

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МЕЖДУНАРОДНЫЙ МНОГОПРОФИЛЬНЫЙ КОЛЛЕДЖ»

УТВЕРЖДАЮ
Директор АНО НО «ММК»
_____ Я.А. Елинская

Приказ № 2-ОД от «22» 03. 2021г



ПМ. 02 ПРОИЗВОДСТВО РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ

рабочая программа профессионального модуля
по специальности **42.02.01 Реклама**

Новосибирск
2021

СОДЕРЖАНИЕ

1. Паспорт программы профессионального модуля	4
2. Результаты освоения профессионального модуля.....	8
3. Структура и содержание профессионального модуля	3
4. Условия реализации программы профессионального модуля	43
5. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля	59

1. Паспорт программы профессионального модуля

1.1. Область применения рабочей программы профессионального модуля.

Рабочая программа профессионального модуля является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама в части освоения основного вида профессиональной деятельности и соответствующих профессиональных компетенций.

Специалист по рекламе (базовой подготовки) должен обладать общими компетенциями (ОК):

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в

профессиональной деятельности.

ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.

ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.

Специалист по рекламе (базовой подготовки) должен обладать профессиональными компетенциями (ПК):

ПК 2.1. Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.

ПК 2.2. Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.

ПК 2.3. Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.

1.2. Место профессионального модуля в структуре основной профессиональной образовательной программы.

Профессиональный модуль ПМ 02. Производство рекламной продукции относится к профессиональному циклу (профессиональные модули) обязательной части основной профессиональной образовательной программы.

1.3. Цели и задачи изучения профессионального модуля – требования к результатам освоения.

В результате изучения профессионального модуля обучающийся 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;

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен **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;

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен **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.

1.4. Количество часов на освоение программы профессионального модуля.

Всего – 1122 часов, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося 906 часов, включая:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 164 часа;

самостоятельной работы обучающегося 906 часов;

учебной и производственной практике – 216 часов

2. Результаты освоения профессионального модуля.

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

Код	Наименование результатов обучения
ПК 2.1	Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.
ПК 2.2	Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.
ПК 2.3	Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.
ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК 4	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
ОК 8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.
ОК 10	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.
ОК 11	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.

3. Структура и содержание профессионального модуля.

3.1. Тематический план профессионального модуля.

Коды ПК	Наименования разделов ПМ	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практик и)	Объем времени, отведенный на освоение МДК (курсов)					Практика			
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося		Самостоятельная работа обучающегося			УП, часов	ПП (по профилю специальности), часов		
					Всего, часов	в т.ч. л/р, п/з, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов			Всего, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
ПК 2.1	МДК.02.01 Выполнение рекламных проектов в материале	272	44	26		228					
ПК 2.1-2.2	МДК.02.02 Проектная компьютерная графика и мультимедиа	296	40	18	12	256					
ПК 2.1-2.3	МДК.02.03 Техника и технологии рекламной фотографии	172	40	32		132					
ПК 2.1-2.3	МДК.02.04 Техника и технологии рекламного видео	166	40	32		126					
ПК 2.1-2.3	Учебная практика	36						36			
ПК 2.1-2.3	Производственная практика (по профилю специальности)	180							180		
	Всего	1122	164	108	12	742		36	180		

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю.

Наименование разделов междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа студентов	Объем часов	Уровень освоения
МДК 02.01. «Выполнение рекламных проектов в материале»		272	
Введение	Содержание	2	
	Место знаний по учебной дисциплине в процессе освоения профессиональной программы по специальности	2	
Раздел 1. Основы выполнения рекламных проектов в материале.			
Тема 1.1. Понятие и сущность рекламного проекта.	Содержание	2	
	Понятие «рекламный проект». Основные характеристики рекламного проекта. Рекламный проект как объект управления. Управляемые параметры рекламного проекта. Система управления рекламным проектом.	2	2
	Практические занятия	2	
	Жизненный цикл рекламного проекта. Выполнение рекламы в Word.	2	2
	Самостоятельная работа		
	Выполнение домашних заданий с помощью компьютерных технологий.	3	
Тема 1.2.	Содержание	2	

Основные принципы и приемы построения композиции рекламы.	Принципы построения композиции рекламы. Принцип целостности. Уравновешенность. Шаблоны естественного восприятия человеческого глаза. Акцент в композиции рекламы.	2	2	2
	Практические занятия	2		
	Композиционные решения в рекламе: симметрия, ассиметрия.	2		2
	Самостоятельная работа			
	Принципы работы по рекламным проектам с использованием Word, Microsoft Publisher, Microsoft Power Point. Приемы достижения целостности. Приемы акцентирования. Приемы уравновешивания композиции.	3		
Тема 1.3. Выразительные и художественно-изобразительные средства в рекламе.	Содержание	2		
	Средства художественной выразительности: цвет, свет, шрифт, сочетание и толщина линий. Художественные приемы и требования к изображениям в рекламе. Использование при работе с цветом, светом, шрифтом компьютерных технологий.	2		2
	Практические занятия	4		
	Применение различных графических и живописных техник изображения.	4		2
	Самостоятельная работа			
	Выполнение домашних заданий с использованием компьютерных программ. Световые вывески, электронные табло и указатели, электронные щиты и «бегущая строка» как изобразительные средства рекламы.	2		
Раздел 2. Выполнение печатных рекламных проектов.				
Тема 2.1.	Содержание	1		

Выразительные средства печатной рекламы.	Психографика рекламного текста. Знаки препинания и шрифты в текстовой рекламе. Психологические функции формы и цвета в рекламе. Тропы, эпитеты, сравнения для образования ассоциаций.	1	2
	Практические занятия	2	2
	Применение художественных приёмов в заголовке, коде и ключевых словах.	2	
	Самостоятельная работа Выполнение домашних заданий. Шрифтовые композиции в рекламных обращениях, статьях в газетах и журналах, календарях, каталогах, рекламных письмах, рекламных открытках как выразительных средств печатной рекламы.	3	
Тема 2.2. Возможности пространственно-плоскостного варьирования в текстах рекламы	Содержание	1	
	Выразительные возможности пространственно-плоскостного варьирования печатного текста. Использование возможностей шрифтового варьирования в сочетании с сюжетным изображением в компьютерных технологиях.	1	2
	Практические занятия	2	2
	Возможность донесения смысла текста за счет образного решения шрифтовой композиции. Компьютерная работа с выполнением буклета.	2	
	Самостоятельная работа Выполнение домашних заданий по созданию образа в шрифтовой композиции в буклете.	2	
	Содержание	2	
Тема 2.3.		2	

