

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
АЭРОКОСМИЧЕСКОГО ПРИБОРОСТРОЕНИЯ»

Факультет среднего профессионального образования



«УТВЕРЖДАЮ»
Декан факультета СПО, к.э.н.
Чернова Чернова Н.А.
«26» июня 2020 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ.02 «Производство рекламной продукции»**

для специальности среднего профессионального образования

42.02.01 «Реклама»

<u>Максимальная нагрузка по профессиональному модулю,</u>	1746
<u>часов</u>	
Аудиторные занятия, часов	972
в т.ч. лабораторно-практические занятия, часов	380
в т.ч. курсовой проект, часов	30
Самостоятельная работа, часов	486
Практика, часов	288
в т.ч. учебная практика, часов	72
в т.ч. производственная практика, часов	216

Санкт-Петербург 2020

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе
ФГОС по специальности среднего профессионального образования

42.02.01

код

Реклама

наименование специальности(ей)

РАССМОТРЕНА И ОДОБРЕНА

Цикловой комиссией

экономических дисциплин и рекламы

Протокол № 9 от 15.06.2020 г.

Председатель:  Лачугина М.М./

РЕКОМЕНДОВАНА

Методическим

советом факультета СПО

Протокол № 7 от 24.06.2020 г.

Председатель:  /Березина С.А./

Разработчики:

Опалева У.С., преподаватель высшей квалификационной категории

Лачугина М.М., преподаватель высшей квалификационной категории

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	6
3. СТРУКТУРА И ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	7
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	25
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	28

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПРОИЗВОДСТВО РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ

1.1. Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля является составной частью программно-методического сопровождения образовательной программы (ОП) среднего профессионального образования (СПО) - программы подготовки специалистов среднего звена по специальности **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 (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.

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

Программа профессионального модуля может быть использована в дополнительном профессиональном образовании и профессиональной подготовке специалистов по рекламе при наличии среднего (полного) общего образования. Опыт работы не требуется.

1.2. Цели и задачи 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 рекламной продукции;
- осуществлять видеосъемку для производства рекламного продукта;

- использовать компьютерные технологии при создании печатного рекламного продукта;
- разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы;
- использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео-, анимации;
- использовать мультимедийные и web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта;

знать:

- технику, технологии и технические средства фотосъемки в рекламе;
- технику, технологии и технические средства видеосъемки в рекламе;
- технические и программные средства для создания печатного рекламного продукта;
- технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации;
- технологию создания интернет-рекламы;
- аппаратное и программное обеспечение.

1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение программы профессионального модуля:

всего – 1746 часа, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 1458 часов, включая:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 972 часа;

самостоятельной работы обучающегося – 486 часов;

учебной и производственной практики – 288 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:

Код	Наименование результата 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 постановки и решения 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 ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Тематический план профессионального модуля

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов
			Всего, часов	в т.ч. практические занятия, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов		
ПК 2.1- 2.3	МДК.02.01 Выполнение рекламных проектов в материале	360	240	92	30	120	30	72	216
ПК 2.2- 2.3	МДК.02.02 Проектная компьютерная графика и мультимедиа (раздел 1)	486	324	150		162			
ПК 2.2- 2.3	МДК.02.02 Проектная компьютерная графика и мультимедиа (раздел 2) Техника и технологии рекламной фотографии.	612	408	138		204			
	Учебная практика, часов	72						72	-
	Производственная практика (по профилю специальности), часов	216							216
	Всего:	1746	972	380	30	486	30	72	216

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ)

Наименование междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа, курсовая работа (проект)	Объем часов
1	2	3
Раздел 1.	Основные технологические процессы производства рекламной продукции	
МДК 02.01.	Выполнение рекламных проектов в материале	360
Тема 1.1 Шрифт как средство коммуникации	<p>Содержание</p> <p>1. 1. Роль и значение шрифта в графическом дизайне и в рекламе. Выразительные возможности шрифтового изображения. Шрифтовой знак как средство коммуникации. Законы единства изобразительного и текстового содержания. Знакомство с электронными версиями шрифтовых гарнитур. Возможности компьютерных технологий для решения задач графического дизайна, связанных с композиционным построением шрифтов. Рекламный плакат как вид коммуникативного дизайна. Специфические особенности художественного языка плакатного искусства. Изобразительные приемы ассоциативного выражения темы. Роль и значение шрифта в рекламном плакате. Специфика и принципы композиционного построения шрифтового плаката. Применение современных электронных технологий в реализации идеи рекламного плаката.</p> <p>Практические работы:</p> <p>1. Основные элементы построения букв: кегль, базовая линия, интерлиньяж, апрош, гарнитура, трекинг, кернинг. Создание композиции из элементов букв.</p> <p>2. Основные элементы публикации и подбор шрифта. Создание композиции из элементов шрифтов.</p> <p>3. Закон единства в шрифтовой композиции.</p> <p>4. Закон соподчинения в шрифтовой композиции.</p> <p>5. Закон соразмерения в шрифтовой композиции.</p> <p>6. Закон видоизменения в шрифтовой композиции.</p> <p>7. Закон равновесия в шрифтовой композиции.</p> <p>8. Компьютерные технологии в создании шрифтов.</p> <p>9. Дизайн идентификационных документов (визитных карточек, этикетов, фирменных конвертов, папок).</p> <p>10. Дизайн рекламных документов (приглашения, объявления, листовки, проспекты, рекламные каталоги).</p> <p>11. Поиск образа шрифтового плаката.</p> <p>12. Эскизирование шрифтового плаката.</p> <p>13. Разработка рекламного шрифтового плаката.</p> <p>Самостоятельная работа:</p> <p>1. Нарисовать схему основных элементов букв.</p> <p>2. Создать композицию из элементов букв.</p> <p>3. Создать композицию на единство, определив основные функции и структуры шрифтовой композиции.</p> <p>4. Создать композицию на соподчинение шрифтовых структур по масштабности и по контрасту.</p>	<p>60</p> <p>28</p> <p>18</p> <p>14</p>

