

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Загвоздина Любовь Сергеевна

Должность: Директор

Дата подписания: 14.09.2023 22:45:06

Уникальный программный ключ:

8ea9eca0be4f6fdd53da06ef676b3f826e1460eb

Министерство образования и науки Челябинской области
Автономная некоммерческая организация профессионального образования
«Челябинский колледж Комитент»
(АНОПО «Челябинский колледж Комитент»)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.02 ПРОИЗВОДСТВО РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ

Специальность: 42.02.01 Реклама

Квалификация выпускника: Специалист по рекламе

на базе среднего общего образования

Рабочая программа профессионального модуля ПМ.02 Производство рекламной продукции разработана на основе федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама(утв. приказом Министерства образования и науки РФ от 12 мая 2014 г. N 510)

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании цикловой методической комиссии дисциплин дизайна и рекламы, протокол № 10 от 28.05.21 г.

Автор-составитель: Бикоева О.А., к.п.н., председатель ЦМК дисциплин дизайна и рекламы

Согласовано с представителем работодателя:

ООО «St.Art», директор

Д.М. Хохряков

СОДЕРЖАНИЕ

1. Общая характеристика рабочей программы профессионального модуля 4
2. Структура и содержание профессионального модуля 7
3. Условия реализации программы профессионального модуля 16
4. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля 17

1. Общая характеристика рабочей программы профессионального модуля ПМ.02 Производство рекламной продукции

1. Место профессионального модуля в структуре образовательной программы

Профессиональный модуль ПМ.02 Производство рекламной продукции является обязательной частью профессионального цикла образовательной программы специальности 42.02.01 Реклама.

2. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

В результате освоения профессионального модуля ПМ.02 Производство рекламной 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;

уметь:

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

знать:

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

В результате освоения профессионального модуля ПМ.02 Производство рекламной продукции обучающийся должен освоить основной вид деятельности: Производство рекламной продукции и соответствующие ему общие и профессиональные компетенции:

Общие компетенции (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.

Профессиональные компетенции (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.

Личностные результаты(ЛР):

Необходимость самообразования и стремящийся к профессиональному развитию по выбранной специальности.	ЛР 22
Иметь базовую подготовленность к самостоятельной работе по своей специальности на уровне специалиста с профессиональным образованием	ЛР 23
Открытость к текущим и перспективным изменениям в мире труда и профессий.	ЛР 24
Активно применять полученные знания на практике.	ЛР 25

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Структура профессионального модуля ПМ.02 Производство рекламной продукции

Коды профессиональных общих компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Суммарный объем нагрузки, час.	Объем профессионального модуля, час.									
			Работа обучающихся во взаимодействии с преподавателем							Консультации, час.	Самостоятельная работа, час.	Экзамен по профессиональному модулю, час.
			Обучение по МДК			Практическая подготовка						
			Всего час.	В том числе		Лаб. раб./ практические занятия	Учебная час.	Производственная (по профилю специальности) час.				
Лаб. раб./ практические занятия	Курсовых работ											
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
ОК 1-11, ПК 2.1-2.3, ЛР 22-25	МДК 02.01 Выполнение рекламных проектов в материале	228	228	66	20	66					76	
	МДК.02.02 Проектная компьютерная графика и мультимедиа	276	276	92		92					92	
	МДК 02.03 Техника и технологии рекламной фотографии	324	324	108		108					108	
	МДК 02.04 Техника и технологии рекламного видео	322	322	108		108					106	
	УП.02 Учебная практика	72						72				
	ПП.02 Производственная практика(по профилю специальности)	216							216			
	ПМ.02.ЭК Экзамен по профессиональному модулю											
Всего:		1438	1150	374	20	374	72	216		382		

3.1. Содержание обучения по профессиональному модулю ПМ.02 Производство рекламной продукции