Оригинал-макет печатной рекламы.	Типология макетов (форматов) печатной рекламы. Компонировка оригинал-макета печатной рекламы. Вербальные компоненты печатной рекламы.	2	2	2
	Практические занятия	4		
	Использование иллюстративного материала и логотипов в оригинал-макте печатной рекламы, изготовление брошюры (работа с компьютерными программами).	4	4	2
	Самостоятельная работа Выполнение домашних заданий в компьютере с модульной сеткой, освоение работы с фреймами. Модульность печатной рекламы, печатная реклама и психология.	2		
Тема 2.4. Растровые и векторные изображения.	Содержание	2		
	Особенности растрового изображения. Модели представления цвета. Разрешение как основная характеристика изображения. Векторный способ кодирования. Структура векторной иллюстрации. Объекты растрового изображения и их параметры. Достоинства и недостатки векторной графики.	2	2	2
	Практические занятия	4		
	Графические редакторы и для работы с растровой и векторной графикой.	4	4	2
	Самостоятельная работа			
	Выполнение домашних заданий в растровом и векторном редакторе в программах Adobe Photoshop и CorelDRAW. Форматы векторных изображений и их характеристики. Растровые графические форматы и их характеристики.	3		

Тема 2.5. Допечатная подготовка.	Содержание	2	2
	Понятие допечатной подготовки. Программно-аппаратные платформы.	2	2
	Этапы допечатной подготовки. Верстка. Корректорская вычитка и правка. Цветокоррекция и цветопробы. Изготовление печатных форм.		
	Практические занятия	4	
	Форматы, учет последовательной обработки и электронных спуски полос, практика по верстке и дизайну при изготовлении брошюр и книг.	4	2
Тема 2.6. Выполнение рекламных проектов в бумаге.	Самостоятельная работа		
	Выполнение домашних заданий. Обзор программ используемых для верстки печатных изданий. Программа Indesign.		
	Стандарты печати и профилирование печатного оборудования.	3	
	Содержание	2	
	Понятие «бумага». Состав и свойства бумаги. Группы показателей бумаги, определяющие ее печатные свойства. Классификация бумаги по степени отделки поверхности. Принципы подбора бумаги.	2	2
Тема 2.7.	Геометрические свойства бумаги. Оптические свойства бумаги. Механические свойства бумаги.		
	Практические занятия	4	2
	Верстка брошюры. Работа с бумагой для печати.	4	
	Самостоятельная работа		
	Выполнение домашних заданий. Подготовка печатного материала. Бумага как материал для производства рекламы.	3	
	Содержание	2	

Печатный процесс. Виды печати.	Флексография (печать на гибких материалах). Основные свойства и преимущества флексопечати. Флексографический печатный процесс. Offsetная печать и ее принципы. Offsetные печатные формы. Преимущества offsetной печати.	2	2	2
	Практические занятия	4		
	Технологический процесс печати.	4		2
	Самостоятельная работа Выполнение домашних заданий. Реферат: История высокой печати. Плоская печать. Глубокая печать. Краски для флексопечати. Offsetные печатные машины.	3		
	Раздел 3. Выполнение проектов наружной рекламы.			
Тема 3.1. Оборудование и инструменты для производства наружной рекламы.	Содержание	2		
	Щитовая реклама. Особенности щитовой рекламы. Требования и правила, предъявляемые к созданию щитовой рекламы. Резжущий плоттер (каттер).	2		2
	Практические занятия	4		2
	Создание компьютерного макета наружной рекламы.	4		
	Самостоятельная работа Выполнение домашних заданий по подбору рекламного исполнения различных вариантов наружной рекламы..	3		
Тема 3.2.	Содержание	2		

Реклама на транспорте.	Реклама на внешней стороне (торговой) автомобильного транспорта. Креативные решения рекламы.	2		2
	Практические занятия	4		2
	Креатив и технология изготовления транспортной рекламы.	4		
	Самостоятельная работа Выполнение домашних заданий по созданию креативных решений на транспорте..	3		
Тема 3.3. Световая реклама.	Содержание	2		
	Традиционные источники света: лампы накаливания, газоразрядные лампы, люминесцентные лампы и светотехническое оборудование на их основе. Неоновые трубки. Светодиодные источники света. Прожекторы.	2		2
	Практические занятия	4		
	Сравнительная характеристика технологии применения в рекламе различных источников света.	4		2
	Самостоятельная работа Выполнение домашних заданий Мерцающая вывеска. Торцевая подсветка вывески. Световая реклама на солнечных батареях. Буква с контржуром.	3		
Тема 3.4.	Содержание	2		

Материалы для наружной рекламы.	Основные разновидности материалов для изготовления наружной рекламы: металлы, пластики, виниловые материалы. Достоинства и недостатки алюминия. Акрил, поливинилхлорид, поликарбонат, полипропилен, полиуретан. Химические и физические свойства различных пластиков. Классы виниловых тканей: баннерная, тентовая и онинговая. Виниловые пленки их виды и свойства.	2	2
	Практические занятия	4	
	Работа с материалами для наружной рекламы	4	2
	Самостоятельная работа Выполнение домашних заданий. Реферат: Материалы для наружной рекламы	3	
	Раздел 4. Демонстрационные средства рекламы.		
Тема 4.1. Материалы для демонстрационных средств рекламы	Содержание	2	
	Атрибутика промо-акций и ее основные характеристики. Раздаточные материалы. Брендированная одежда промоутеров. Акционная упаковка	2	2
	Практические занятия	4	2
	Атрибутика промо-акций и ее основные характеристики.	4	
	Самостоятельная работа Выполнение домашних заданий. Реферат: Промо-стойки: разновидности и технологии изготовления.	3	
	Содержание	2	
Тема 4.2.			

Витрины как средства наружной рекламы.	Группы демонстрационных средств рекламы: выкладка товаров, демонстрация товаров в действии, дегустация. Общие правила выкладки товара. Основные принципы современной выкладки товара. Принципы проведения презентации продукции.	2	2
	Практические занятия	4	
	Демонстрация товаров в действии в непосредственной близости потенциального покупателя или на видеозаписи.	4	2
	Самостоятельная работа Выполнение домашних заданий. Реферат: Основные системы размещения товаров в магазинах города. Анализ проведения презентации продукции. Организация и принципы проведения дегустации продукции.	3	
Тема 4.3. Витринистика.	Содержание	2	
	Витринистика как часть визуального мерчандайзинга и рекламы. Принципы оформления витрины. Методы оформления витрины магазина. Материалы витринных стекол.	2	2
	Практические занятия	4	
	Отбор и специфика размещения демонстрационных товаров в витрине.	4	2
	Самостоятельная работа Выполнение домашних заданий. Реферат: Типы витрин, их конфигурации и принципы строения. Использование света и декораций в витрине.	3	

Тема 4.4. Рекламные материалы в местах продаж.	Содержание	2	2	
	Понятие и функции POSM. Зоны торгового зала и виды рекламных материалов. Факторы привлечение внимания потребителей с помощью POS-материалов.	2	2	2
	Практические занятия	4		
	Принципы разработки и изготовления POS-материалов.	4	4	2
	Самостоятельная работа Выполнение домашних заданий. Реферат: POS-материалы.	3		
Тема 4.5. Упаковка в рекламе.	Содержание	2		
	Назначение этикетки и упаковки. Технологические решения производства этикеток и упаковок. Разновидности упаковок. Системы для изготовления пакетов. Требования к товарной упаковке.	2		2
	Практические занятия	4		
	Этапы и технологии изготовления упаковок.	4	4	2
	Самостоятельная работа Выполнение домашних заданий. Реферат: Типология и модификации коробок. Классификация пакетов.	3		
Тема 4.6.	Содержание	2		
	Этапы создания выставочного стенда. Анализ и функциональное зонирование выставочного места. Классификация выставочных стендов.	2	2	2

Выполнение проекта выставочного стенда в материале.	Достоинства и недостатки мобильных выставочных стендов, Материалы и технологии изготовления стендов. Изготовление и установка стенда.			
	Практические занятия	4		
	Оформление выставочного стенда.	4		2
	Самостоятельная работа Выполнение домашних заданий. Реферат: Разработка концепции выставочного стенда. Художественно-архитектурный проект выставочного стенда. Технический проект выставочного стенда. Разновидности выставочного оборудования.	3		
Тема 4.7. Разработка сценария рекламного мероприятия.	Содержание	2		
	Концерты, игры и конкурсы как средства рекламы. Взаимодействие со СМИ в рамках рекламного мероприятия.	2		2
	Практические занятия	4		
	Сценарный план и монтажный лист для исполнителей проекта.	4		2
	Самостоятельная работа Выполнение домашних заданий. Реферат: Рекламный проект.	3		
	Содержание	2		
Тема 4.8. Реквизит и декорации для рекламного мероприятия.	Формирование единого стилевого решения отдельного мероприятия бренда. Создание обстановки и погружение целевой аудитории в заданную атмосферу.	2		2
		2		

	Практические занятия	4	4	
	Сценография при проведении концертов.	4	4	2
	Самостоятельная работа	3		
	Выполнение домашних заданий. Реферат: Специализированные аксессуары для спортивных мероприятий. Логотроны. Ростовые куклы и надувные элементы декораций.			
Раздел 5. Аудио-визуальные рекламные проекты и их выполнение.				
Тема 5.1. Телевизионные рекламные проекты.	Содержание	2		
	Типология телерекламы. Рекламный ролик и его разновидности. Product Placement. Выбор технологии выполнения телевизионного рекламного проекта.	2		2
	Практические занятия	4		
	Разработка концепции телевизионной рекламы.	4		2
	Самостоятельная работа	3		
	Выполнение домашних заданий. Реферат: Бегущая строка. Телеобъявление. Рекламная заставка. Рекламная передача. Рекламный репортаж. Рекламный сюжет.			

Тема 5.2. Разработка сценария рекламного ролика.	Содержание	2	2
	Схема построения и композиция рекламного ролика. Виды сюжетов в сценариях рекламных роликов. Основные требования, предъявляемые к языку и стилю рекламного ролика. Литературный сценарий. Принципы разработки режиссерского сценария рекламного ролика. Основные параметры рекламного ролика: мизансцена, атмосфера и темпоритм. Раскадровка как третий вид сценария. Звукообраз. Характеристики голоса. Роль и составляющие звукокомплекса. Понятие «амплуа» и его классификация.	2	2
	Практические занятия	4	
	Режиссерский сценарий.	4	2
	Самостоятельная работа Выполнение домашних заданий. Реферат: Особенности подбора актеров для рекламного ролика. Музыка и ее функции. Роль шумов в рекламном ролике.	3	
Тема 5.3. Создание рекламного фотоштриха, логотипа.	Содержание	2	
	создание рекламного фотоштриха, логотипа с помощью приемов компьютерной графики в программе corel draw.	2	2
	Практические занятия	4	
	Технология Corel Draw в изготовлении фотоштриха, логотипа	4	2

Тема 5.4. Аудиореклама.	Самостоятельная работа Выполнение домашних заданий. Реферат: Подбор материалов для демонстрации продукта.	2		
	Содержание	2		
	Разновидности аудиороликов и принципы их размещения. Задачи аудиорекламы. Имиджевые элементы аудиоролика. Аудиоролик в комплексе рекламной кампании. Сценарий аудиоролика. Технология записи аудиоролика. Правила создания эффективного аудиоролика. Факторы привлекательности аудиорекламы.	2	2	
	Практические занятия	4		
	Работа с хронометражем ролика.	4	2	
Раздел 6. Альтернативные рекламные проекты и их выполнение.	Самостоятельная работа Выполнение домашних заданий. Реферат: Работа вне визуализации и аудиальное восприятие аудитории.	3		
	Содержание	2		
	Понятие «рекламно-сувенирная продукция». Основные свойства сувенирной рекламной продукции. Классификация рекламно-сувенирной продукции. Промо-сувениры. Имиджевая сувенирная продукция. Психология восприятия бизнес-сувениров. Изготовление рекламно-сувенирной продукции.	2	2	
Тема 6.1. Производство сувенирной рекламной продукции.	Практические занятия	4		

	Качество, оформление и техника изготовления значков и аксессуаров как бизнес-сувениров.	4	2	
	Самостоятельная работа Выполнение домашних заданий.Реферат: Компьютерная подготовка сувенирного сервиса.	3		
Тема 6.2. Брендинг в рекламе	Содержание	2		
	Графика бренда, создание рекламы с помощью приемов компьютерной графики в программе Corel Draw	2	2	
	Практические занятия	4		
	Технологические требования и этапы создания бренда	4	2	
	Самостоятельная работа	3		
	Выполнение домашних заданий. Реферат: Макет и техзадание для брендинга.			
Тема 6.3. Презентационная реклама	Содержание	2	2	
	Принцип действия проекционной рекламы. Программно-аппаратный комплекс интерактивной проекционной рекламы: проектор, камеры, компьютер с программным обеспечением. Технические требования к реализации проекта.	1		
	Практические занятия	4		

	Технология изготовления изображений и силуэтов для презентаций	4	4	2
Тема 6.4. Трогуарная и настенная графика.	Самостоятельная работа	3		
	Выполнение домашних заданий.			
	Реферат:			
	Достоинства и недостатки интерактивной проекционной рекламы..			
	Содержание	2		
	Технологии нанесения и удаления тротуарной и настенной графики. Граффити и настенное панно. Трафаретный метод. Оклейка нестандартных фактурных поверхностей (штукатурка, бетон, кирпич и др.).	1		2
	Практические занятия	4		
	Возможности создания в рекламных проектах различных технических способов	4		2
	Самостоятельная работа	3		
	Выполнение домашних заданий.			
Тема 6.5. Содержательные требования к построению макета рекламы с пейзажной графикой.	Реферат:			
	Мел и лак для создания объемных изображений.			
	Краски для тротуарной и настенной графики.			
	Разновидности пленок и ламината для асфальта.			
	Содержание	2		
	Создание пейзажной графики в рекламе с помощью приемов компьютерной графики в программе Corel Draw	2		2
	Практические занятия	4		

	Графические макеты и их характеристики.	4	2	
	Самостоятельная работа Выполнение домашних заданий. Реферат: Требования и ограничения, применяемые к рекламным материалам.	2		
	Содержание	2		
	«Сарафанное радио». Реклама в мобильных приложениях. Трехмерная печать. Интерактивные сенсорные мониторы. Встроенные чипы, сенсорный маркетинг и возможности выполнения рекламных проектов в ароматических материалах.	2	2	
Тема 6.6. Современные тенденции рекламных проектов.	Практические занятия	4		
	Использование технологий для работы с мобильными устройствами потребителей.	4	2	
	Самостоятельная работа Выполнение домашних заданий.	2		
	Реферат: Современные технологии выполнения рекламных проектов.			
МДК 02.02 «Проектная компьютерная графика и мультимедиа»		296		
Раздел 1 Геометрические преобразования.				

Тема 1.1 Введение в дисциплину	Содержание учебного материала Компьютерная графика как подсистема в системах высокого уровня (АСНИ, САПР, АСТПП и др.)	6	ознакомительный, репродуктивный, продуктивный
	Лабораторные работы	не предусмотрено	
	Практические занятия	не предусмотрено	
	Контрольные работы	не предусмотрено	
	Самостоятельная работа обучающихся Компьютерное моделирование.	8	
Тема 1.2. Компьютерная графика	Содержание учебного материала Программное обеспечение компьютерной графики. Аппаратное обеспечение компьютерной графики. Математическое обеспечение компьютерной графики	6	ознакомительный, репродуктивный, продуктивный
	Лабораторные работы	не предусмотрено	
	Практические занятия	не предусмотрено	
	Контрольные работы	не предусмотрено	
	Самостоятельная работа обучающихся Применение базовых программных средств. Графические библиотеки. Авторские средства. Возможности и ограничения. Сфера применения.	8	

Тема 1.3. Компьютерное моделирование	Содержание учебного материала Введение в геометрическое моделирование	4	ознакомительный, репродуктивный, продуктивный
	Лабораторные работы	не предусмотрено	
	Практические занятия	10	
	Контрольные работы	не предусмотрено	
	Самостоятельная работа обучающихся Математические основы компьютерной графики (изучение литературы)	6	
Раздел 2. Основы проектирования в среде CAD-системы			
Тема 2.1. Введение в растровую графику	Содержание учебного материала Основы пакета растровой графики AdobePhotosop	4	ознакомительный, репродуктивный, продуктивный
	Лабораторные работы	не предусмотрено	
	Практические занятия Растровая графика. Создание растровых изображений (система AdobePhotoShop). Обработка готовых изображений.	12	
	Контрольные работы	не предусмотрено	
	Самостоятельная работа обучающихся	8	

	Общие сведения о системе. Выделение участков изображения с помощью различных инструментов. Работа со слоями. Рисование. Ретушь. Монтаж.		
Тема 2.2. Введение в векторную графику.	Содержание учебного материала Пакет CorelDraw	4	
	Лабораторные работы	не предусмотрено	
	Практические занятия	16	
	Контрольные работы	не предусмотрено	
	Самостоятельная работа обучающихся Выявление разницы между векторной и растровой графикой (работа с литературой). Создание графических примитивов. Создание элементов дизайна. Создание элементов рекламного блока. Свободное рисование и кривые Безье. Создание рекламного блока.	8	
Тема 2.3. Введение в пакет AutoCAD	Содержание учебного материала Элементы трехмерного моделирования в пакете AutoCAD. Поверхностные объекты. Элементы трехмерного моделирования в пакете AutoCAD. Тщательное моделирование.	4	ознакомительный, репродуктивный, продуктивный
	Лабораторные работы	не предусмотрено	
	Практические занятия	8	
	Контрольные работы	не предусмотрено	
	Самостоятельная работа обучающихся	12	

	Построение трехмерных объектов по реальным размерам.				
Раздел 3. Цвет и цветовые модели					
Тема 3.1. Работа с цветами и цветовыми моделями.	Содержание учебного материала Способы представления цветовых изображений. Цвет и цветовые модели. Форматы графических файлов. Лабораторные работы	8	ознакомительный, репродуктивный, продуктивный		
	Практические занятия Изучение и сравнение цветовых моделей RGB и CMYK: достоинства, недостатки, сферы применения. Контрольные работы	не предусмотрено 10			
	Самостоятельная работа обучающихся Изучение технологических процессов полиграфической рекламной продукции. Системы вывода изображений.	не предусмотрено 6			
Тема 3.2. Использование цвета в рекламе.	Содержание учебного материала Цветовой круг. Значения цветов. Сервисы для подбора цвета. Лабораторные работы	6	ознакомительный, репродуктивный, продуктивный		
	Практические занятия Подбор цветовой палитры для разработки логотипа, фирменного стиля и сайта.	не предусмотрено 6			

	Контрольные работы	не предусмотрено	
	Самостоятельная работа обучающихся Создание эффективных рекламных продуктов.	4	
Тема 3.3. Растровая графика в рекламе	Содержание учебного материала Создание растровых изображений. Обработка готовых изображений. Специальные приемы работы	6	
	Лабораторные работы	не предусмотрено	
	Практические занятия Растровая модель изображения. Чем характеризуется растровое изображение?	25	
	Контрольные работы Сложная фотоманипуляция.	не предусмотрено	
	Самостоятельная работа обучающихся Эффекты наложения и фильтры программы AdobePhotoshop.	20	
Тема 3.4. Работа со шрифтами.	Содержание учебного материала Выделительные и текстовые шрифты. Размер шрифта. Строка рекламного набора.	5	ознакомительный, репродуктивный, продуктивный
	Лабораторные работы	не предусмотрено	
	Практические занятия Шрифтовая гармония в рекламе	8	

	Контрольные работы		не	
	Разработка шрифтового логотипа.		предусмотрено	
	Самостоятельная работа обучающихся		8	
	Типографика. Шрифтовые пары. Изучение правил работы со шрифтами.			
Тема 3.5. Рекламная полиграфическая продукция.	Содержание учебного материала Виды рекламно-полиграфической продукции. Особенности дизайна различных видов рекламно-полиграфической продукции.	4		ознакомительный, репродуктивный, продуктивный
	Лабораторные работы	не	предусмотрено	
	Практические занятия Изготовление визитной карточки. Изготовление буклета. Изготовление рекламного баннера, билборда и растяжки.	6		
	Контрольные работы	не	предусмотрено	
	Разработка элементов фирменного стиля предприятия.			
	Самостоятельная работа обучающихся	14		
	Плакат. Афиша. Буклет. Флайер. Визитные карточки. Рекламные баннера.			
Тема 3.6. Подготовка макетов к сдаче заказчику и в печать.	Содержание учебного материала Правила и этапы предпечатной подготовки. Наиболее распространенные требования типографий к предпечатной подготовке.	10		ознакомительный, репродуктивный, продуктивный
	Лабораторные работы	не	предусмотрено	
	Практические занятия	16		

	Настройка цветового профиля. Подготовка к выводу на печать изображений и шрифтов.		
	Контрольные работы	не	
	Создание мокапов элементов фирменного стиля. Вывод элементов фирменного стиля на печать.	предусмотрено	
	Самостоятельная работа обучающихся	8	
	Препресс – подготовка макета в печать.		
Примерная тематика курсовой работы (проекта) (если предусмотрено)		36	
Самостоятельная работа обучающихся над курсовой работой (проектом) (если предусмотрено)		не предусмотрено	
МДК.02.03 «Техника и технологии рекламной фотографии»		172	
Тема 1. Размер и кадрирование изображений. Различные способы выделения. Шрифтовые возможности Photoshop.	Содержание учебного материала		
	Понятие «размер изображения», «кадрирование». Параметры изображения. Различные способы выделения и вырезание объектов.	8	
	Шрифтовые возможности Photoshop. Создание шрифтовых плакатов. Подписи к изображениям.		
	Практические занятия		Репродуктивный. Продуктивный.
	№1 Палитра «слои» в Adobe Photoshop, режимы наложения и смешивания слоёв. Добавить название (подпись) поверх готового изображения.	8	

	Контрольная работа		не предусмотрено	
	Самостоятельная работа			4
Тема 2. Корректирующие слои. Работа с масками. Эффекты слоя. Фильтры, плагины.	материал о различных способах выделения и вырезание объектов		2	
	Содержание учебного материала		32	Репродуктивный. Продуктивный.
	Возможности корректирующих слоев Adobe Photoshop. Понятие «маска слоя»; различные способы создания маски; области применения маски слоя. Эффекты слоя, виды фильтров, плагинов и их возможности; возможности различного комбинирования цифровых эффектов.			
	Практические занятия			
	Упражнение на изменение свойств изображения с помощью корректирующих слоев.			Репродуктивный. Продуктивный.
	Контрольная работа		Не предусмотрено	
	Самостоятельная работа			
	Изменить характер и настраивать изображения при помощи корректирующих слоёв. Сбор различных материалов на изменение			

	готовой фотографии, используя различные комбинирование цифровых эффектов.		
Тема 3. Виды сканеров; особенности сканированных изображений.	Содержание учебного материала	26	Репродуктивный. Продуктивный
	Виды сканеров; особенности сканированных изображений.		
	Практические занятия		
	Подобрать и отсканировать объект сложный по своей текстуре.		
	Контрольная работа	не предусмотрено	.
	Самостоятельная работа		
	Сбор различных по текстуре и фактуре объектов и поверхностей. Анализ аналогов сканогамм.		
	Содержание учебного материала		
Тема 4. Формы и типы композиции фотокадра. Съёмка при естественном освещении.	Композиция. Формат. Формальные признаки композиции: целостность, наличие доминанты, уравновешенность. Типы композиции: Замкнутая и открытая композиция. Симметричная и ассиметричная композиции. Статичная и динамичная композиции. Ритм в композиции. Определение «точка съёмки». Правила определения наиболее выигрышной точки съёмки для различных видов объектов. Естественное освещение. Правило использования естественного освещения.	20	Репродуктивный. Продуктивный.

Тема5. Съёмка людей, ситуаций. Эмоциональное прочтение пейзажа, элементов городской среды	Практические занятия		
	Отснять несколько вариантов фотографий малого архитектурного объекта в дневное и утреннее время (в ночное и вечернее время).		
	Контрольная работа	Не предусмотрено	
	Самостоятельная работа		
	Сбор и анализ аналогов фотографий с применением различных точек съёмки.		.
	Содержание учебного материала	26	
	Понятие репортажной съёмки. Коммерческие репортажи. Фотожурналистика. Время; объективность; повествовательность. Особенности восприятия фотопейзажа. Перспектива и пространство.		
	Практические занятия		Репродуктивный. Продуктивный.
	Съёмка мероприятия. Эмоциональное наполнение фотографии.		
	Контрольная работа	Не предусмотрено	
	Самостоятельная работа		
	Сбор и анализ фотографий выполненных в жанре репортажной съёмки (фотожурналистика).		
	Содержание учебного материала	28	

Тема 6. Графический дизайн для фотографа.	Место и роль фотографии в графическом дизайне. Рекламная фотография.			
	Практические занятия			
	Разработка идеи для рекламного плаката.			Репродуктивный. Продуктивный.
	Контрольная работа	Не предусмотрено		
	Самостоятельная работа			
Тема 7. Доводка готовых снимков в графическом редакторе. Виньетирование. Улучшение шумовых и резкостных характеристик.	Сбор и анализ рекламной фотографии.			
	Содержание учебного материала			
	Оператор присваивания.			
	Понятия виньетирование, размытие, резкость и шум в фотографии.			
	Практические занятия	38		
	Упражнение на повышение и уменьшение резкости в изображении.			
	Упражнение на размытие деталей в изображении для имитации большей глубины резкости			
	Контрольная работа	Не предусмотрено		
	Самостоятельная работа			
	Сбор и анализ фотографий с наиболее интересным художественным виньетированием.			
МДК 02.04 «Техника и технологии рекламного видео»		163		

Тема 1. История и предпосылки возникновения кино и телевидения, пути их развития; исторические аналоги	Содержание учебного материала	9	
	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.	3	Репродуктивный. Продуктивный.
	Практические занятия	3	
	История мирового кино.		
	История советского кино.		
	История возникновения и развития телевидения.		
	Контрольная работа	Не предусмотрено	
	Самостоятельная работа		4
	Изучить выразительные средства, применяемые на этапах становления кинематографа.	3	
	Содержание учебного материала	8	Репродуктивный. Продуктивный.
Тема 2. Виды экранного искусства, основные законы, пространство экрана и времени	Виды экранного искусства, его основные законы, природа и сущность экранной зрелищности		
	Практические занятия		
	Кино, его технические и художественные возможности.		
	Принципы телевизионного сигнала и возможности передачи его зрителю.		
	Телевидение как вид искусства: телевизионный фильм, информация и реклама.	4	Репродуктивный. Продуктивный.

	Контрольная работа		Не предусмотрено	
	Самостоятельная работа			
	Изучить принципы телевизионного сигнала, передача его зрителю		4	
Тема 3. Кино и телевидение	Содержание учебного материала		12	
	ТВ организации, виды видеостудий. Методы производства кинофильма. Места съемок. ТВ студия: оборудование, аппаратные, съемочная группа. Практика производства.			
	Практические занятия			
	Виды видеостудий.			
	Методы производства кинофильма.			
	Места съемок.			Репродуктивный. Продуктивный.
	ТВ-студия: оборудование, аппаратная, съемочная группа.		Не предусмотрено	
	Контрольная работа			
	Самостоятельная работа			
Тема 4. История телевизионного ролика; природа и функции рекламного ролика	Изучить принцип формирования съемочной группы.		8	
	Содержание учебного материала			
	История американской и европейской ТВ рекламы. История и анализ российской ТВ рекламы. Фестивали ТВ рекламы, формы их проведения. Функции телевизионного рекламного продукта			
	Практические занятия			

	История американской и европейской ТВ рекламы. История и анализ российской рекламы. Фестивали ТВ рекламы и формы их проведения. Функции телевизионной рекламы продукта.			Репродуктивный. Продуктивный.
	Контрольная работа	Не предусмотрено		
	Самостоятельная работа			
	Рассмотреть рекламный ролик как новый формат телевизионного фильма, пути и особенности его развития			
	Содержание учебного материала			
Тема 5. Производство телевизионной рекламы и другой видеопродукции	Жанровые особенности телевизионной рекламы. Рекламная история как основа рекламной продукции. Российские и зарубежные рекламные агентства. Формы и специфика производства и проката телевизионной рекламы. Убеждающее изображение, его влияние на зрительскую аудиторию	10		
	Практические занятия			
	Жанровые особенности ТВ рекламы. Рекламная история как основа рекламной продукции. Российские и зарубежные рекламные агентства. Форма и специфика производства. Прокат ТВ рекламы. Убеждающее изображение, его влияние на зрительскую аудиторию.			Репродуктивный. Продуктивный.

	Контрольная работа		Не предусмотрено	
	Самостоятельная работа			
	Специфика проката телевизионной рекламы			.
Тема 6. Виды съемочной аппаратуры, ее основные узлы, носители изображения	Содержание учебного материала			
	Съемочный аппарат как основной образовательный инструмент экрана, история его совершенствования от люмьеровского кинематографа до современного видеокамердера. Фотокамера и видеокамера, признаки их сходства и различия. Особенности устройства различных видеокамер, характеристики и свойства объектива съемочного аппарата, предопределяющие образовательную зрелищность и выразительность кадра. Телевизионное и кино изображения. Магия пленки и цифры. Видеоигнал, передача цвета	12		
	Практические занятия			
	№2 Упражнение на изменение свойств изображения с помощью корректирующих слоев.			
	Контрольная работа			
	Самостоятельная работа			
Тема 7. Съемка статичной и движущейся камерами.	Подобрать съемочную аппаратуру			
	Содержание учебного материала			.
	Творческие возможности приемов съемки статичной и движущейся камерами. Понятие «крупный план». Движение камеры: панорама	8		

Репродуктивный.
Продуктивный.

	наблюдения, сопровождение, «тревелинг». Приемы «наезд» (укрупнение) и «отъезд» как смысловые и монтажные единицы.			
	Практические занятия			
	Панорама и ее съемка.			
	Приемы наезд и отъезд.	•		Репродуктивный. Продуктивный.
	Съемка изображений со штатива.			
	Контрольная работа		Не предусмотрено	
	Самостоятельная работа			
Итого за 3 семестр	Творческие возможности приемов съемки статичной и движущейся камерами			
			64	
	Содержание учебного материала			
	Большая и малая глубины резкости. Изобразительные особенности. Фокусировка, искажение перспективы, качество масштабирования. Экспозиция.			
	Фокусные расстояния, диафрагма, глубина изображаемого пространства. Изобразительные особенности съемки объективами с различными фокусными расстояниями. Основные отличительные особенности дискретной оптики и объектива с переменным фокусным расстоянием		12	
Тема8. Оптика, общие понятия, технические характеристики. Дискретная оптика	Практические занятия			Репродуктивный. Продуктивный

	Изобразительные особенности. Фокус, искажение перспективы.			
	Контрольная работа	Не предусмотрено		
	Самостоятельная работа			
	Изучить творческие возможности дискретной оптики, трансфокатор в целях решения творческих задач			
	Содержание учебного материала Цели и задачи освещения. Эффекты и состояния освещения. Интенсивность и направление света. Освещение как средство трактовки образа. Свет, тень и цвет как выразительные средства. Свет и тень, передача цвета и смешение цветов. Физические свойства света – освещенность, яркость, светлота, цветовой фон, спектральный состав света. Отражательная способность физических тел. Цветовая температура источников света. Ключевая яркость. Визуальный и экспониметрический контроль; «серая» шкала. Свето- и цветочувствительность носителей. Светофильтры и их свойства. Экспониметрический режим, функция «баланс белого». Интервал яркостей объекта съемки. Практические занятия Освещение, как средство образа. Свет и тень, передача цвета и смешение цветов. Физические свойства цвета.	12		Репродуктивный. Продуктивный

	Контрольная работа		Не предусмотрено	
	Самостоятельная работа			
Тема 7. Естественный и искусственный свет. Эксплонометрия	Осветительное оборудование, его устройство, приемы работы с ним, техника безопасности при использовании осветительного оборудования.			
	Содержание учебного материала			
	Освещение людей, объектов, съемочной площадки. Источники света, цветной свет. Особенности съемки при искусственном освещении. Особенности съемки при естественном свете, эффекты освещения. Распределение и направление света, его интенсивность. Освещение поверхностей, выработка фактур. Импровизация в освещении, создание атмосферы освещением.	10		Репродуктивный. Продуктивный
	Практические занятия			
	Источник света.			
	Особенности съемки при искусственном освещении, естественном свете, эффекты освещения			
	Контрольная работа		Не предусмотрено	
	Самостоятельная работа			
	Освещение поверхностей, фактура.			
	Содержание учебного материала			
Тема 8. Разработка рекламного ролика	Рекламная история. Жанровые особенности рекламного ролика. Социальная аудитория. Направленность, использование приемов	14		Репродуктивный. Продуктивный

	демонстрационно – визуальной символизации. Территория товара. Драматургия рекламного ролика, цели и задачи сюжета, «Манок», «провокационные ситуации» в рекламном ролике.		
	Практические занятия		
	Направленность использования приемов демонстрационно-визуальной символизации. Драматургия рекламного ролика, цели и задачи сюжета. «Манок», «провокационные ситуации» в рекламном ролике.		
	Контрольная работа	Не предусмотрено	
	Самостоятельная работа		
	Жанровые особенности рекламного ролика. Приемы визуальной символизации.		
	Содержание учебного материала	10	

Тема 9. Видеомонтаж, кадр и монтаж	Суть монтажа. Монтажные программы. Монтажное оборудование (мониторы, микшеры, компьютеры и др.).		Репродуктивный. Продуктивный
	Понятие «кадр», кадр как единица пространства, времени и действия. Монтаж, монтажная фраза. Монтаж по направлению во времени, по ориентации в пространстве. Виды монтажа, творческие возможности. Монтажный переход. Спецэффекты, порядок кадров, длительность эпизода, сюжета, монтажный ритм. Временной код. Прямой и черновой монтаж.		
	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.		
	Практические занятия		
	Монтажные переходы, спец эффекты, длительность эпизода, монтажный ритм. Монтаж по крупности, направлению движения, ориентация в пространстве. Этическая сторона монтажа		
Контрольная работа		Не	
Самостоятельная работа		предусмотрено	

	Монтаж как выразительное средство подготовки рекламы.			
Тема 10. Монтажно-тонировочный период	Содержание учебного материала Режиссер и монтажер, звукорежиссер. Монтажный цех, студия озвучивания. 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.	10	Репродуктивный. Продуктивный	
	Практические занятия			
	Обработка звука, звуковой образ.			
	Обработка звуковых эффектов.			
	Оборудование для звукозаписи.			
	Контрольная работа	Не предусмотрено		
	Самостоятельная работа			
	Технология обработки звука.			
	Всего	1062		

4. Условия реализации программы профессионального модуля.

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению
Реализация программы дисциплины требует наличия учебного кабинета.

4.2. Информационное обеспечение обучения (основная литература, дополнительная литература, периодические издания, интернет-ресурсы)

Основная литература:

1. Шишова Н.В. Теория и практика рекламы: Учебное пособие / Н.В. Шишова, А.С. Подопригора, Т.В. Акулич. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 299 с.
<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=362871>
2. Немцова Т.И. Компьютерная графика и web-дизайн : учеб. пособие / Т.И. Немцова, Т.В. Казанкова, А.В. Шнякин / под ред. Л.Г. Гагариной. — М. : ИД «ФОРУМ» : ИНФРА-М, 2017. — 400 с. — (Профессиональное образование).
<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=894969>
3. Левкина А.В. Фотодело: Учебное пособие для СПО / Левкина А.В. - М.:Альфа-М, НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 320 с.
<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=809827>
4. Лашко С.И. Международный бизнес: PR и рекламное дело: Учебное пособие / Лашко С.И., Сапрыкина В.Ю. - М.:ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 171 с.
<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=560458>

Дополнительная литература:

1. Ткаченко О.Н. Дизайн и рекламные технологии: учеб. пособие.- М.: Магистр: ИНФРА-М, 2015.-176 с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=474525>
2. Мудров А.Н. Основы рекламы.: Учебник / А.Н. Мудров. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Магистр: ИНФРА-М, 2012. - 416 с.
<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=332300>
3. Антипов, К. В. Основы рекламы [Электронный ресурс] : Учебник / К. В. Антипов. - 2-е изд. - М.: Дашков и К, 2012. - 328

<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=415267>

4. Алашкин, П. Всё о рекламе и продвижении в Интернете [Электронный ресурс] / Павел Алашкин. - М.: Альпина Паблишер, 2014. - 220 с.
<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=519015>
5. Музыкант В.Л. Реклама: учеб. пособие.-М.: ИНФРА-М, 2011.-208 с.
<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=226964>
6. Карпова С.В. Рекламное дело: Учебник и практикум для СПО.-М.:Юрайт, 2016.-431 с.
7. Ткаченко О.Н. Дизайн и рекламные технологии: Учебное пособие / О.Н. Ткаченко; Под ред. проф. Л.М. Дмитриевой. - М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 176 с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=891020>
8. Федотова Е.Л. Прикладные информационные технологии: Учебное пособие / Е.Л. Федотова, Е.М. Портнов. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 336 с.
<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=392462>
9. Немцова Т.И. Практикум по информатике. Компьютерная графика и web-дизайн : учеб. пособие для СПО / Т.И. Немцова, Ю.В. Назарова ; под ред. Л.Г. Гагариной. — М. : ИД «ФОРУМ» : ИНФРА-М, 2017. — 288 с.
<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=899497>
10. Кузнецов, П. А. Современные технологии коммерческой рекламы: Практическое пособие [Электронный ресурс] / П. А. Кузнецов. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2014. — 296 с.
<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=511984>
11. Анашкина Н.А. Режиссура телевизионной рекламы: Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 032401 (350700) "Реклама", 08011 "Маркетинг", 080301 "Коммерция (торговое дело)" / Анашкина Н.А.; Под ред. Дмитриева Л.М. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 208 с.
<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=882431>
12. Селезнев, В.А. Компьютерная графика: учебник и практикум для СПО.- М.: Юрайт, 2017.- 228 с.

13. Карпова С.В. Рекламное дело: Учебник и практикум для СПО-М.:Юрайт, 2016.- 431 с
14. Макарова Т.В. Основы информационных технологий в рекламе: учеб. пособие. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2014.-271 с.
15. Евстафьев В.А. Организация и практика работы рекламного агентства: Учебник /В.А.Евстафьев - М.: Дашков и К, 2016. - 512 с.
<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=520466>
16. Рекламная деятельность: Учебник / Под ред. В.Д. Секерина. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 282 с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=350960>
17. Крылов А. П. Фотомонтаж. Пособие для фотохудожников: Учебное пособие / Крылов А. П. - М.: КУРС, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 80 с.
<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=557015>
18. Гончарова Л.М. Рекламная коммуникация в сфере туризма: монография - М.:НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 158 с.
<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=548517>
19. Гусаров Ю.В. Рекламная деятельность: Учебник / Ю.В. Гусаров, Л.Ф. Гусарова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 313 с.
<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=342116>
20. Кузнецов, П. А. Политическая реклама. Теория и практика [Электронный ресурс]: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Связи с общественностью» / П. А. Кузнецов. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 127 с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=377205>
21. Мокшанцев Р. И. Психология рекламы: Учебное пособие/Мокшанцев Р. И., Науч. ред. Удальцова М. В. - М.: НИЦ ИНФРА-М, Сиб. согл., 2015. - 232 с.
<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=429960>
22. Ткаченко О.Н. Дизайн и рекламные технологии: Учебное пособие / Ткаченко О.Н.; Под ред. Дмитриевой Л.М. - М.:Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 176 с.
<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=891020>
23. Лашко С.И. Международный бизнес: PR и рекламное дело: Учебное пособие

- / Лашко С.И., Сапрыкина В.Ю. - М.:ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 171 с.
<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=560458>
24. Евстафьев В.А. Организация и практика работы рекламного агентства: Учебник для бакалавров/В.А.Евстафьев - М.: Дашков и К, 2016. - 512 с.
<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=520466>
25. Гончарова Л.М. Рекламная коммуникация в сфере туризма: монография - М.:НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 158 с.
<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=548517>
26. Рекламный образ: Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности "Реклама", "Маркетинг", "Коммерция (торговое дело)" / Анашкина Н.А.; Под ред. Дмитриева Л.М. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 175 с.
<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=882489>
27. Павлов И.В. Техника и технологии рекламного видео: учебник для СПО.- М.: Академия, 2014.- 288 с.
28. Бердышев, С.Н. Секреты эффективной интернет-рекламы:практ. пособие.- М.:Дашков и К,2010.-120 с.

4.3. условия реализации программы для обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

Содержание среднего профессионального образования и условия организации обучения обучающихся с особыми образовательными потребностями определяются адаптированной образовательной программой.

Обучение по образовательным программам среднего профессионального образования обучающихся с ограниченными возможностями здоровья на факультете среднего профессионального образования академии осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

Специальные условия воспитания и развития таких обучающихся,

включают в себя:

- использование специальных образовательных программ и методов обучения и воспитания,
- использование специальных учебников, учебных пособий и дидактических материалов по дисциплинам специальности,
- оснащение здания системами противопожарной сигнализации и оповещения с дублирующими световыми устройствами, информационными табло с тактильной (пространственно-рельефной) информацией и др.
- специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования, например, использование мультимедийных средств, наличие оргтехники, слайд-проекторов, электронной доски с технологией лазерного сканирования;
- обеспечение возможности дистанционного обучения (электронные УМК для дистанционного обучения, учебники на электронных носителях и др.)
- предоставление услуг ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь

4.4. Общие требования к организации образовательного процесса.

Освоение ПМ.02 Производство рекламной продукции, производится в соответствии с учебным планом по специальности 42.02.01 Реклама и календарным графиком, утвержденным ректором Академии.

Образовательный процесс организуется строго по расписанию занятий, утвержденному ректором Академии. График освоения ПМ предполагает последовательное освоение 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.

Освоению ПМ предшествует обязательное изучение учебных дисциплин: Информатика, рисунок с основами перспективы, живопись с основами цветоведения.

Изучение теоретического материала может проводиться как в каждой группе, так и для нескольких групп (при наличии нескольких групп на специальности).

В процессе освоения ПМ предполагается проведение рубежного контроля знаний, умений у студентов. Сдача рубежного контроля (РК) является обязательной для всех обучающихся. Результатом освоения ПМ выступают ПК, оценка которых представляет собой создание и сбор свидетельств деятельности на основе заранее определенных критериев.

С целью оказания помощи студентам при освоении теоретического и практического материала, выполнения самостоятельной работы разрабатываются учебно-методические комплексы.

С целью методического обеспечения прохождения учебной и/или производственной практики, выполнения курсового проекта/курсовой работы разрабатываются методические рекомендации для студентов.

При освоении ПМ преподавателем устанавливаются часы дополнительных занятий, в рамках которых для всех желающих проводятся консультации. График проведения консультаций размещен на входной двери каждого учебного кабинета и/или лаборатории.

Текущий учет результатов освоения профессионального модуля производится в журнале по учету успеваемости рубежного контроля является обязательным для каждого студента. В случае отсутствия оценок студент не допускается к сдаче квалификационного экзамена по ПМ.

4.5. Кадровое обеспечение образовательного процесса.

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение к ПМ.02 Производство рекламной продукции, осуществляется наличием следующих причин:

- различий между системами ценностей субъектов, оказывающих влияние на образовательный процесс;
- последовательного и необратимого перехода от единообразия учебных программ,
- качества и актуальности перечня источников по направлениям;
- усиления регионализации образовательных систем;
- опыт работы педагогического работника в соответствии с областью деятельности по специальности.

Основное внимание педагогического коллектива на факультете среднего профессионального образования сосредоточено на повышении качества обучения и воспитания, четкой организации занятий по усовершенствованию учебных программ, умелом использовании новых норм оценки знаний, умений, навыков обучающихся, усилению практической направленности обучения, преодоления формализма в оценке результатов труда обучающегося. Преподавателями осуществляется качественный переход, совмещение навыков и реализация образовательных технологий учебной и воспитательной работы в соответствии с направлением полученного образования для актуализации образовательного процесса обучающихся.

5. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля.

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 2.1. Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.	– Точность подбора инструментов и материалов для изготовления Полиграфической рекламной продукции в соответствии с технологическими требованиями – Точность подбора инструментов и материалов для создания фото и видео рекламы в соответствии с технологическими требованиями	Текущий контроль в форме: – защиты практических занятий; – контрольных работ по темам МДК – Теоретический опрос – Тестовый контроль – Домашние задания – Самостоятельные работы – Дифференцированный зачет по МДК. – Защита курсового проекта
ПК 2.2. Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.	– Соблюдение технологического процесса при создании макетов (моделей) полиграфической и сувенирной рекламной продукции с учетом выбранной технологии – Соблюдение технологического процесса при создании сценарных планов рекламной видео продукции с учетом выбранной технологии; – Соблюдение технологического процесса при создании сценарных планов рекламной фото продукции с учетом выбранной технологии;	
ПК 2.3. Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.	– Соблюдение технологического процесса при изготовлении полиграфической и сувенирной рекламной продукции в соответствии с техническим заданием; – Соблюдение технологического процесса при выполнении сценарного плана	

	рекламной видеопродукции в соответствии с техническим заданием; – Соблюдение технологического процесса при выполнении сценарного плана рекламной фотопродукции в соответствии с техническим заданием	
--	---	--

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	– демонстрация интереса к будущей профессии	Текущий контроль в форме: – защиты практических занятий; – контрольных работ по темам МДК – Теоретический опрос – Тестовый контроль – Домашние задания – Самостоятельные работы – Дифференцированный зачет по МДК. – Защита курсового проекта
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	– рациональность планирования и организации деятельности по разработке и созданию рекламного продукта, – своевременность сдачи заданий, отчетов, проектов – обоснованность постановки цели, выбора и применения методов и способов при создании рекламного продукта;	
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	– решение стандартных и нестандартных профессиональных задач в области разработки рекламных продуктов	
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	– эффективный поиск необходимой информации; – использование различных источников, включая электронные	
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	– работа на ПК	

ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	– внесение аргументированных предложений по поводу решения задачи; – проявление внимания к точке зрения членов команды; – объективная оценка вклада других; – предотвращение или продуктивное урегулирование конфликтов	
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	– самоанализ и коррекция результатов собственной работы	
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	– организация самостоятельных занятий при изучении профессионального модуля	
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	– анализ инноваций в области разработки ПП	
ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.	– использование знаний и навыков в области разработки ПП при исполнении воинской обязанности	
ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.	– решение стандартных и нестандартных профессиональных задач в области предпринимательства	