	5.	Создать композицию на соразмерение, простой и сложный ритм, гармоничное пропорционирование.	
	6.	Создать композицию на видоизменение, создание пластических структур и тональных растяжек с помощью градиентных заливок.	
	7.	Создать композицию на равновесие, принципы симметричности и асимметричности, особенности тектоники.	
	8.	Собрать материал и закомпоновать элементы шрифтов в определенном стиле.	
	9.	Собрать материал и разработать концепцию печатных документов по выбранной теме.	
	10.	Создать эскиз модульной сетки с иллюстрациями и текстом.	
	11.	Создать эскиз концепции рекламных документов.	
	12.	Создать эскиз шрифтового плаката.	
	13.	Разработать содержание шрифтового плаката.	
Тема 1.2 Формирование корпоративного стиля	Содержание		58
	1.	<p>Определение корпоративного (фирменного) стиля. Значение корпоративного стиля как вида рекламы, его роль в формировании имиджа фирмы (предприятия).</p> <p>Дизайн-проект корпоративного стиля. Основные этапы процесса проектирования.</p> <p>Концептуальное решение проекта. Составляющие фирменного стиля. Основные концептуальные стилеобразующие элементы. Носители фирменного стиля. Система идентификации.</p> <p>Концептуальные стилеобразующие элементы – логотип, товарный знак, торговая марка, эмблема фирмы.</p> <p>Формообразующие принципы и графические приёмы, применяемые в проектировании стилеобразующих элементов.</p> <p>Визуализация ассоциативного образа. Единство, взаимосвязь и соподчинение изображения и шрифта в композиции знаковой формы.</p> <p>Основные составляющие и функциональные носители корпоративного (фирменного) стиля и их практическое значение.</p> <p>Принципы конструктивного построения и стилевого единства в комплексном проектировании элементов корпоративной рекламы.</p>	24
	Практические работы:		
	1.	Создание зрительного образа фирмы. Разработка основных фирменных констант. Создание номенклатуры комплекса носителей фирменного стиля.	
	2.	Эскизирование комплексного проекта-концепции корпоративного фирменного стиля. Оформление брифа и творческой платформы.	
	3.	Работа над проектом-концепцией корпоративного фирменного стиля.	
	4.	Создание и визуализация логотипа.	
	5.	Создание и визуализация товарного знака.	
	6.	Создание и визуализация фирменного блока.	
	7.	Комплексное проектирование системы идентификации корпоративного фирменного стиля.	
	8.	Создание специальных рекламных конструкций (джумби, мобайлы, шелфтолкеры, воблеры и т.п.)	
	9.	Создание щитовых рекламных конструкций.	
	Самостоятельная работа:		
	1.	Провести анализ аналогов корпоративного (фирменного) стиля.	
	2.	Подобрать не менее 30 логотипов и классифицировать их по разным принципам (каждые две страницы могут быть посвящены отдельному принципу классификации).	16

	3.	Подобрать 40 типографических логотипов, соотнести используемые в них шрифты со шрифтовыми классификациями. Проследить, как графические принципы шрифта раскрывают тему логотипа.	
	4.	Разобрать на примере любого комплексного решения фирменного стиля то, как совокупность его элементов создаёт единое стилевое пространство.	
	5.	Создать номенклатуру комплекса носителей фирменного стиля.	
	6.	Создать комплексный проект–концепцию корпоративного стиля. Оформить бриф.	
	7.	Создать концепцию системы идентификации корпоративного стиля.	
Тема 1.3 Информационно-графический комплекс и его направления. Печатная реклама	Содержание		61
	1.	Технические средства для создания печатного рекламного продукта. Современные направления в информационной рекламе. Концептуальный проект информационно-графического комплекса. Значение и роль печатной рекламной продукции. Современные виды печати: офсетная, цифровая, трафаретная, широкоформатная и др. Технологические процессы печати, их преимущества и недостатки. Виды печатной продукции. Новые технологии проектирования и производства печатной продукции. Плакат как вид печатной рекламной продукции. Классификация плакатов. Специфические приёмы и язык изобразительного рекламного плаката. Использование фототехнологий в работе над плакатом. Рекламный буклет как вид печатной продукции в информационно-графическом комплексе. Функциональные задачи буклета. Единство стиля и композиции дизайна формы и графического содержания буклета. Фотография и шрифт, типографика и цвет в буклете.	22
	Практические работы:		
	1.	Разработка концептуального проекта информационно-графического комплекса, создание его номенклатуры.	
	2.	Разработка сквозного дизайна информационно-графического комплекса.	
	3.	Разработка рекламных текстов для информационно-графического комплекса	
	4.	Анализ аналогов плакатов. Анализ современных видов печати и подбор технологий.	
	5.	Эскиз плаката.	
	6.	Подбор и компоновка материалов для плаката.	
	7.	Обработка текстов в плакате.	
	8.	Анализ аналогов и прототипов рекламных буклетов. Обоснование дизайнерского решения буклета. Эскизы буклетов.	
	9.	Верстка текстов для буклетов.	
	10.	Создание оригинала макета буклета. Создание буклета.	
	11.	Создание оригинала обложки.	
	12.	Создание разворота буклета.	
	Самостоятельная работа:		
	1.	Разобрать информационно-графический комплекс торговой фирмы.	
	2.	На примере образцов полиграфической рекламной продукции разобрать виды печати и виды печатной продукции.	
	3.	Разобрать рекламный буклет по схеме: – функциональные задачи; – стиль и композиционное решение; – графическое содержание; – текстовое содержание.	19

	–		
	4.	Подготовить обзор аналогов буклетов.	
	5.	Подготовить подборку вариантов технологии печати.	
	6.	Подготовить анализ эскизов буклетов.	
	7.	Выполнить компоновку текста буклета.	
	8.	Создать иллюстрации для буклета.	
Тема 1.4 Реклама товарной продукции	Содержание		60
	1.	Реклама товара, её виды, функциональные задачи. Принципы проектирования рекламы товара, способствующее его продвижению в условиях современных рыночных отношений. Упаковка как вид рекламной продукции. Роль упаковки в повышении рейтинга товарной продукции. Виды и качественные различия упаковок. Дизайн и современные технологии, материалы изготовления упаковочной продукции. Комплексное решение рекламы торгового предприятия. Функциональные особенности и роль фасадной рекламы. Методика разработки дизайн-проекта витрины. Визуализация рекламной идеи. Технологические возможности и современные материалы, используемые для изготовления витрин. Целесообразность размещения рекламы на транспортных средствах. Реклама на транспорте. Функциональность и психология восприятия рекламы на транспорте. Материалы и производственные технологии, используемые при изготовлении рекламы на транспорте.	20
	Практические работы:		
	1.	Анализ аналогов и прототипов упаковок.	
	2.	Подбор технология и материалов.	
	3.	Разработка конструкции упаковки.	
	4.	Создание развертки.	
	5.	Разработка графических элементов.	
	6.	Доработка упаковочной коробки в цвете.	
	7.	Анализ аналогов и прототипов витрин.	
	8.	Разработка рекламной вывески.	
	9.	Комплексное решение элементов наружной рекламы.	
	10.	Проектирование витринных конструкций.	
	11.	Визуализация комплексного решения.	
	12.	Создание рекламных текстов для рекламы на транспорте.	
	13.	Визуализация рекламы на транспорте.	
	Самостоятельная работа:		
	1.	Подготовить обзор аналогов упаковки.	
	2.	Разработать эскиз упаковки товара для продуктов питания	
	3.	Сконструировать и подобрать технологию изготовления упаковки.	20