Наименование разделов профессионального модуля и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов	В форме практической подготовки	Осваиваемые элементы компетенций и личностные результаты
1	2	3	4	5
МДК 01. Выполнение рекламных проектов в материале				
Тема 1.1. Дизайн в рекламе	Содержание учебного материала	32		ОК 1-11, ПК 2.1-2.3, ЛР 22-25
	Виды печатной продукции. Многостраничные издания, буклеты, листовки, брошюры, визитки и т.д. Современные виды печати. Офсетная, цифровая, трафаретная, широкоформатная и др. Технологические процессы печати, их преимущества и недостатки. Значение допечатной подготовки макета. Новые технологии проектирования и производства печатной продукции.	16		
	Практические занятия	16	16	
Анализ современных видов печати и подбор технологий Подбор материалов и компоновка Контрольная работа по теме: «Печатная рекламная продукция»				
Тема 1.2 Реклама торгового предприятия	Содержание учебного материала	32		ОК 1-11, ПК 2.1-2.3, ЛР 22-25
	Комплексное решение рекламы торгового предприятия Бренд бук. Выбор рекламных носителей в зависимости от целевой аудитории Функциональные особенности и роль фасадной рекламы. Понятие фасадной рекламы. Основные виды фасадной рекламы. Вывески, растяжки, баннеры, штендеры и т.д. Визуализация рекламной идеи. Способы визуализации рекламных идей, последовательность визуализации. Современные программные средства визуализации. Классические средства визуализации Технологические возможности и современные материалы, используемые для оформления витрин. Создание композиций для витрин. Использование декоративных материалов в рекламных целях (сухоцветы, искусственные цветы, текстиль, пленка, пластик и т.д.). Сезонность композиций. Значение света в витрине	16		
	Практические занятия	16	16	
Составить ситуационный план и функциональное зонирование рекламы. Анализ аналогов и прототипов витрин. Проектирование витринных конструкций.		1		

	Контрольная работа по теме: «Реклама торгового предприятия».			
Тема 1.3 Объемно-пространственные рекламные конструкции	Содержание учебного материала	20		ОК 1-11, ПК 2.1-2.3, ЛР 22-25
	Виды объёмно-пространственных рекламных конструкций. Вывески, билборды, штендеры, нестандартные рекламные конструкции и т.д. Конструктивные особенности наружной рекламы. Особенности проектирования конструкций наружной рекламы. Учет эксплуатационных особенностей и нагрузки на объект Материалы и технологии изготовления экспозиционных конструкций. Пластики, композитные материалы, самоклеющиеся пленки и т.д. Светотехнические средства, способы их применения. Люминесцентные лампы, неон, светодиоды и т.д. Их особенности, способы применения Кинетические устройства и их применение. Виды. Способы применения в рекламе Возможности электронных технологий. Способы распространения. Тенденции развития	10		
	Практические занятия	10	10	
	Виды объёмно-пространственных рекламных конструкций. Вывески, билборды, штендеры, нестандартные рекламные конструкции и т.д. Конструктивные особенности наружной рекламы. Особенности проектирования конструкций наружной рекламы. Учет эксплуатационных особенностей и нагрузки на объект Материалы и технологии изготовления экспозиционных конструкций. Пластики, композитные материалы, самоклеющиеся пленки и т.д. Светотехнические средства, способы их применения. Люминесцентные лампы, неон, светодиоды и т.д. Их особенности, способы применения Кинетические устройства и их применение. Виды. Способы применения в рекламе Возможности электронных технологий. Способы распространения. Тенденции развития Контрольная работа по теме: «Объемно-пространственные рекламные конструкции».			
Тема 1.4 Реклама товарной продукции. Рекламная упаковка	Содержание учебного материала	20		ОК 1-11, ПК 1.1-1.5, ЛР 9, ЛР 22-25
	Виды и качественные различия упаковок. Значение упаковки в продвижении товара. Проектирование упаковки. Современные технологии, материалы изготовления упаковочной продукции. Бумага, картон, синтетические материалы и т.д. технологии изготовления упаковки.	10		
	Практические занятия	10	10	
	Анализ аналогов и прототипов упаковки Подобрать технологии и материалы для разрабатываемого проекта Разработать конструкцию упаковки Создать развертку Контрольная работа по теме: «Реклама товарной продукции».			

Курсовая работа	<p>Примерный перечень тем курсовых работ:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.Разработка и технология производства сувенирной рекламы 2.Практические технологии фоторекламы и их основные функции 3.Технологии разработки слогана 4.Художник - дизайнер, художник - иллюстратор, художник - оформитель и их функции в рекламе 5.Производство рекламного продукта для сети Интернет 6.Разработка и технология создания рекламной листовки 7.Методы разработки рекламного баннера в Интернете 8.Разработка и технология производства рекламной афиши 9.Методы создания фирменного стиля 10.Художественный дизайн в рекламе 11.Эффективность рекламного продукта и лояльность потребителей 12.Разработка и технология создания рекламной листовки 13.Методы разработки рекламного баннера в Интернете 14.Разработка и технология производства рекламной афиши 15.Технологии разработки слогана 16.Художник - дизайнер, художник - иллюстратор, художник - оформитель и их функции в рекламе 17.Производство рекламного продукта для сети Интернет 18.Разработка и технология производства сувенирной рекламы 19.Практические технологии фоторекламы и их основные функции 20.Создание рекламного слогана 21.Методы конструирования упаковки 22.Разработка и технология производства рекламного календаря 23.Разработка и технология производства рекламного баннера 24.Особенности технологии монтажа наружной рекламы 25.Основы операторского искусства и сценарного мастерства 	20		ОК 1-11, ПК 1.1-1.5, ЛР 9,ЛР 22-25
Тема 1.5. Экспозиционная реклама	<p>Содержание учебного материала</p> <p>Экспозиционно-рекламные комплексы, их роль и задачи. Рекламные экспозиции, их значение для продвижения организации. Виды экспозиций.</p> <p>Последовательность процесса создания экспозиции. Определение цели экспозиции, создание концепции, учет площадей, создание схемы, оформление экспозиции.</p> <p>Типовые стендовые конструкции. Мобильные презентационные столы, мобильные стенды и т.д.</p> <p>Современные материалы и технологии изготовления экспозиций. Современные синтетические материалы. Декоративные материалы: сухоцветы, ткани, искусственные</p>	14		ОК 1-11, ПК 2.1-2.3, ЛР 22-25
		7		

	<p>цветы, пиццы, насекомые и т.д. Свет и цвет в рекламной экспозиции. Значение света в экспозиции, комплексное и точечное освежение. Выбор цвета при создании экспозиции.</p>			
	Практические занятия	7	7	
	<p>Анализ аналогов и прототипов экспозиций. Подобрать технологии и материалы для экспозиции. Разработать конструктивные элементы экспозиции. Контрольная работа по теме: «Экспозиционная реклама».</p>			
Тема 1.6. Реклама на транспорте	Содержание учебного материала	90		ОК 1-11, ПК 2.1-2.3, ЛР 22-25
	<p>Целесообразность размещения рекламы на транспортных средствах. История возникновения рекламы на транспорте. Современные технологии реализации проекта. Бортовая реклама, реклама в чехлах, проекционная реклама и т.д. материалы и способы использования.</p>	7		
	Практические занятия	7	7	
	<p>Создать проект обтяжки на транспорте Визуализировать продукт рекламы на транспорте. Контрольная работа по теме: «Реклама на транспорте».</p>			
	Самостоятельная работа учащихся	76		
	<p>Самостоятельная работа при изучении Раздела. Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и профессиональной литературы: составление опорного конспекта; изучение нормативных документов; подготовка рефератов, докладов; разработка электронных учебных материалов. Подготовка к практическим с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ, отчетов и подготовка к их защите. Создать вывеску. Подготовить обзор аналогов упаковки. Конструировать и подобрать технологию. Выполнить компоновку элементов наружной рекламы. Подготовить обзор аналогов витрин. Выполнить расчет экономических показателей. Разработать проект и подобрать материалы. Подготовить обзор выбора способа печати. Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы: Особенности создания упаковочной коробки. Фасад, его цветовое решение. Приемы работы над вывеской.</p>			

	Упаковки, виды, особенности. Компоновка элементов наружной рекламы. Функции и значение витрин.			
Промежуточная аттестация	Дифференцированный зачет			ОК 1-11, ПК 2.1-2.3, ЛР 22-25
МДК. 02.02 Проектная компьютерная графика и мультимедиа				
Тема 2.1 Основы компьютерной графики.	Содержание учебного материала	32		ОК 1-11, ПК 2.1-2.3, ЛР 22-25
	История компьютерной графики. Векторная и растровая графика. Причины возникновения компьютерной графики. Виды комп. графики. Особенности векторной и растровой графики. Виды графических программ. Сходства и различия векторной и растровой графики. Рабочая среда и элементы интерфейса CorelDRAW. Перечень основных инструментов. Запуск программы. Вход и выход из программы. Лист. Страница. Формат. Рабочая область. Параметры программы и т.д. Ключевые термины графической программы. Перечень и объяснение основных действий в программе. Перечень и объяснений основных инструментов в программе и т.д. Форматы графических файлов. Определение понятия «расширение файла». Собственные форматы Corel Graphics. Файловые форматы поддерживающие CorelDRAW.	16		
	Практические занятия	16	16	
	Анализ аналогов векторной и растровой графики. Рассмотреть основные инструменты графических программ.			
Тема 2.2 Графический редактор CorelDRAW	Содержание учебного материала	32		ОК 1-11, ПК 2.1-2.3, ЛР 22-25
	Основные приемы работы в графическом редакторе CD. Демонстрация особенностей программы. Общий вид программы. Состав программы. Демонстрация расположение панелей, вкладок и инструментов. Рабочее окно программы. Запуск программы. Рабочая область. Параметры основных команд. Построение простых геометрических форм. Базовые графические фигуры. Трансформация и изменение положения объектов. Изучение однородной заливки. Создание из геометрических примитивов (эллипс, прямоугольник, многоугольник) фигурок животных. Пересохранение информации. Изменение объектов в программе. Растяжение. Сжатие изображения. Поворот. Копирование (клонирование). Перенос изображения. Наложение объектов друг на друга (работа со слоями). Группировка. Разгруппировка. Знакомство с интерактивными	16		

	<p>кнопками. Линии, кривые и операции над ними. Особенности работы с инструментами творчества. Создание закрытых и открытых контурных объектов. Корректировка векторами созданных объектов. Разработка полиграфической продукции. Современные открытки. Поздравительные открытки. Рекламные открытки. Имиджевые открытки. Открытки ручной работы.</p>			
	Практические занятия	16	16	
	<p>Создать из геометрических примитивов (эллипс, прямоугольник, многоугольник) фигурок животных. Применение векторов на элементарные примитивы. Создание композиций «Цветы». Разработать абстрактную графическую композицию, используя команду «интерактивное выдавливание». Векторизировать рисунок (фотографию). Разработать тематическую открытку.</p>			
Тема 2.3. Составляющие и функциональные носители корпоративного /фирменного/ стиля.	Содержание учебного материала	32		ОК 1-11, ПК 2.1-2.3, ЛР 22-25
	<p>Шрифт. История развития шрифтов. Краткая история развития шрифта в России и за рубежом. Составляющие шрифта. Основные составляющие шрифта. Кегль. Базовая линия. Начертание. Кернинг и трекинг и т.д. Шрифт в дизайне. Сочетание шрифтов на странице. Типы шрифтов: старый стиль; современный шрифт; египетский шрифт и т.д. Значение цвета в композиции. Фундаментальные принципы цвета. Цветовые модели и взаимодействия. Психологическое восприятие цвета. Управление цветом в графическом редакторе CD. Цветовые модели CMYK и RGB. Корректировка цвета в программе. Дополнительные палитры и т.д. Композиционные правила оформления проекта. Основные правила оформления графических листов: контраст; повтор; выравнивание; приближенность.</p>	16		
	Практические занятия	16	16	
	<p>Разработать шрифтовую композицию. Откорректировать созданные рисунки по цвету.</p>			
Тема 2.4 Работа с растровыми изображениями	Содержание учебного материала	25		ОК 1-11, ПК 2.1-2.3, ЛР 22-25
	<p>Растровые изображения в разработке рекламного продукта. Способы получения растровых изображений. Клипарты, способы использования. Примеры рекламных проектов. Элементарная корректировка фото. Перенос растрового изображения в графический</p>	10		

	<p>редактор. Определение разрешения изображения. Показ основных команд коррективы.</p> <p>Использование эффектов и дополнительной программы Corel Photo-Paint. Способы запуска растрового редактора. Интерфейс программы. Инструментарий программы. Основные команды программы. Команды нанесения эффектов на изображение. Применение эффектов к тексту.</p>			
	Практические занятия	15	15	
	<p>Произвести коррекцию фото.</p> <p>Создать фотоколлаж.</p> <p>Разработать рекламный модуль.</p>			
Тема 2.5 Компьютерная подготовка рекламных печатной продукции.	Содержание учебного материала	35		ОК 1-11, ПК 2.1-2.3, ЛР 22-25
	<p>Размер и формат. Листовки. Виды брошюр. Выбор размера печатного продукта. Определение формата по значению информации.</p> <p>Сетка и поля. Пропорции полей. Значение сетки и способы работы по сетке. Стили верстки. Симметричный вид верстки. Ассиметричный вид верстки. Смещение двух стилей. Примеры всех видов верстки.</p> <p>Направляющие и привязки для формирования объекта. Значение выравнивание объектов. Направляющие. Размеры страниц. Расположение страниц и т.д.</p> <p>Графические программы для верстки многостраничной печатной продукции. Современные программы для верстки. Многостраничные документы. Круговой набор текста. Кадрирование и наклоны и т.д.</p> <p>Программы для дизайна и издательского дела. Основные программы: Photohop; Illustrator; InDesign и т.д.</p> <p>Сканирование изображений. Устройства сканирования изображений. Способы сканирования. Значение качества сканируемого изображения, изменение разрешения сканирования. Элементарная коррекция изображения в программе приложения сканера.</p> <p>Подготовка изображения к процессу широкоформатной печати. Подготовка к печати изображения, подготовленного в векторном редакторе. Подготовка к печати изображения, подготовленного в растровом редакторе. Коррекция цвета готового изображения.</p>	20		
	Практические занятия	15	15	
	<p>Поэтапно создать рекламный полиграфический продукт. Выбрать тему проекта.</p> <p>Предварительная разработка эскизов.</p> <p>Визуализировать рекламный проект.</p> <p>Оформить проект.</p>			
Тема 2.6	Содержание учебного материала	20		ОК 1-11,

Презентации в рекламе	Мультимедийные презентации, разновидности. Возникновение презентаций. Типы презентаций: интерактивные; неинтерактивные. Виды презентаций: имиджевая мультимедийная презентация, мультимедийный каталог товаров и услуг, презентация для корпоративных документов, мультимедийный рекламный ролик, мультимедийная поздравительная открытка, виртуальный тур, мультимедийная презентация Power Point, мультимедийная меню-презентация.	14		ПК 2.1-2.3, ЛР 22-25
	Практические занятия	6	6	
	Составить список современных прикладных программ для создания презентаций, составить краткую характеристику каждой. Определить общую структуру презентаций. Изучить алгоритм работы в программе Microsoft Office PowerPoint. Изучить применение Звуков и эффектов. Определить значимость динамического изображения в презентации. Уметь использовать презентации при защите рекламного проекта. Поэтапно разработать презентацию в программе Microsoft Office PowerPoint. Определение темы и структуры презентации. Собрать и обработать материал для презентации. Создать тематическую презентацию. Применить эффекты в презентации. Создать мини-презентацию с использованием видеоматериалов и звука.			
Тема 2.7 Основы создания веб-страницы.	Содержание учебного материала	4		ОК 1-11, ПК 2.1-2.3, ЛР 22-25
	Практические занятия	4	4	
	Изучить понятие Интернет, его значение в современной жизни. