмосферы пламя, разного рода дампы, светодноды, дажеры. 2 Особенности съемки при искусственные поверхности, етстеченные поверхности, выработка фактур пидивидуальных видеороликов с комментариями) 2 Импровизация в освещении (проемотр индивидуальных видеороликов с комментариями) 2 Импровизация в освещении (проемотр индивидуальных видеороликов с комментариями) Раздел З. Основы видеорежиесуры, процесть видеосъемки и видеопроекции Тема 3.1. Разработка жанровые особенности рекламного ролика. Социальная аудитория. Направленность, использование приемов демонстрационно визуальной симвошзации. Построение сценарной заявкия видеоролика, обозначение приемов демонстрационно визуальной симвошзации.		•		разделу.	
при сстественном свете, эффекты освещения. Разреды и т.д. Освещении. Выработка фактур. Освещения покрумостей, выработка фактур импровизация в освещении. Освещение. Освещение. Освещение. Освещение и аправление света, его интенсивность. Освещения посрумостай, выработка фактур импровизация в освещении, создание атмосферны освещении. Освещение. Освещение. Освещения освещения. Освещения покрумости, выработка фактур индивидуальных видеороликов с комментариями) 2 Импровизация в освещении (просмотр индивидуальных видеороликов с комментариями) 2 Импровизация в освещении (просмотр индивидуальных видеороликов с комментариями) 2 Импровизация в освещении (просмотр индивидуальных видеороликов с комментариями) 2 Импровизация в освещении (просмотр индивидуальных видеороликов с комментариями) 2 Импровизация в освещении (просмотр индивидуальных видеороликов с комментариями) 2 Импровизация в освещении (просмотр индивидуальных видеороликов с комментариями) 2 Импровизация в освещении (просмотр индивидуальных видеороликов с комментариями) 2 Импровизация в освещении (просмотр индивидуальных видеороликов с комментариями) 2 Импровизация в освещении (просмотр индивидуальных видеороликов с комментариями) 2 Импровизация в освещении (просмотр индивидуальных видеороликов с комментариями) 2 Импровизация в освещении (просмотр индивидуальных видеороликов с комментариями) 2 Импровизация в освещении (просмотр индивидуальных видеороликов с комментариями) 2 Импровизация в освещении (просмотр индивидуальных видеороликов с комментариями) 2 Импровизация в освещении (просмотр индивидуальных видеороликов с комментариями) 2 Импровизация в освещения (просмотр индивидуальных видеороликов с комментариями) 2 Ираминариями 2 2 Подготоква сценария видеоклипариями и история. Кавровые особенности рекламного ролика, обозначение ценарной заявки видеоролика, обозначение ценария и история. Импроролика обозначение потражение потражение поториями материального предоста и история		· ·			
разрам и т.д. история выработка фактур. 2 Источник света. Сетественные инправление света, его интенсивность. Освещение поверхностей, выработка фактур. Импровизация в освещение, атмосферы освещением. Освещеные источники света: Солнце, звезды, атмосферыме освещением. Освещеные источники света: Солнце, звезды, атмосферыме освещение, разряди и т.д. Искусственные иппамя, разного рода дампы, светодиоды, дазеры. 2 Особенности съемки при искусственном освещении, естественном свете, эффекты освещения (просмотр индивидуальных видеороликов с комментариями) 2 Импровизация в освещении (просмотр индивидуальных видеороликов с комментариями) 2 Импровизация в освещении (просмотр индивидуальных видеороликов с комментариями) 2 Импровизация в освещении (просмотр индивидуальных видеороликов с комментариями) 2 Импровизация в освещении (просмотр индивидуальных видеороликов с комментариями) 2 Импровизация в освещении (просмотр индивидуальных видеороликов с комментариями) 2 Импровизация в освещении (просмотр индивидуальных видеороликов с комментариями) 2 Импровизация в освещении (просмотр индивидуальных видеороликов с комментариями) 2 Импровизация в освещении (просмотр индивидуальных видеороликов с комментариями) 2 Импровизация в освещении (просмотр индивидуальных видеороликов с комментариями) 2 Импровизация в освещении (просмотр индивидуальных видеороликов с комментариями) 2 Импровизация в освещении (просмотр индивидуальных видеороликов с комментариями) 2 Импровизация в освещении (просмотр индивидуальных видеороликов с комментариями) 2 Импровизация в освещении (просмотр индивидуальных видеоролика, особенности рекламного ролика. Направленностьке история. Направленностьке история история история история видеокрамной видуальной видуал			'		
Раздел 3. Освещения Тема 3.1. Разработка радеосъемки и видеовеския и при перекламного ролика Видеородика Видеородика Тема 3.1. Разработка радеосъемки и видеоврежие и видеоврежие и принаственные история. Видеородика сосбенности рекламного ролика Видеородика В		•	_		
Раздел 3. Основы видеорежиестры, провессывидеосъемки и видеопрежения видеопрежная вудитория. Раздел 3. Основы видеорежиестры, пропессы видеосъемки и видеопрежения видео			выраоотка фактур.		
направление света, его интенсивность. Освещение поверхностей, выработка фактур. Импровизация в освещении, создание атмосферы освещении, создание пламя, разного рода дампы, светодиоды, дазеры. 2 Особенности съемки при искусственные (просмотр индивидуальных видеороликов с комментариями) 2 Импровизация в освещении, естественном свете, эффекты освещении, естественном свете, эффекты освещении (просмотр индивидуальных видеороликов с комментариями) 2 Импровизация в освещении (просмотр индивидуальных видеороликов с комментариями) 2 Импровизация в освещении (просмотр индивидуальных видеороликов с комментариями) 2 Импровизация в освещении (просмотр индивидуальных видеороликов с комментариями) 2 Импровизация в освещении (просмотр индивидуальных видеороликов с комментариями) 2 2 Рекламного роди деловное особенности рекламного родика аудитория. Направленность использования приемов демонстрационно визуальной символизации. 2Драматургия денариой заявки видеородика, обозначение целы и символизации. 2Драматургия денари денари денари денари денари денари заявки видеородика, обозначение целы и символизации. 2Драматургия денари де		· ·			
его интенсивность. Освещение поверхностей, выработка фактур. Импровизация в освещении, создание атмосферы освещение. Освещение поверхностей, выработка фактур. Импровизация в освещение. Освещеные пламя, разного рода, дамны, светодноды, дазеры. 2 Особенности съемки при искусственные пламя, разного рода, дамны, светодноды, дазеры. 2 Особенности съемки при искусственном свете, эффекты освещения (просмотр индивидуальных видеороликов с комментариями) 2 Импровизация в освещении (просмотр индивидуальных видеороликов с комментариями) 2 Импровизация в освещении (просмотр индивидуальных видеороликов с комментариями) 2 Импровизация в освещении (просмотр индивидуальных видеороликов с комментариями) 2 Импровизация в освещении (просмотр индивидуальных видеороликов с комментариями) 2 Импровизация в освещении (просмотр индивидуальных видеороликов с комментариями) 2 Импровизация в освещении (просмотр индивидуальных видеороликов с комментариями) 2 Импровизация в освещении (просмотр индивидуальных видеороликов с комментариями) 2 Импровизация в освещении (просмотр индивидуальных видеоролика сосенности рекламного ролика. Социальная аудитория. Направленностьисн ользования приемов демонстрационно визуальной символизации. 2 Драматургия видеоролика, особности оденные оденцение поверхности, мытур обрудование поверхности, мытур обрудова		•	2.11	2D 6	
Освещение поверхностей, выработка фактур. Импровизация в освещении, создание атмосферы освещением. Видеот в право в		_			
Раздел 3. Основы видеорежиссуры, процессы видеорежиския видеорежиси видеорежиси видеорежими Тема 3.1. Разработка Жанровые рекламного ролика рекламного ролика Резработка 3.1. Сосивальная разработка и т.д. искусственные поверхности, выработка фактур В 40 В 2 Рекламная история. Канровые особенности обенности рекламного ролика аудитория. Направленность, использование приемов демонстрационно визуальной имполизации. Едраматургия и побролика, обозначение периемов демонстрационно визуальной имполизации. Едраматургия и побролика, обозначение периемов демонстрационно визуальной имполизации. Едраматургия и побролика, обозначение перия, использование приемов демонстрационно визуальной имполизации. Едраматургия и побролика, обозначение перия, использование приемов демонстрационно визуальной символизации. Едраматургия при детор, история побролика, обозначение перия, история потрамать приемов демонстрационно визуальной имполизации. Едраматургия перия, обозначение перия, история потраматургия перия, потраматургия потраматурства потраматургия потраматура потраматургия потраматура потраматурстватур					
выработка фактур. Импровизация в освещении, создание атмосферы освещении, создание атмосферы освещением. Варяды и т.д. Искусственные: пламя, разного рода дампы, светодиоды, дазеры. 2 Особенности съемки при искусственном освещении (просмотр индивидуальных видеороликов с комментариями) 2 Импровизация в освещении (просмотр индивидуальных видеороликов с комментариями) 2 Импровизация в освещении (просмотр индивидуальных видеороликов с комментариями) 2 Импровизация в освещении (просмотр индивидуальных видеороликов с комментариями) 2 Импровизация в освещении (просмотр индивидуальных видеороликов с комментариями) 2 Умпровизация в освещении (просмотр индивидуальных видеороликов с комментариями) 2 Умпровизация в освещении (просмотр индивидуальных видеороликов с комментариями) 2 Умпровые особенности рекламного ролика. Социальная аудитория. Направленность использование приемов демонстрационно визуальной символизации. 2Драматургия педы, обозначение педель,		· ·			
Импровизация в освещении, создание атмосферы освещением. Памя, разного рода дампы, светодноды, дазеры. 2 Особенности съсмки при искусственном ослещении (просмотр индивидуальных видеороликов с комментариями) 2 Импровизация в освещении (просмотр индивидуальных видеороликов с комментариями) 2 Импровизация в освещении (просмотр индивидуальных видеороликов с комментариями) 2 Импровизация в освещении (просмотр индивидуальных видеороликов с комментариями) 2 Импровизация в освещении (просмотр индивидуальных видеороликов с комментариями) 2 Уета в температи и просмотр индивидуальных видеороликов с комментариями (просмотр индивидуальных видеороликов с комментариями) 2 Уета в температи и просмотр индивидуальных видеороликов с комментариями (просмотр индивидуальных видеороликов с комментариями) 2 Уета в температи и просмотр индивидуальных видеоролика (предоставление особенности рекламного ролика и при видеоктипа особенности рекламного ролика и при видеоктипа особенности ользования приемов демонстрационно визуальной и символизации. 2 Драматургия и поверхности, вактур и т.л. и поверхности, в фактур и т.л.		-			
Раздел 3. Основы видеорежиссуры, процессы видеорожими и видеопроекции Тема 3.1. Разработка рекламного ролика Редамного ролика (Социальная аудитория. Направленность, использование приемов демонстрационно визуальной и судраматургия и делу до обозначение цели, обозначение дели обозначени		1 1	* *		
атмосферы освещением. атмосферы освещением. атмосферы освещением. атмосферы освещением. атмосферы освещением. атмосферы освещением. атмосферы освещении, светодиоды, лазеры. 2 Особенности съемки при искусственном освещения (просмотр индивидуальных видеороликов с комментариями) 2 Импровзация в освещении (просмотр индивидуальных видеороликов с комментариями) 2 Импровзация в освещении (просмотр индивидуальных видеороликов с комментариями) Раздел 3. Основы выдеорежнесуры, процессы видеосъемки и вылеопроекции Тема 3.1. Разработка рекламного особенности рекламного особенности рекламного ролика. Социальная аулитория. Направленность, использование приемов демонстрационновизуальной символизации. Выработка фактур актур акт		•	-	· ·	
Раздел 3.				_	
раздел 3. Соновы видеороликов с комментариями) Раздел 3. Основы видеорежиесуры, процессы видеосъемки выдеороежиесуры, процессы видеосъемки выдеоролика Тема 3.1. Разработка рекламного ролика Раздел 3. Основы видеороликов с комментариями) Рекламного ролика. Оспиварная история. Жанровые особенности рекламного ролика. Социальная аудитория. Направленность, использование присмов демонстрационновизуальной символизации. Обозначение цели, история, обозначение присмов демонстрационновизуальной и дели,		* *	T		
Раздел 3. Основы видеосрежиссур ы, процессы видеопроежнии Тема 3.1. Разработка рекламного ролика Социальная аудитория. Направленность, использование приемов демонстрационновизуальных видеорлика. Социальная аудитория. Направленность, использование приемов демонстрационновизуальной символизации в осебенности стоков с комментариями) 2 Рекламная история. Жанровые особенности рекламного ролика. Социальная аудитория. Направленность, использование приемов демонстрационновизуальной символизации. Визуальной история история. Направленность использования приемов заявки видеоролика, обозначение цели, обозначение цели, обозначение цели,		освещением.		фактур	
Раздел 3. Основы видеорежиссуры, процессы видеорежиссуры, процессы видеорежисти рекламного ролика Оролика Раздел торолика Раздел то					
Съемки при искусственном освещении, естественном освещении (просмотр индивидуальных видеороликов с комментариями) 2 Импровизация в освещении (просмотр индивидуальных видеороликов с комментариями) 2 Импровизация в освещении (просмотр индивидуальных видеороликов с комментариями) Раздел З. Основы видеорежиссуры, процессы видеорежиссуры, процессы видеотьемки и видеопроекции Тема 3.1. Разработка рекламного ролика Социальная аудитория. Канровые особенности рекламного ролика. Социальная аудитория. Направленность использование приемов демонстрационновизуальной символизации. Построение сценарной заявки внауальной символизации, обозначение приемов демонстрационновизуальной символизации, обозначение приемов демонстрационновизуальнох приемов демонстрационновизуальной символизации, обозначение приемов демонстрационновизуальной символизации демонстрационновизуальной симв			•		
Раздел 3. Основы видеорежиссуры, процессы видеосъемки и видеопроекции Тема 3.1. Разработка рекламного ролика Ролика Разработка рекламного ролика Социальная аудитория. Направленность, использование приемов демонстрационно визуальной использование приемов демонстрационно визуальной использование премов демонстрационно визуальной использование премов демонстрационно визуальной особенноети особенноети одемонстрационно визуальной особенноети особозначение премов демонстрационно визуальной особенноети обозначение премов демонстрационно визуальной особозначение премов демонстрационно визуальной особаначение премов демонстрационно премов демонстрационно визуальной особаначение премов демонстрационно премов демонстрационно визуальной особаначение премов демонстрационно					
Раздел 3. Основы видеорежиссуры, процессы видеороскии и видеоромка Тема 3.1. Разработка рекламного ролика Рекламного ролика Видеоромка 2 Рекламная история. Канровые особенности рекламного ролика Социальная аудитория. Направленность, использование приемов демонстрационновизуальной видеомного демонстрационновизуальной демонстрационновного демонстрац			_		
естественном свете, эффекты освещения (просмотр индивидуальных видеороликов с комментариями) 2 Импровизация в освещении (просмотр индивидуальных видеороликов с комментариями) Раздел 3. Основы видеорежиесуры, процессы видеосъемки и видеопроекции Тема 3.1. Разработка рекламного ролика Рекламного ролика 2 Рекламная история. Жанровые особенности рекламного ролика. Социальная аудитория. Направленность, использование приемов демонстрационновизуальной изуальной визуальной визуальной визуальной визуальной обозначение цели,			T		
рекламного ролика 2 Рекламная история. Ваработка рекламного ролика 2 Рекламная история. Социальная аудитория. Направленность, использование приемов демонстрационно визуальной символизации. Содраматургия дели дели дели дели дели дели дели дели					
Спросмотр индивидуальных видеороликов с комментариями) 2 Импровизация в освещении (просмотр индивидуальных видеороликов с комментариями) Спросмотр индивидуальных видеороликов с комментариями) Спросмотр индивидуальных видеороликов с комментариями) Спросмотр индивидуальных видеороликов с комментариями Спросмотр индивидуальных видеоролика Спросмотр индивидуальных видеоролика Спросмотр индивидуальных видеоролика Спросмотр индивидуальных видеоролика Спросмотр индивидуальной Спросмотр индивидуальной Спросмотр индивидуальных видеоролика Спросмотр индивидуальной Спросмотр индивидуальных видеоролика Спросмотр индивидуальной Спросмотр индивидуальных видеоролика Спросмотр индивидуальных видеоролика Спросмотр индивидуальной Спросмотр ин					
Раздел 3. Основы видеорежиссур ы, процессы видеосьемки и видеопроекции Тема 3.1. Разработка рекламного ролика 2 Рекламная история. Жанровые особенности рекламного ролика. Социальная аудитория. Направленность, использование приемов демонстрационно визуальной индивидуальных видеороликов с комментариями) 2 22 6 Основы видеорежиссур ы, процессы видеосьемки и видеопроекции Тема 3.1. Разработка рекламного ролика Особенности рекламного ролика. Социальная аудитория. Направленностьсть, использование приемов демонстрационно визуальной индивидуальных видеороликов с комментариями 2 22 6 Основы видеороликов с комментариями 2 22 6 Основы видеороликов с комментариями 2 1 Подготовка сценария видеоклипа рекламного ролика. Направленностьисп ользования приемов демонстрационно визуальной видеороликов скомментариями 2 Подготовка сценария видеоклипа рекламной кампании. Построение сценарной заявки видеоролика, обозначение цели,					
Видеороликов с комментариями) 2 Импровизация в освещении (просмотр индивидуальных видеороликов с комментариями) Раздел 3. Основы видеорежиссуры, процессы видеосъемки и видеопроекции Тема 3.1. Разработка рекламного ролика Ролика 2 Рекламная история. Жанровые особенности рекламного ролика. Социальная аудитория. Направленность, использование приемов демонстрационновизование символизации. 2Драматургия цели,					
Раздел 3. Основы видеорежиссуры, процессы видеотрежии Тема 3.1. Разработка рекламного ролика Рекламного ролика Основная аудитория. Направленность, использование приемов демонстрационнов демонстрационно демонстрационно делям (символизации. 2Драматургия дели, обозначение дели, просметствание дели инфинентация восвещении (просмотр индивидуальных выдеоролика видеоролика, обозначение дели и дели, просметствание дели инфинентация восвещении (просмотр индивидуальных видеоролика видеоролика обозначение дели и дели, просметствание дели инфинентация восвещении (просмотр индивидуальных видеоролика видеоролика и дели и			-		
Раздел 3. Основы видеорежиссуры, процессы видеоскемки и видеопроекции Тема 3.1. Разработка рекламного ролика Рекламного ролика 2 Рекламная история. Жанровые особенности рекламного ролика. Социальная аудитория. Направленность, использование приемов демонстрационновизуальной история, обозначение цели, история демонктрацион. Символизации. Обозначение цели,			*		
Раздел 3. Основы видеорежиссур ы, процессы видеосьемки и видеопроекции Тема 3.1. Разработка рекламного ролика 2 Рекламная история. Жанровые особенности рекламного ролика. Социальная аудитория. Направленностьь, использование приемов демонстрационно визуальной освещении (просмотр индивидуальных видеороликов с комментариями) 2 2 6 2 Рекламная история. Жанровые особенности рекламного ролика. Направленностьи опъзования приемов демонстрационно визуальной обозначение приемов демонстрационно визуальной освещении (просмотр индивидуальных видеороликов с комментариями) 2 Подготовка сценария видеоклипа рекламной кампании. Построение сценарной заявки видеоролика, обозначение цели,					
Раздел 3. Основы видеорежиссур ы, процессы видеосьемки и видеопроекции Тема 3.1. Разработка рекламного ролика Ролика 2 Рекламная история. Жанровые особенности рекламного ролика. Социальная аудитория. Направленность, использование приемов демонстрационно визуальной история направленой заявки видеоролика, обозначение цели, история направление приемов демонстрационно визуальной символизации. 2Драматургия			-		
Раздел 3. Основы видеорежиссур ы, процессы видеосъемки и видеопроекции Тема 3.1. Разработка рекламного ролика Оспиальная аудитория. Направленностьсисп Направленностьсисп Направленностьси использование приемов демонстрационно визуальной исмеролика, обозначение перия видеоролика, обозначение перия видеоролика пер			· ·		
Видеороликов с комментариями) Раздел З. Основы видеорежиссуры, процессы видеосьемки и видеопроекции Тема 3.1. Разработка рекламного ролика ролика Ролика Разработка рекламного ролика Социальная аудитория. Направленность, использование приемов демонстрационно-визуальной демонстрационно-визуальной Видеороликов с комментариями) 22 Об Социальная история. Жанровые история. Жанровые особенности рекламного ролика. Направленностьисп ользования приемов демонстрационно-визуальной символизации. обозначение дели,			` *		
Раздел 3. Основы видеорежиссур ы, процессы видеотьемки и видеопроекции Тема 3.1. Разработка рекламного ролика Социальная аудитория. Направленность, использование приемов демонстрационно визуальной комментариями) 22 6 22 6 24 26 27 26 27 28 28 28 29 29 20 20 20 20 20 20 20 20			-		
Раздел 3. Основы видеорежиссур ы, процессы видеосъемки и видеопроекции Тема 3.1. Разработка рекламного ролика Основы Видеотроекции Тема 3.1. Разработка рекламного ролика Особенности рекламного ролика. Социальная аудитория. Направленность, использование приемов демонстрационно- визуальной Видеоклипа рекламного ролика. Направленностьисп ользования приемов демонстрационно- визуальной Видеоролика, обозначение цели,			*		
Основы видеорежиссур ы, процессы видеосьемки и видеопроекции 2 Рекламная история. 2 Рекламная история. 2 Рекламная история. 2 Подготовка сценария видеоклипа рекламного ролика. Разработка рекламного ролика Особенности рекламного ролика. Жанровые особенности рекламного ролика. Видеоклипа рекламной кампании. Социальная аудитория. Направленность, использование приемов демонстрационновного демонстрационновназизуальной демонстрационновнизуальной демонстрационновнизуальной символизации. Построение сценарной заявки видеоролика, обозначение демонстрационно обозначение цели,	Разлел 3	6 18		22	6
видеорежиссур ы, процессы видеосьемки и видеопроекции Тема 3.1. Разработка рекламного ролика ролика Видеопроекции Тема 3.1. Направленность демонстрационно- визуальной Видеопроекции Тема 3.1. Направление демонстрациино демонстрациино демонстрациино демонстрациино дели, демонстрации. дели, дели дели дели, дели дели дели дели дели дели дели дели					
ы, процессы видеосъемки и видеопроекции Тема 3.1. Разработка рекламного ролика ролика Тема 3.1. Разработка рекламного ролика ролика Тема 3.1. Разработка жанровые история. Жанровые история. Жанровые видеоклипа рекламного ролика. Социальная аудитория. Направленность использование приемов использование приемов демонстрационно демонстрационно визуальной исмонтрационно демонстрации. Обозначение исли, визуальной ислование приемов демонстрации. Обозначение исли,					
видеопроекции 2 Рекламная история. 2 Рекламная история. 2 Рекламная история. 2 Подготовка сценария видеоклипа рекламного ролика. Разработка рекламного ролика особенности рекламного ролика. Жанровые особенности рекламного ролика. видеоклипа рекламной кампании. Социальная аудитория. Направленность исп направленность, использование приемов использование приемов демонстрационно-приемов демонстрационно-визуальной приемов визуальной видеоролика, обозначение визуальной видеоролика, обозначение цели,					
видеопроекции Тема 3.1. 2 Рекламная история. 2 Рекламная 2 Подготовка Разработка рекламного ролика история. сценария рекламного ролика. особенности рекламного ролика. видеоклипа рекламной кампании. Социальная аудитория. Направленностьисп направленностьисп ользования приемов использование приемов демонстрационно- визуальной визуальной видеоролика, обозначение визуальной заявки видеоролика, обозначение цели,					
Тема 3.1. Разработка рекламного ролика Особенности рекламного ролика Особенности рекламного ролика Особенности рекламного ролика. Ософенности рекламного ролика. Ософенности рекламного ролика. Ософенности рекламной кампании. Построение направленность, использование приемов использование приемов демонстрационно- визуальной обозначение визуальной 2 Рекламная 2 Подготовка сценария сценария особенности рекламного ролика. Направленностьисп ользования приемов сценарной заявки видеоролика, обозначение визуальной символизации. Обозначение дели,					
Разработка рекламного ролика особенности рекламного ролика Социальная аудитория. Направленность использование приемов приемов демонстрационно- визуальной использованой использованой демонстрационно- исимволизации. Обозначение дели,		2 Рекламная история.	2 Рекламная	2 Подготовка	
рекламного ролика особенности рекламного ролика особенности рекламной особенности рекламной рекламного ролика. Социальная аудитория. Направленностьисп Направленность, использование приемов приемов демонстрационно- визуальной обозначение визуальной 2Драматургия цели,		_			
ролика рекламного ролика. Социальная рекламного ролика. Адитория. Направленность, использование приемов демонстрационно-приемов демонстрационно-визуальной рекламной рекламной рекламной рекламной рекламной рекламной направленность использования приемов демонстрационно-визуальной визуальной видеоролика, обозначение визуальной 2Драматургия цели,	-	•		-	
Социальная аудитория. Направленность направленность, использование приемов приемов демонстрационно визуальной визуальной визуальной символизации. Собозначение визуальной установ демонстрационно демонстраци	-				
аудитория. Направленностьисп ользования приемов использование приемов приемов демонстрационно визуальной символизации. Обозначение визуальной 2Драматургия цели,		_		_	
Направленность, использование демонстрационно- приемов демонстрационно визуальной видеоролика, демонстрационно символизации. обозначение визуальной 2Драматургия цели,		аудитория.		Построение	
приемов визуальной видеоролика, демонстрационно – визуальной 2Драматургия цели,		-	_	сценарной	
демонстрационно – символизации. обозначение визуальной 2Драматургия цели,		использование	демонстрационно-	заявки	
визуальной 2Драматургия цели,			визуальной	видеоролика,	
			символизации.	обозначение	
отимования располного родинго проблеми			2Драматургия		
		символизации.	рекламного ролика,	проблемы,	
Территория товара. цели и задачи задачи.		Территория товара.	цели и задачи	задачи.	

		1	,	
	Драматургия	сюжета.«Манок»,	4 Подготовка	
	рекламного ролика,	«провокационные	видеоклипа	
	цели и задачи	ситуации» в	на заданную	
	сюжета, «Манок»,	рекламном ролике.	тематику.	
	«провокационные	2 Подготовка	2 Подготовка	
	ситуации» в	сценария	рефератов	
	рекламном ролике.	видеоролика на	потемам,	
	2	заданную тематику.	соответствую	
	2 Построение		щим	
	сценарной заявки –		изучаемому	
	рабочей версии	2 Создание	разделу.	
	видеоролика. Сюжет,	сценария (истории,		
	тема, цели,	драматургии)		
	проблемы, факты,	рекламного ролика.		
	жанр, видеоролика.	2 Использование		
	Необходимое	приемов		
	оборудование,	визуальной		
	актеры, место	символизации.	10Создание	
	видеосъемки,	Концептуально-	готового	
	видеоредакторы, в	логический,	видеоролика	
	котором будет	проверка	на	
	произведен монтаж и	проверка практикой, прием	определенну	
	рендеринг	практикой, прием «Сказка в	ю тему	
	видеоролика.		(индивидуаль	
	-	жизни», использова	,	
	Разработка идеи	ние исторической	ная тематика)	
	сценария, действий,	ретроспективы,		
	сюжетов, эпизодов,	использование		
	актов. Создание	образа		
	образов героев, их	человека, использов		
	внешности, черт	ание приема «за		
	характера,	кадром», использов		
	достоинств,	ание окружения,		
	недостатков,	использование		
	индивидуальности.	метафор.		
	Написание сценария	2 «Манок»,		
	ролика. Описание	«провокационные		
	планов видеосъемки	ситуации» в		
	по готовому	рекламном ролике		
	сценарию.	(примеры в		
	Doonaharwa	индивидуальных		
	Разработка идеи	видеороликах,		
	сценария, действий,	рекламе)		
	сюжетов, эпизодов,			
	актов. Создание			
	образов героев, их			
	внешности, черт			
	характера,			
	достоинств,			
	недостатков,			
	индивидуальности.			
	Написание сценария			
	ролика. Описание			
	планов видеосъемки			
	по готовому			
	сценарию.			
Тема	2 Подготовка	2 Dorenton a marca a	2 Honoform	
1 сма	2 подготовка	2 Эскизы декораций	2Доработка	

2.2.0	T	I	T
3.2.Основные	сценария, эскизов	и костюмов, отбор	структуры
этапы	декорации и	натуры.	сценария
подготовительн	костюмов; отбор	Организация и	ролика.
ого	натуры, организация	оформление	2 Подготовка
(предпостановоч	оформления	съемочного	рефератов
ного) процесса	съемочного	производства.	потемам,
	пространства;	2 Подбор актеров.	соответствую
	подбор актеров;	Видео и фото	щим
	фото- и видео пробы.	пробы.	изучаемому
	Производственные	2	разделу.
	цеха,	Производственные	
	кинопрофессии.	цеха, кино	
	Съёмочная	профессии.	
	площадка.	2 Съемочная	
	Взаимодействие	площадка:	
		взаимодействие	
	режиссера, съёмочной группы и	режиссера,	
	персонала студии.	съемочной группы	
	Работа актера в	и персонала студии.	
	*	Работа актера в	
	кадре.	кадре.	
	Авторский замысел и	2 Ролевая игра	
	режиссёрское	«Клип-шоу».	
	воплощение.	2 Построение	
	Авторский и	структуры сценария	
	режиссёрский	ролика. Построение	
	сценарий. Жанрово-	структуры сценария	
	тематические	видеосъемки.	
	особенности		
	рекламных		
	видеоматериалов.		
	Специфика создания	2 Подготовка	
	каждого из них.	сценария. Эскизы	
		декораций и	
		костюмов, отбор	
		натуры.	
		2 Организация и	
		оформление	
		съемочного	
		производства.	
		2 Подбор актеров.	
		2 Видео и фото	
		пробы.	
		2	
		Производственные	
		цеха, кино	
		профессии.	
		2 Съемочная	
		площадка.	
		Взаимодействие	
		режиссера,	
		съемочной группы	
		и персонала студии.	
		2 Работа актера в	
		кадре	
Тема3.3.	2 Основные методы	2 Операторские	1 Построение

Съемочный	съемки, принятые в	приемы.	сценарной
процесс	фильмопроизводстве	Постановочный и	заявки
	. Постановочный	репортажный метод	видеоролика,
	репортажный метод	съемки.	обозначение
	съемки. Техника и	2 Техника и приемы	цели,
	приемы съемки	съемки.	проблемы,
	(многокамерный	Операторская	задачи.
	способ съемки,	техника и	1 Подбор и
	панорама, съемка	приспособления.	подготовка
	движения и др.).	2 Построение и	места для
	Разнообразие	композиция кадра.	видеосъемки
	съемочной	Субъективная	ролика.
	аппаратуры,	обработка	1 Проведение
	операторская	изображения.	кастинга
	техника и	2 Влияние цвета на	актеров для
	приспособления.	восприятие.	видеосъемки
	приспосооления.	Значение и	ролика.
	Точка съемки,	поведение объекта.	1 Проведение
	ракурс, движение	2 Постоянство	дополнительн
	камеры, характер	центров внимания.	ой
	движения, ритм.	Видеосъемка	видеосъемки
	Построение и	общего плана.	общих
	композиция кадра.	Видеосъемка	планов.
	Стиль съёмки,	крупного плана.	2 Проведение
	размер экрана,	2 Видеосъемка	видеосъемки
	крупность планов.		людей.
	Стандартные	диалога нескольких героев.	людеи. 1
	съёмки.	Видеосъемка героев	Составление
		-	
	2 Запоминание кадра.	в движении.	сравнительно й таблицы
	«Субъективная»	2 Эксплуатация	
	обработка	видеооборудования.	«Видеообору
	изображения.	2 Настройка	дование и его область
	Значение объекта	видеооборудования.	
	съёмки. Баланс	Съемочный	применения».
	композиции	аппарат, как	2 Подготовка
	изображения,	изобразительный	рефератов
	влияние цвета на	инструмент жанра.	потемам,
	восприятие.	2 Фотокамера и	соответствую
	Значение и	видеокамера,	ЩИМ
	поведение объекта,	признаки их	изучаемому
	постоянство центров	сходства и	разделу.
	внимания. Основные	различия.	
	приемы		
	видеосъемки.		
	Технологии		
	видеосъемки: общего		
	плана, крупного	2 OHANGEOMATETA	
	плана, диалога	2 Операторские	
	героев, героев в	приемы.	
	движении.	2 Постановочный и	
	Попатие колье	репортажный метод	
	Понятие кадра.	съемки.	
	Правила построения	2 Техника и приемы	
	композиции (правило	съемки.	
	третей, золотое	2 Построение и	
	сечение).	композиция кадра.	
	<u>L</u>	L	

	120	2 D		
	2 Основные задачи	2 Влияние цвета на		
	видеосъёмки. Понятие	восприятие.		
	"ракурса" -	2Постоянство		
	правильный выбор	центров внимания.		
	точки съемки.			
	Особенности			
	видеосъемки человека,			
	Особенности			
	видеосъемки природы.			
	відсосвення пріфодві			
	Построение			
	сценарной заявки –			
	рабочей версии			
	видеоролика. Сюжет,			
	тема, цели,			
	проблемы, факты,			
	жанр, видеоролика.			
	жанр, видеоролика. Необходимое			
	оборудование,			
	актеры, место			
	видеосъемки, видеоре			
	дакторы, в котором			
	будет произведен			
	монтаж и рендеринг			
	видеоролика.			
	2			
	Видеооборудование,			
	классификация			
	_			
	видеокамер, их			
	область применения,			
	профессиональные			
	видеокамеры. Уход			
	3a			
	видеооборудованием			
	, его хранение.			
	Фототу			
	Форматы			
	видеосъемки.			
	Характеристики			
	форматов			
	видеосъемки FullHD,			
	HDV, DVCAM и mini-			
	DV. Форматы записи			
	звука. Оцифровка,			
	импорт, экспорт			
	видеофайлов.			
	2 C	2) (2 4	
T. 2.4	2 Суть монтажа.	2Монтаж как	2 Анализ	
Тема 3.4.	Монтажные	выразительное	достоинств и	
Видеомонтаж,	программы.	средство	недостатков	
кадр и монтаж	Монтажное	подготовки	изучаемых	
	оборудование	рекламы.	программ —	
	(мониторы,	Типы и формы	редактирован	
	микшеры,	монтажа.	ия видео –	
	компьютеры и др.).	Монтажное	файлов.	
		оборудование:	Монтаж	
	Понятие «кадр», кадр	линейный,	видеоролика	
	1	· /	1	i

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 видеоредакторы, 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, **VSDCFreeVideoEdit**

оrx32.Форматы

назначение.

видео-файлов, их

Импортирование

видео-файлов в

видео-редактор.

4Монтирование

видеоролика.

видеоролике.

2Создание титров в

Рендеринг проекта

Экспортирование

4 Анализ известных

видеоролика.

рекламных

роликов.

2Создание

эффектов в

ролике.

ролика.

в видео – редакторе. 2 Подбор музыкального сопровожден ия к ролику. Подбор звуковых эффектов к ролику. 2 Подготовка рефератов потемам, соответствую ЩИМ изучаемому разделу.

2 Монтаж как

Т		T	Г
	редактора, основные	выразительное	
	панели, основные	средство	
	команды, захват	подготовки	
	видео,	рекламы	
	импортирование	(индивидуальные	
	файлов,	работы,	
	монтирование	видеоролики). 2 Типы и формы	
	ролика в видео – редакторе. Основные	• •	
	принципы монтажа,	монтажа. Внутрикадровый,	
	видео – переходы,	межкадровый.	
	видео - переходы, видео - эффекты,	Монтажное	
	аудио-переходы,	оборудование.	
	аудио переходы, аудио – эффекты.	Ллинейное,	
	аудно эффекты.	нелинейное.	
	Микширование	2 Виды монтажа	
	звука. Формат кадра	(Повествовательны	
	ролика, изменение	й (или	
	его параметров в	однолинейный),	
	видео - редакторе.	параллельный,	
	Скорость кадров в	ассоциативно-	
	ролике.	образный и как его	
	Масштабирование,	подвид —	
	прозрачность,	дистанционный).	
	наложение эффектов	Творческие	
	на кадры. Создание	возможности.	
	титров в	(Монтажная фраза,	
	видеоредакторе,	монтаж по	
	визуализация	направлению	
	проекта, просмотр,	движения, по	
	анализ ролика,	ориентации в	
	экспортирование	пространстве) -	
	ролика в необходимый	монтажные	
	формат и качества.	переходы, спец.	
	формат и качества.	эффекты,	
		длительность	
		эпизода,	
		монтажный ритм.	
		2 Монтаж по	
		крупности,	
		направлению	
		движения,	
		ориентация в	
T-152	2 Dark a	пространстве.	2 11
Тема 3.5. Учительноственный	2 Выбор актеров	2 Выбор актеров 1 и	2 Написание
Художественно-	первого, второго	2 классов.	сценария
документальный	планов. Внутреннее	Внутреннее и	рекламного
образ, актер,	и внешнее действия, предлагаемые	внешнее действия,	ролика длительность
пространство	обстоятельства,	предлагаемые обстоятельства,	ю 5 минут.
	реальные действия.	реальные	2 Проведение
	Общение в	действия.Общение	видеосъемки
	мизансцене.	в мизансцене,	рекламного
	Особенности работы	особенности	ролика.
	перед микрофоном и	работы перед	2 Подготовка
	камерой на	микрофоном и	рефератов
	Rumepon na	тикрофоном и	рефератов

Т		1	1
	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, соответствую щим 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, соответствую щим изучаемому разделу.

		Τ	
		2.17	
		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.	2 Титры, графика,	2 Титры.	2 Съемка
Невидимый	фон для титров.	Виды надписей,	архитектуры
художник	Виды надписей,	шрифты.	для рекламы.
(оформление	шрифты.	Формы графики,	2Съемка
материала)	шрифты.	спецэффекты.	пейзажа для
Marephasia)	Формы графики,	Обработка кадра,	рекламы.
	спецэффекты.	изображения,	1
	Обработка кадра,	пространства.	Комбинирова
	изображения,	Инструменты и	нная съемка
	пространства.	методы их выбора.	для рекламы.
	Инструменты и	2 Естественное	2Подготовка к
	методы их выбора.		
	«Естественное»	появлениеискусстве нных элементов.	практическим занятиям и
	появление		
	искусственных	Электронные	проработка
	элементов.	эффекты,	конспектов
	Электронные	временные	занятий,
	эффекты, временные	эффекты.	учебной и
	эффекты.	2 Съемка	специальной
		архитектуры.	технической
	Понятие	Съемка пейзажа.	литературы.
	«композиции кадра».	Съемка интерьера	2 Подготовка к
	Drygges	для рекламы.	лабораторным
	Высота точки съемки	Съемка жидкости.	и практическим
	и понятие ракурса.		работам с
	Принципы		использование
	заполнения		м методических
	картинной		рекомендаций
	плоскости.		преподавателя,
	Смысловой и		оформление
	изобразительный		лабораторно-
	центр кадра.		практических
	~ · · · · · · · · · · · · · · · · · · ·		работ.
	*		2 Подготовка
	кадре.		рефератов
	Комбинированная		потемам,
	съемка.		соответствую
		2 Титры.	щим
		Виды надписей,	изучаемому
i	L.		

			2 Формы графики, спецэффекты. 2 Обработка кадра изображения, пространство.		
			2 Электронные эффекты, временные эффекты.		
Монтажно- тонировочный период		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.	монтажер, звукорежиссер. Монтажный цех, студия озвучивания. Обработка звука, звуковой образ. Обработка звуковых эффектов. 2 Текст. Интервью. Оборудование для звукозаписи. 2 Зачетное занятие.	рефератов потемам, соответствую щим изучаемому разделу.	
		2 Зачетное занятие.	Обработка звука, звуковых эффектов, звуковой образ. 2 Текст. Интервью. 4 Зачетное занятие.		
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 архитектурностроительных 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 (кодировщиковдекодировщиков) 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 № AK/52901/19 от 24 июня 2019 года // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. Москва, 1997—. 3агл. 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 п 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. Mockba. 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)

 $\Pi\Pi.02.01.-40$ часов, в том числе консультации -4 часа (1 неделя) -6 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	Основные показатели оценки результата	
(освоенные		
`		
профессиональн		
ые		
компетенции)		
ПК 2.1. Выбирать	Иметь практический опыт:	1. Интерпретация
и использовать	- выбора и использования инструмента,	результатов
инструмент,	оборудования и основных изобразительных	наблюдений за
оборудование,	средств и материалов при исполнении	деятельностью
основные	рекламного продукта;	обучающегося в
изобразительные	- построения модели (макета, сценария) объекта с	процессе освоения
средства и	учетом выбранной технологии;	образовательной
материалы.	- подготовки к производству рекламного	программы
	продукта;	2. Стартовая
	- производства рекламного продукта с учетом	диагностика
	аспектов психологического воздействия	подготовки
	рекламы, правового обеспечения рекламной	обучающихся;
	деятельности и требований заказчиков; Уметь:	выявление мотивации к
	- осуществлять фотосъемку для производства	изучению нового
	рекламного продукта;	материала
	- осуществлять видеосъемку для производства	3. Текущий контроль в
	рекламного продукта;	форме:
	- использовать компьютерные технологии при	- тестирования;
	создании печатного рекламного продукта;	- отчетов по
	- разрабатывать сценарии для съемок и монтажа	практическим
	рекламы;	занятиям;
	- использовать профессиональные пакеты	- фронтального и
	программного обеспечения для обработки	индивидуального
	графики, аудио-, видео-, анимации;	опроса на занятиях;
	- использовать мультимедийные и web-	- отчета по
	технологии для разработки и внедрения	проделанной
	рекламного продукта;	внеаудиторной
	Знать:	самостоятельной
	- способы обработки статистических данных;	работе;
	- методы работы с базами данных;	- докладов по
	- методику работы со справочными и	выбранным темам
	информационными материалами	4. Творческих работ-
	- основы маркетинга и методику проведения	оформления и защиты
	маркетинговых исследований;	электронных презентаций
		презентации 5. Курсовая работа
		5. Курсовая расота 6. Итоговая
		аттестация в форме
		квалификационного экзамена
		REMITTATION OF SKINION

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
- 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 работоформления и защиты электронных презентаций
- 5. Курсовая работа
- 6. Итоговая аттестация в форме квалификационного экзамена

1. Интерпретация ПК 2.3. Иметь практический опыт: результатов Исполнять оригиналы выбора и использования инструмента, наблюдений за оборудования и основных изобразительных или отдельные деятельностью средств и материалов при исполнении рекламного обучающегося в элементы проекта в процессе освоения материале. продукта; образовательной построения модели (макета, сценария) объекта с программы учетом выбранной технологии; 2. Стартовая подготовки к производству рекламного продукта; лиагностика подготовки производства рекламного продукта с учетом обучающихся; аспектов психологического воздействия рекламы, выявление мотивации к правового обеспечения рекламной изучению нового деятельности и требований заказчиков; материала 3. Текущий контроль в Уметь: форме: осуществлять фотосъемку для производства - тестирования; рекламного продукта; отчетов по практическим осуществлять видеосъемку для производства занятиям; рекламного продукта; - фронтального и использовать компьютерные технологии при индивидуального создании печатного рекламного продукта; опроса на занятиях; - отчета по разрабатывать сценарии для съемок и монтажа проделанной рекламы; внеаудиторной использовать профессиональные пакеты самостоятельной программного обеспечения для обработки работе; - докладов по графики, аудио-, видео-, анимации; выбранным темам использовать мультимедийные и web- технологии 4. Творческих работдля разработки и внедрения рекламного продукта; оформления и защиты Знать: электронных презентаций способы обработки статистических данных; 5. Курсовая работа методы работы с базами данных; 6. Итоговая методику работы со справочными и аттестация в форме квалификационного экзамена информационными материалами по страноведению; основы маркетинга и методику проведения маркетинговых исследований; ОК 1 Понимать постоянство демонстрации интереса к будущей мотивации к изучению сущность и профессии; нового материала 3. социальную скорость адаптации к внутриорганизационным значимость своей условиям работы; форме: будущей профессии, активность, инициативность в процессе освоения проявлять к ней профессиональной деятельности; устойчивый интерес - эффективность выполнения самостоятельной работы занятиям; при освоении профессионального модуля; - обоснованность и наличие положительных отзывов с

Текущий контроль в - тестирования; - отчетов по практическим - фронтального и индивидуального опроса мест практики; на занятиях; соответствие подготовленного материала - отчета по проделанной требуемым критериям; 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	- правильность определения цели и порядка работы;	
собственную	- грамотность обобщения результата;	
	- эффективность использования в работе полученных	
	ранее знаний и умений;	
способы выполнения	- рациональность распределения времени при	
• •	выполнении работ;	
задач, оценивать их	- обоснованность выбора методов и способов решения	
* *	профессиональных задач в конкретной области;	
качество	- адекватность и аргументированность оценки	
OV 2 Harry com	эффективность и качества выполненных работ.	
ОК 3 Принимать решения в	- грамотность самоанализа и коррекции результатов собственной деятельности;	
стандартных и	- высокая ответственность за свой труд;	
нестандартных	- правильность решения стандартных и	
ситуациях и	нестандартных профессиональных задач в	
нести за них гственность	конкретной профессиональной деятельности;	
iersennoers	деятельности,	
ОК 4. Осуществлять	- точность и скорость обработки и	
поиск	структурирования информации;	
и использование	- результативность нахождения и	
информации, необходимой	использования источников информации; - эффективность поиска необходимой	
для эффективного	информации;	
выполнения	- эффективность использования различных	
профессиональных	источников информации, включая	
задач, профессионального и	электронные;	
остного развития.	- 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	ADOADS AND WASTE IN AGADUATION OF THE STREET	
	 своевременность и осознанность проявления интереса к инновациям в области профессиональной 	
предпринимательской	деятельности;	
деятельности и особенностями	- решение стандартных и нестандартных	
предпринимательства в	профессиональных задач в области предпринимательства:	
профессиональной	- эффективность использования в работе	
деятельности.	полученных ранее знаний и умений;	
	- рациональность распределения времени	
ОК 11. Обладать	при выполнении работ;	
экологической,	- адекватность и аргументированность оценки	
информационной и коммуникативной	эффективность и качества выполненных работ.	
культурой, базовыми	-обоснованность выбора и оптимальность	
умениями	состава источников, необходимых для решения поставленной задачи;	
ния на иностранном	-использование знаний и навыков общения	
языке.	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 направлению, утвержденного приказом Минобрнауки РΦ 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

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 (зарегистрирован в Минюсте России **№** 510 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 $\Phi\Gamma$ ОС.

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.

		O O O O MANUMANA O O
Рецензент	* u	Кулаков М.В.
	*	Руководитель отдела продаж
		парус»
		4CK 33081250EP