	4.	Разработать проектное предложение размещения рекламы на транспорте для торговой фирмы.	
	5.	Проанализировать образцы рекламы на транспорте по схеме: – целесообразность размещения рекламы на транспортных средствах; – восприятие и функциональность рекламы; – композиционное построение; – особенности графического, шрифтового и цветового решений.	
	6.	Подобрать примеры из упаковки или любой другой рекламной полиграфической продукции, раскрывающие устоявшиеся цветовые предпочтения для определённых видов рекламируемых товаров. Создать абстрактный цветной коллаж (из старых журналов) на тему любого товара народного потребления.	
Тема 1.5 Объемно-пространственные рекламные конструкции.	Содержание		53
	1.	Рекламная композиция в пространстве города. Виды, функциональное назначение, психология воздействия наружной рекламы. Специфика проектирования наружной рекламы, технические особенности и возможности конструкций. Материалы и технологии изготовления наружной рекламы. Световая реклама и светотехника. Экспозиционно-рекламные комплексы, их роль и задачи. Последовательность процесса создания экспозиции. Приёмы режиссуры пространства, реализации рекламной идеи, творческого замысла. Методы организации экспозиционного пространства, создания функциональных объёмов и структур. Типовые стендовые конструкции. Современные материалы и технологии изготовления экспозиций. Свет и цвет в рекламной экспозиции.	20
	Практические работы:		16
	1.	Анализ аналогов и прототипов наружной рекламы.	
	2.	Функциональное зонирование на ситуационном плане.	
	3.	Конструктивная проработка рекламных элементов.	
	4.	Разработка нестандартной рекламной установки.	
	5.	Визуализация нестандартной рекламной установки.	
	Самостоятельная работа:		17
	1.	Разработать объемно-пространственное решение экспозиции выставки.	
	2.	Создать дизайн-сценарий экспозиции выставки.	
	3.	Подобрать технологии и материалы для экспозиции.	
	4.	Разработка дизайн-проекта экспозиции.	
	5.	Составить сравнительную характеристику экспозиционно-рекламных комплексов для фирм и предприятий, осуществляющих различную деятельность.	
6.	Составить последовательность процесса создания экспозиции для участия в выставке производственной фирмы.		
Тема 1.6 Аудиовизуальные средства рекламы	Содержание		8
	1.	Рекламное видео, реклама на радио, медиа-реклама, интернет-реклама. Особенности аудиовизуальных форм рекламы. Телевидение как особый социальный институт. Методы воздействия телевизионной рекламы на ее потенциального потребителя. Технология создания Интернет-рекламы.	4
	Самостоятельная работа:		4

	1.	Подготовить реферат: производство конкретного аудиовизуального рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и учета требований заказчиков.	
Обязательная аудиторная учебная нагрузка по курсовой работе (проекту)			30
Примерная тематика курсовых работ (проектов)			
Разработка информационно-рекламного комплекса производственного предприятия (торгового предприятия, предприятия сферы услуг), включающего основные формы рекламных услуг и современные виды рекламной продукции.			
Самостоятельная работа при подготовке курсового проекта			30
Подбор материалов и оформление курсового проекта			
Раздел 2.	Компьютерные и мультимедийные технологии в производстве рекламной продукции		
МДК 02.02.	Проектная компьютерная графика и мультимедиа		
			486
Тема 2.1	Содержание		
Основы компьютерной графики.	1.	Программные средства для создания печатного рекламного продукта. Основные понятия и возможности компьютерной графики. Технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации. Интерфейс программы растровой графики Adobe Photoshop. Техника выделения областей изображения. Создание многослойного изображения. Работа со слоями многослойного изображения. Техника рисования в растровой среде. Техника ретуширования. Цветовая и тоновая коррекции изображения. Работа с текстом в программах растровой графики. Эффекты в растровой среде. Выполнение сложного монтажа. Программные средства для создания печатного рекламного продукта. Основные понятия и возможности компьютерной графики. Технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации. Интерфейс программы растровой графики Adobe Photoshop. Техника выделения областей изображения. Создание многослойного изображения. Работа со слоями многослойного изображения. Техника рисования в растровой среде. Техника ретуширования. Цветовая и тоновая коррекции изображения. Работа с текстом в программах растровой графики. Эффекты в растровой среде. Выполнение сложного монтажа.	14
		Семинарское занятие на тему «Основные причины неработающей рекламы».	4
	Самостоятельная работа:		
	1.	знакомство с возможностями и инструментами простейшего растрового редактора;	6
	2.	изучение растровых форматов;	
	3.	изучение растрового представления на устройствах вывода.	
Тема 2.2	Содержание		
Растровая графика	Лабораторные работы:		
	1.	Изучение интерфейса программы Adobe PhotoShop.	20
	2.	Работа с текстом. Создание рекламного блока.	
	3.	Использование кривых. Коррекция тона при помощи уровней. Работа с каналами (цветовые, альфа-каналы). Создание логотипа.	
	4.	Техника выделения. Вырезание объектов с помощью контура.	
	5, 6.	Использование масок. Вырезание с помощью маски. Вырезание надписи из фона. Текст-маски. Создание рекламной листовки.	
	7, 8.	Работа со слоями. Выполнение фотомонтажа из нескольких изображений. Сложная замена фона на фотографии. Создание рекламного постера.	

	9.	Ретуширование фотографий. Разработка календаря.	
	10.	Использование обтравочных масок. Создание тематического рекламного комплекта в едином стиле.	
	Зачётная работа по изготовлению комплекта печатной продукции с помощью инструментов программы Adobe Photoshop.		2
	Самостоятельная работа		
	1.	Знакомство с возможностями и инструментами растрового редактора.	24
	2.	Изучение вариантов коррекции областей.	
	3.	Трансформация содержимого слоя.	
	4.	Создание спецэффектов на слоях.	
	5.	Создание новой кисти.	
	6.	Изучение инструментов ретуширования.	
	7.	Изучение инструментов для работы с текстом.	
	8.	Изучение фильтров и цветовых режимов.	
Тема 2.3 Векторная графика	Содержание		76
	1.	Интерфейс программы векторной графики Corel DRAW. Основные настройки и инструменты. Навыки работы с объектами. Работа с цветом. Способы окрашивания объектов. Создание и редактирования контуров. Специальные эффекты в векторной среде. Создание и уровни редактирования текста. Элементы верстки. Импорт и экспорт изображений, работа с растровыми изображениями. Печать документа. Тестирование.	42
	2.	Семинарское занятие на тему «Рекламная идея в социальной рекламе».	4
	Лабораторные работы:		
	1.	Изучение интерфейса программы Corel DRAW.	22
	2.	Использование инструментов. Рисование векторных объектов.	
	3.	Художественное оформление. Создание стилизованного текста.	
	4.	Рисование кривых. Работа с цветом.	
	5.	Создание и редактирование контуров. Трансформация объектов.	
	6.	Применение фильтров. Графические эффекты.	
	7.	Трассировка растровых изображений.	
	8.	Создание и редактирование простого текста. Создание грамоты.	
	9.	Работа с фигурным текстом. Разработка авторского логотипа, оформление обложки диска.	
	10.	Создание знака для визитной карточки.	
	11.	Разработка рекламного буклета.	
	Самостоятельная работа:		
	1.	Изучение интерфейса и настроек векторного редактора.	8
	2.	Изучение возможностей применения фильтров.	
	3.	Изучение возможностей работы с текстом.	
	4.	Импорт различных растровых изображений.	
Тема 2.4 Создание	Содержание		60
	1.	Создание рекламы с использованием программ векторной и растровой графики.	2

компьютерной графики	2.	Создание сложного графического рекламного продукта с использованием программ векторной и растровой графики. Проектирование и реализация фирменного комплекта печатной рекламы.	24
	3.	Практическая зачётная работа по изготовлению комплекта печатной продукции с помощью инструментов программы Corel DRAW.	2
	Самостоятельная работа:		32
	1.	Выполнение графического рекламного продукта: фирменный комплект печатной рекламы по заданию преподавателя.	
	2.	Изготовление комплекта печатной продукции с помощью графического редактора.	
Тема 2.5 Основные понятия о мультимедиа технологиях	Содержание		10
	1.	Определение понятия «мультимедиа». Состав мультимедийного компьютера. Особенности мультимедиа. Линейное и структурное представление мультимедиа информации. Мультимедиа ресурсы сети Интернет.	6
	Самостоятельная работа:		4
	1.	Знакомство с возможностями сервисных служб сети Интернет.	
Тема 2.6 Прикладное использование мультимедиа	Содержание		10
	1.	Средства создания и обработки изображений. Средства создания и обработки анимации, 2D, 3D-графики. Средства создания и обработки видеозображения (видеомонтаж). Средства создания и обработки звука. Средства создания презентаций.	4
	Самостоятельная работа:		6
	1.	Знакомство со средствами обработки мультимедиа.	
Тема 2.7 Создание flash-анимации.	Содержание		90
	1.	Общая характеристика пакета Macromedia Flash. Интерфейс, инструменты. Встроенные анимационные эффекты. Создание и трансформация графических объектов. Работа с текстовыми блоками. Покадровая анимация, анимация формы, двойного движения.	20
	Лабораторные работы:		48
	1.	Изучение интерфейса программы Macromedia Flash.	
	2.	Создание статических изображений.	
	3, 4.	Работа с текстом.	
	5-7.	Создание покадровой анимации. Автоматическая анимация. Анимированные символы.	
	8, 9.	Анимация со слоем-маской. Цветовые эффекты.	
	10,11.	Создание интерактивных приложений. Фотоальбом.	
	12-14.	Моделирование эффекта освещения букв.	
	15,16.	Моделирование эффекта вспышки.	
	17-19.	Обводка слова лучом лазера.	
	20-22.	Создание ролика из фотоколлекции.	
	23,24.	Работа со звуком.	
Зачётная работа по изготовлению рекламного баннера с помощью инструментов программы Macromedia Flash.		2	

	Самостоятельная работа:	
	1.	Подборка и композиция материалов для занятия.
	2.	Создание персонального звукового фотоальбома авторских фотографий.
Тема 2.8 Создание web-сайта.	Содержание	50
	1.	Аппаратное и программное обеспечение для создания Интернет-рекламы. Типы сайтов. Основные принципы разработки web-узлов. Понятие вёрстки, модульной сетки. Работающая реклама в сети Интернет. Интерфейс программы Macromedia Dreamweaver. Основные настройки и инструменты. Создание шаблона web-страницы. Работа с текстовыми блоками. Вставка изображений и flash-анимации. Создание гиперссылок.
	2.	Семинарское занятие «Продвижение товаров посредством Интернет-сайтов».
	Лабораторные работы:	
	1.	Изучение интерфейса программы Macromedia Dreamweaver.
	2.	Создание шаблона web-страницы.
	3.	Работа с текстовыми блоками.
	4.	Вставка изображений и flash-анимации.
	5.	Создание гиперссылок.
	6-8.	Создание основных блоков web-страницы.
	Самостоятельная работа:	
	1.	Подробное изучение интерфейса Macromedia Dreamweaver.
	2.	Подготовка материалов для создания рекламного продукта.
	3.	Оформление отчётов по ЛР.
Тема 2.9 Продвижение рекламных продуктов с помощью сайтов. Язык разметки страниц средствами HTML	Содержание	120
	1.	Структура документа. Создание заголовков и абзацев. Форматирование текста. Создание списков, различные структуры списков. Элементы управления цветом. Создание гиперссылок. Вставка рисунков в документы. Размещение таблиц и их форматирование. Создание форм с различными управляющими элементами. Форма регистрации, обратной связи. Стилиевые свойства объектов. Оформление внешнего вида web-страниц. Блочная вёрстка. Применение каскадных таблиц стилей (CSS). Тест.
	Лабораторные работы:	
	1.	Создание заголовков. Простейшее форматирование вводимого текста.
	2, 3.	Создание различных типов списков.
	4, 5.	Вставка рисунков и гиперссылок.
	6, 7.	Создание таблицы по индивидуальному заданию.
	8, 9.	Работа с формами.
	10-21.	Создание веб-сайта со стилиевым оформлением.
	Зачётная работа по изготовлению тематического рекламного web-сайта с использованием возможностей HTML, CSS.	
	Самостоятельная работа:	
	1.	Создание страницы для справочной таблицы.
	2.	Разработка макета страницы для создания сложных форм списка с цветным оформлением страницы.

	3.	Подготовка макета таблицы со вставками рисунков и оформлением ячеек таблиц разными способами.	
	4.	Разработка макета страницы со вставками рисунков, их разным размещением по листу.	
	5.	Создание структуры страницы с набором гиперссылок.	
	6.	Оформление отчётов по ЛР.	
Раздел 3.	Создание рекламной продукции с использованием фото- и видеотехнологий.		
МДК 02.03.	Техника и технология рекламной фотографии		324
Тема 3.1 Техника фотосъёмки в рекламе	Содержание		
	1.	Технические средства фотосъёмки в рекламе. Классификация современных фотоаппаратов, их основные технические характеристики. Фотографический объектив, его основные характеристики. Дополнительное оборудование для фотосъёмки, его назначение (светофильтры, бленды, насадки, тросики, штативы, пентапризмы и т.д.). Правила обращения с фотоаппаратом и фотопринадлежностями. Форматы пленок.	8
	2.	Факторы, влияющие на глубину резкоизображаемого пространства: фокусное расстояние объектива, значение диафрагмы и точка наводки на резкость. Влияние фокусного расстояния объектива на передачу перспективы.	4
	3.	Способы и средства определения правильной экспозиции. Экспозиционные параметры. Способы измерения экспозиционных параметров. Определение экспозиции исходя из световых условий съёмки и чувствительности фотопленки. Световые величины. Характеристики освещения. Взаимодействие источников света с объектами освещения. Факторы, влияющие на характеристики солнечного освещения. Способы регулирования фотографического изображения в условиях естественного освещения. Фотосъёмка при искусственном освещении. Особенности освещения при студийной съёмке. Простейшие схемы установки света. Цветные светофильтры. Эффектные светофильтры. Оправа светофильтров. Качество светофильтров. Самодельные светофильтры.	20
	Практические работы:		
	1.	Правила работы с фотоаппаратом.	16
	2.	Дополнительное оборудование для фотосъёмки.	
	3.	Замер экспозиции при разных условиях съёмки.	
	4.	Способы корректировки света. Схемы освещения.	
	5.	Постановка света в зависимости от авторского замысла.	
	6.	Световые акценты.	
	7.	Применение светофильтров в фотографии.	
	Самостоятельная работа:		
	1.	Подготовить таблицу классификации фотоаппаратов	12
	2.	Подготовить таблицу шкал для определения глубины резкости	
	3.	Составить экспозиционную таблицу	
Тема 3.2 Технология фотографии	Содержание		
	1. 1.	Восприятие изображения, организация пространства кадра. Динамичность снимка. Глубина кадра. Определение жанра. Жанровая фотография. Жанр фотоэтюда. Техническая съёмка: репродукционная съёмка, макрофотография, микрофотография, астрофотография, съёмка на документы.	40

	Особенности фотографического пейзажа. Техника пейзажной фотографии. Фокусное расстояние объектива, светофильтры. Светофильтры в пейзажной фотографии. Выразительные средства фотографии при съемке пейзажа: освещение (фронтальное, боковое, контровое), масштаб, перспектива (линейная, тональная). Выразительные средства фотографии при съемке архитектуры и интерьера: правильное воссоздание перспективы путем выбора точки съемки и фокусного расстояния объектива, использование освещения для выявления пластики архитектурных форм и интерьеров.	
2. 2.	Учебный натюрморт. Творческий натюрморт. Техническое оснащение. Подбор реквизита. Особенности освещения. Выразительные средства фотографии при съемке натюрморта. Выбор предмета для натюрморта, композиционное построение предмета и кадра, освещение для выявления формы и фактуры. Этапы формирования, особенности портретной фотографии в историческом контексте. Техническое оснащение в портретной фотографии. Разнообразие портретной фотографии. Освещение в портретной съемке. Выразительные средства при съемке портрета. Выразительные средства для визуальной коррекции недостатков внешности. Выразительные средства фотографии при съемке спортивных состязаний и съёмке движения. Выразительные средства фотографии при съемке животных. Приемы комбинированной съемки. Съемка с зеркалом. Съемка с изменением наклона фотоаппарата. Прием двойного экспонирования кадра. Совмещение разномасштабных объектов. Требования к репортажному снимку. Требования к фотографу. Приемы репортажной съемки. Этика фотографа репортера. Техническое оснащение и особенности репродукционной фотосъемки. Тональные проблемы и способы их решения.	42
	Практические работы:	
1.	Смысловый и изобразительный центр кадра.	
2.	Объект и фон в кадре.	
3.	Ритмический рисунок кадра.	
4.	Передача объемов, перспектива и глубина кадра.	
5.	Динамизм в фотографии.	
6.	Съёмка пейзажа по индивидуальным заданиям.	
7.	Особые условия съемки в неблагоприятных условиях.	
8.	Съёмка архитектуры.	
9.	Съёмка интерьера.	
10.	Съёмка натюрморта по индивидуальным заданиям.	
11.	Съёмка модели с характерными жестами и позами.	
12.	Руки в портрете.	
13.	Портретная съемка при искусственном освещении.	
14.	Потрет в низком ключе.	
15.	Потрет в высоком ключе.	
16.	Портретная съёмка по созданию заданного образа.	
17.	Съёмка движения.	
18.	Съёмка животных для рекламы.	
19.	Комбинированная съёмка для рекламы.	
	Самостоятельная работа:	34
		76

	1.	Выполнить анализ фотографий	
	2.	Произвести сюжетную съемку	
	3.	Съемка жанрового портрета	
	4.	Съемка пейзажа.	
	5.	Съемка интерьера	
	6.	Съемка натюрморта	
	7.	Съемка портрета	
	8.	Спортивная съемка.	
	9.	Съемка животных.	
Тема 3.3 Технологии фотосъемки в рекламе	Содержание		
	1. 1.	Характеристики света и цвета. Восприятие цветов, смешение цветов, гармония цвета. Монохроматический цвет и доминирующий цвет, цветовые акценты. Цветовая температура различных источников света. Сбалансированность цветных материалов. Конверсионные и корректирующие светофильтры. Рекомендации по созданию гармоничных цветных композиций. Цветовой баланс и разбалансировка. Необходимость коррекции цвета. Возможности цифровой цветокоррекции. Проблемы несоответствия цвета на цифровой камере, мониторе компьютера цвету готового отпечатка. Методы устранения этого несоответствия.	28
	Практические работы:		
	1.	Световые периоды съёмочного дня. Меняющееся освещение, приемы использования.	
	2.	Обработка цифровой фотографии.	
	3.	Компьютерный монтаж.	
	4.	Разработка авторского проекта.	24
	5.	Съемка по авторскому проекту.	
	6.	Работа над авторским проектом.	
	7.	Печать цифровой фотографии на принтере.	
	Самостоятельная работа:		
	1.	Подготовить реферат «Эффекты в фотопечати»	20
	2.	Съемка авторского проекта	
	3.	Монтаж фотографии	
Раздел 4			
МДК 02.04.	Техника и технология рекламного видео		288
Тема 4.1 Техника видеосъемки в рекламе.	Содержание		10
	1. 1.	Видеоизображение. Преобразование света в электрический сигнал. Видеосигнал. Видеоформаты. Качество изображения. Цифровой сигнал. Цифровая камера. Цифровая запись. Стандарты сжатия. Форматы записи на диск.	2
	Самостоятельная работа:		
	1.	Нарисовать алгоритм сжатия видео.	8
	2.	Назначение и примеры программ-конверторов видеоформатов.	
Тема 4.2	Содержание		46

Технические средства видеосъемки в рекламе.	1.	Технические средства видеосъемки. Процессы видеосъемки и видеопроекции. Виды видеокамер. Устройство цифровой видеокамеры. Обращение с видеокамерой. Функциональное назначение элементов управления видеокамерой и их грамотное применение. Регулировки ручные и автоматические. Съемка статической и динамической камерами. Техника безопасности при работе с видеокамерой. Управление объективом. Фильтры видеоэффектов. Цветовая температура. Фильтры, корректирующие цветовую температуру. Баланс белого. Видоискатель. Экспозиция. Диапазон контраста. Единообразие экспозиции. Оптическая часть видеокамеры. Диафрагма. Стабилизатор. Фильтры. Угол зрения. Глубина резкости. Трансфокация. Фокус. Камеры с двойным форматом кадра. Выбор оптики, исходя из задач и места видеосъемки. Управление контрастом. Электронные способы управления контрастом. Регулировка экспозиции. Усиление, шумы и чувствительность.	24	
	Практические занятия		6	
	1.			Видеокамера, основные технические характеристики. Классификация видеокамер.
	2.			Правила работы с видеокамерой.
	3.			Пульт управления видеокамерой, основные режимы работы.
	4.			Использование дополнительного оборудования для видеосъемки.
	5.		Неисправности в работе видеокамеры и способы их устранения.	
	Самостоятельная работа:		16	
	1.			Подготовить описание режимов работы и технических характеристик выбранной видеокамеры.
	2.			Сравнить по характеристикам видеокамеры разных производителей.
3.	Дать ответ на вопрос: как проверить исправность видеокамеры при покупке? Какие дополнительные аксессуары приобретаются при покупке видеокамеры?			
4.	Перечислите преимущества и недостатки формата DV видео.			
5.	Объясните разницу «фокусное расстояние» и «светосила объектива».			
Тема 4.3 Технология видеосъемки в рекламе	Содержание		62	
	1. 1.	Техника и технология видеосъемки. Основные правила видеосъемки. План съемки. Кинематографические планы. Структура кадра. Основы композиции. Основные принципы работы с визуальными образами. Изображение пространства. Движение камеры. Управление композицией. Комбинированная видеосъемка. Баланс белого, освещенность кадра, выравнивание кадра по вертикали. Устойчивость камеры при съемке без штатива. План: крупный, средний, общий. Ракурс. Перспектива. Глубина кадра. Понятие "ракурс", его правильный выбор. Особенности видеосъемки человека. Особенности съемки природы. Субъективная камера. Динамическая видеосъемка. Свет. Внутрикадровый монтаж. Монтажная съемка. Режиссерские решения для полноценного раскрытия темы. Видеосъемка в павильоне, в интерьере, на натуре.	20	
	Практические занятия		20	
	1.	Съемочные упражнения: общий, средний, крупный планы.		
	2.	Съемочные упражнения: наезд, отъезд, панорама сопровождения, панорама обозрения.		
	3.	Основные законы композиции кадра.		
	4.	Видеосъемка достопримечательностей.		

	5.	Видеосъемка на натуре.	
	6.	Ракурсная видеосъемка.	
	7.	Видеосъемка человека: общий план.	
	8.	Видеосъемка человека: крупный план.	
	9.	Видеосъемка человека: детали.	
	10.	Видеосъемка в ночных условиях.	
	11.	Композиционная видеосъемка.	
	12.	Спецэффекты при видеосъемке.	
	Самостоятельная работа:		
	1.	Произвести сюжетную съемку.	
	2.	Произвести съемку с использованием символов.	
	3.	Съемка человека.	
	4.	Подготовить реферат «Жанровая видеосъемка».	
	5.	Съемка пейзажа.	
	6.	Съемка интерьера.	
	7.	Панорамная съемка.	
	8.	Спортивная съемка.	
	9.	Съемка животных.	
	10.	Дать ответ на вопросы: Всегда ли нужен план съемки? Что такое «перебивки» и для чего они нужны? В чем заключаются особенности разных видов съемок?	22
Тема 4.4	Содержание		38
Освещение и видеосъемка.	1.	Роль света при проведении видеосъемки. Видеосъемка при искусственном освещении. Характеристики света. Уровни освещенности. Осветительное оборудование для студийного освещения. Общие замечания по использованию искусственных источников света.. Освещение лица. Простейшие схемы установки света. Коррекция света.	20
	Практические занятия		
	1.	Работа с осветительной аппаратурой, постановка света.	
	2.	Выбор и организация освещения при видеосъемках.	
	3.	Видеосъемка при естественном и искусственном освещении в интерьере и на натуре. Оптимальная экспозиция и баланс белого.	4
	Самостоятельная работа:		
	1.	Подобрать материал: закон контраста при построении композиции кадра.	14
	2.	Сравнить характеристики осветительного оборудования разных производителей.	
Тема 4.5	Содержание		44
Техника монтажа	1.	Видеосъемка и монтаж. Видеомонтаж. Технические и программные средства для компьютерной обработки видео. Видеоредакторы. Программы авторинга. Утилиты. Плагины. Программы создания анимаций и спецэффектов. Конверторы и кодеры. Видеопроекторы. Редакторы звука. Мультимедийные возможности ОС Windows. Основные правила монтажа. Внутрикадровый монтаж. Панорама. Переход фокуса. Движение камеры. Монтажная фраза. Понятие покадрового монтажа.	16

	Видеоредактор Pinnacle Studio Plus. Начало работы. Запуск программы. Интерфейс программы. Видеозахват. Цифровой захват. Кодирование видеоданных. Проигрыватель. Режим редактирования. Основные операции с кадрами фильма. Монтаж кадров. Видеоинструментарий. Аудиоинструментарий.	
	Практические занятия	
	1. Мультимедийные возможности ОС Windows. Редактор видеофильмов. Настройки программы. Захват (запись) видео. Редактирование записей. Автомонтаж. Работа с папками мультимедиа.	16
	2. Освоение методики компьютерного монтажа в программе Pinnacle.	
	Самостоятельная работа:	
	1. Подготовить ответы на вопросы: Какие видеоформаты поддерживает программа Pinnacle? Каковы параметры видеосигнала высокой четкости? Каковы особенности видеозахвата в Pinnacle по сравнению с другими видеоредакторами?	12
	2. Приведите особенности DV и MPEG кодирования.	
	3. Нарисуйте алгоритм подготовки к захвату видео.	
	4. Выполните компьютерный монтаж одного и того же видеосюжета в редакторе Pinnacle и в	
	5. другом редакторе. Опишите разницу в технологии монтажа.	
Тема 4.6 Использование дополнительных видеоэффектов	Содержание:	36
	1. Добавление и удаление эффектов. Настройка эффектов по шаблонам. Статичная и ключевая настройка параметров видеоэффектов. Примеры видеоэффектов. Надписи для видеофильмов. Создание титров и заставок. Редактор титров. Создание и редактирование меню видеодиска. Особенности использования на видеодорожках неподвижных изображений.	20
	Практические занятия	
	1. Создание видеоэффектов.	8
	2. Создание и сохранение титров. Использование шаблонов для титров. Анимация титров. Создание титров «Бегущая строка» и «Прокрутка». Настройка режимов прозрачности титров	
	3. Практическое создание и редактирование меню видеодиска.	
	Самостоятельная работа:	
	1. Приведите примеры видеоэффектов в Pinnacle Studio.	8
	2. Создание титров с помощью Adoba Photoshop.	
	3. Создание на базе неподвижных изображений слайд-шоу.	
Тема 4.7 Озвучивание видеофильмов	Содержание:	20
	1. Звуковое сопровождение видеофильмов. Природа звука. Характеристики звука. Цифровой звук. Основные форматы записи звука. Основной набор аппаратуры для работы со звуком. Запись звука при натуральных съемках. Уровни звука. Стереозвук. Монтаж звук в программе Pinnacle. Линия времени для аудиодорожек. Регулировка громкости звука. Регулятор баланса звука. Техника работы с микрофоном. Создание музыкальной дорожки к фильму. Использование нескольких звуковых дорожек. Использование звуковых эффектов.	8
	Практические занятия	
	1. Создание аудиодорожек различного типа: синхронной с видео, связанной с наложенным видео.	6
	2. Создание музыкального сопровождения для слайд-шоу из неподвижных изображений.	

	3.	Использование звуковых эффектов в видеофильме.	
	4.	Создание музыкальной дорожки к фильму.	
	Самостоятельная работа:		
	1.	Подготовьте ответы на вопрос: с какими звуковыми форматами работают различные видеоредакторы?	6
	2.	Подберите материал: возможности других программ редактирования звука на компьютере: их назначение, особенности, достоинства и недостатки.	
Тема 4.8 Работа с файлом видеофильма.	Содержание:		24
	1.	Запись готового фильма на носитель информации: видеокассету, жесткий МД, DVD. Технология работы в программе Pinnacle. Выбор формата файла. Запись готового фильма. Воспроизведение готового фильма на компьютере. Особенности просмотра и декодирования видео на ПК. Обзор современных видеокодеков. Компьютерные видеоплееры. Видеопроекторы.	14
	Практические занятия		
	1.	Запись готового проекта на носитель информации.	4
	2.	Настройка видеопросмотра на ПК.	
	Самостоятельная работа:		
	1.	Подготовьте ответы на вопрос: гигиена компакт-дисков, как определить формат видеозаписи: Какой кодек лучше и почему? Как правильно подключить субтитры?	6
	2.	Выполните вывод видео для сотового телефона.	
	3.	Изготовьте наклейки для компакт дисков и видеокассет, вкладыш в коробку и обложку для DVD – диска.	
Тема 4.9 Режиссура рекламного видео	Содержание учебного материала:		8
	1. 1.	Сценарий. Основы видеорежиссуры. Основные стадии работы над фильмом. Подготовительный период. Съёмочный период. Видеомизансцена. Композиция кадра. Оформление сценария. Литературный сценарий рекламного фильма. Режиссерский сценарий рекламного фильма. Раскадровка, как третий вид сценария. Выбор аппаратуры. Выбор персонажей. Составление съёмочного графика. Съёмочный период. Монтаж. Виды монтажа рекламного фильма. Приемы создания дикторского текста. Звуковой монтаж. Заглавные титры. Получение копии фильма.	4
	Самостоятельная работа:		
	1.	Замысел неигрового и игрового фильма.	4
	2.	Заявка на видеофильм.	
	3.	Сценарий видеофильма.	
	4.	Этапы работы над видеофильмом.	
Учебная практика			72
Виды работ: Подбор необходимых рекламных материалов для создания рекламного продукта. Подбор необходимого рекламного оборудования для создания рекламного продукта. Создание ручного оригинал - макета рекламного продукта. Эскиз. Процесс утверждения оригинал- макета Графическое оформление рекламного продукта Работа с текстом, работа с иллюстрациями			72

<p>Верстка Выполнение фотосъемки Выполнение видеосъемки Создание электронной версии оригинал – макета Утверждение электронного оригинал-макета рекламного продукта Процесс предпечатной подготовки рекламного продукта Обоснование выбора материалов и оборудования для предпечатной подготовки Выбор материалов для процесса печати Выбор оборудования для процесса печати Выбор материалов для послепечатного процесса Создание сценария видеоролика (раскадровка) Выбор оборудования для послепечатного процесса Создание макетов рекламного листка и брошюры.</p>	
Производственная практика (по профилю специальности)	216
<p>Виды работ: Изучение видов и направлений рекламной деятельности предприятия, номенклатуры изготавливаемой рекламной продукции, номенклатурой используемых при изготовлении рекламной продукции оборудования и материалов. Выбор материалов, применяемых в рекламном производстве, возможностей их обработки; видов шрифтовых гарнитур и шрифтовой графики для рекламного продукта. Выбор оборудования, применяемого для изготовления рекламной продукции на предприятии. Схематичное изображение технологического процесса изготовления рекламной продукции на предприятии, в том числе и мультипрезентационное Разработка проекта изготовления рекламного продукта на основании рациональных рекламных стратегий в соответствии с потребностями предприятия. Визуализация рекламного продукта.</p>	216
Всего:	1746

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)

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы профессионального модуля предполагает наличие учебных кабинетов: кабинет проектирования рекламного продукта; лабораторий: учебная лаборатория информационных и коммуникационных технологий, учебная лаборатория компьютерного дизайна, учебная лаборатория компьютерной графики и видеомонтажа, фотолаборатория, багетная мастерская, мини-типография.

Оборудование кабинета и лаборатории в соответствии с Распоряжением декана факультета СПО №1-СПО-5/17 от 07.03.2017 г.

Реализация программы модуля предполагает обязательную учебную и производственную практику. Учебная практика проводится в кабинетах проектирования рекламного продукта; лабораториях: учебная лаборатория информационных и коммуникационных технологий, учебная лаборатория компьютерного дизайна, учебная лаборатория компьютерной графики и видеомонтажа, фотолаборатория, багетная мастерская, мини-типография.

Производственная практика проводится концентрированно на предприятиях и в организациях по профилю специальности под руководством преподавателей, осуществляющих преподавание профессионального модуля.

4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Барышников, А. П. Перспектива : учебник / А. П. Барышников. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 178 с.
2. Боресков, А. В. Компьютерная графика : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. В. Боресков, Е. В. Шикин. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 219 с.
3. Домнин, В. Н. Брендинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. Н. Домнин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 493 с.
4. Инженерная 3D-компьютерная графика в 2 т. Том 2 : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. Л. Хейфец, А. Н. Логиновский, И. В. Буторина, В. Н. Васильева ; под редакцией А. Л. Хейфеца. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 279 с.

5. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 431 с.
6. Колышкина, Т. Б. Основы рекламы: реклама в местах продаж : учебное пособие для среднего профессионального образования / Т. Б. Колышкина, И. В. Шустина, Е. В. Маркова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 222 с.
7. Основы дизайна и композиции: современные концепции : учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. Э. Павловская [и др.] ; ответственный редактор Е. Э. Павловская. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 119 с.
8. Пименов, В. И. Видеомонтаж. Практикум : учебное пособие для среднего профессионального образования / В. И. Пименов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 159 с.
9. Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 514 с.
10. Самарин, Ю. Н. Полиграфическое производство : учебник для среднего профессионального образования / Ю. Н. Самарин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 503 с.

Дополнительные источники:

1. Селезнева, Л. В. Написание рекламных текстов : учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. В. Селезнева. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 159 с.
2. Сергеев, Е. Ю. Технология производства печатных и электронных средств информации : учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. Ю. Сергеев. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 227 с.
3. Трищенко, Д. А. Техника и технологии рекламного видео : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Д. А. Трищенко. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 177 с.
4. Цифровые технологии в дизайне. История, теория, практика : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. Н. Лаврентьев [и др.] ; под редакцией А. Н. Лаврентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 208 с.

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Освоению данного модуля должны предшествовать дисциплины из общего гуманитарного и социально-экономического, математического и естественнонаучного, профессионального циклов, таких как: «История рекламы», «Математика», «Информатика», «Рисунок с основами перспективы», «Живопись с основами

цветоведения», «История изобразительного искусства» и профессионального модуля ПМ.01 «Разработка и создание дизайна рекламной продукции».

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Обучение по профессиональному модулю обеспечивается педагогическими кадрами, имеющими высшее образование, соответствующее профилю преподаваемого междисциплинарного курса, а также имеющими опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы. Преподаватели получают дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

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

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	<ul style="list-style-type: none"> – разработка технологии изготовления рекламной продукции; – выбор различных инструментов, оборудования, материалов, изобразительных средств для изготовления рекламной продукции; 	Текущий контроль в форме защиты практических работ; выполнения контрольных работ по темам МДК; выполнения индивидуальных творческих заданий по темам МДК;
ПК 2.2. Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии	<ul style="list-style-type: none"> – грамотно строить проектную работу от идеи до воплощения; – проектировать все основные виды рекламной продукции – профессионально выполнять проект на стадии эскизирования; – применять в процессе проектирования современные технологии (компьютерные, фотосъемку и др.) – работать в группе, выполняя комплексные проектные задачи; 	тестирования по темам МДК. Зачет по производственной практике по соответствующим разделам профессионального модуля.
ПК.2.3. Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале	<ul style="list-style-type: none"> – разработка композиционного решения рекламного продукта; – использование выразительных и художественно-изобразительных средств при моделировании в рекламе; – профессионально выполнять проект на стадии визуализации; 	Промежуточная аттестация в форме: <ul style="list-style-type: none"> – Дифференцированного зачета; – экзамена, – защиты курсовой работы. Экзамен квалификационный по профессиональному модулю

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общих компетенций и обеспечивающих их умений.

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.	<ul style="list-style-type: none"> – Активность и глубина изучения предмета профессиональной деятельности; – представление о месте роли специалиста по рекламе в профессиональной деятельности; – познавательный интерес к будущей профессиональной деятельности; – текущее проецирование жизненной биографии на профессиональную карьеру. 	Показатели текущего и рубежного контроля. Обзор информации о профессии из различных источников. Составление характеристики потребности рынка труда. Составление резюме.
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	<ul style="list-style-type: none"> – Обоснованность планирования учебной и профессиональной деятельности; – демонстрация организации рабочего места в соответствии с нормативами и требованиями; – соответствие результата эталону (стандартам, образцам, алгоритму, условиям, требованиям или ожидаемому результату). 	Показатели текущего и рубежного контроля Экспертное наблюдение и оценка на практических и лабораторных занятиях, при выполнении работ по учебной и производственной практике
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	<ul style="list-style-type: none"> – Четкое понимание (формулировка) вероятных последствий принимаемого решения для себя и окружающих; – обоснованность выбора вариантов решения, в том числе в ситуации, не изучавшейся в процессе обучения; – готовность к достижению поставленных целей выбранных с учетом 	Экспертное наблюдение и оценка на практических и лабораторных занятиях, при выполнении работ по учебной и производственной практике

	осознаваемых последствий, принятие решения.	
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	<ul style="list-style-type: none"> – Полнота охвата информационных источников; – скорость нахождения и достоверность информации; – обоснованность выбора информационных источников для определения способа достижения цели; – достижение цели с минимальными ресурсозатратами и максимальным качеством; – обновляемость и пополняемость знаний, влияющих на результаты учебной и производственной деятельности. 	
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	<ul style="list-style-type: none"> – Обоснованность выбора ИКТ с учетом профессиональной специфики; – уменьшение материальных затрат и количества времени, затраченного на достижение цели и исправление допущенных ошибок; – готовность к освоению и применению в учебной и профессиональной деятельности. 	
ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	<ul style="list-style-type: none"> – Осознание своей ответственности за результат коллективной, командной деятельности, готовности к сотрудничеству, использованию опыта коллег; – отсутствие негативных отзывы со стороны коллег, руководства, потребителей. 	Экспертное наблюдение и оценка на практических и лабораторных занятиях, при выполнении работ по учебной и производственной практике.

<p>ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Проявление ответственности за работу подчиненных; – проявление ответственности за результат выполнения заданий. 	
<p>ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.</p>	<p>Обоснованность выбора путей и способов повышения личностного и квалификационного уровня.</p>	
<p>ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.</p>	<p>Проявление интереса к инновациям в области профессиональной деятельности.</p>	
<p>ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.</p>	<p>Владение основами предпринимательской деятельности в области рекламы.</p>	<p>Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью студента в процессе освоения программы профессионального модуля. Выполнение рефератов, заданий для самостоятельной работы,</p>
<p>ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.</p>	<p>Стремление овладеть знаниями дисциплин гуманитарного и социально-экономического, математического и естественнонаучного циклов.</p>	<p>исследовательской творческой работы; заданий учебной практики.</p>

Аннотация

Профессиональный модуль **ПМ.02 «Производство рекламной продукции»** является частью образовательной программы среднего профессионального образования (СПО) - программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 «Реклама» в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД) Производство рекламной продукции

Профессиональный модуль нацелен на формирование у обучающегося общих компетенций:

- 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 основам предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.
- ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.

профессиональных компетенций:

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

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 рекламной продукции;
- 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.

Преподавание профессионального модуля предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, семинары, самостоятельная работа обучающегося, курсовое проектирование.

Программой профессионального модуля предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости, промежуточная аттестация по МДК.02.01

«Выполнение рекламных проектов в материале» в форме дифференцированного зачета в 6 семестре, экзамена в 7 семестре; по МДК МДК.02.02 «Проектная компьютерная графика и мультимедиа» в форме дифференцированного зачета в 4,5,6 семестре, экзамена в 7 семестре, дифференцированного зачета по учебной практике в 6 семестре, дифференцированного зачета по производственной практике (по профилю специальности) в 7 семестре; комплексного экзамена по профессиональному модулю.

Общая трудоемкость освоения профессионального модуля составляет 1746 часов.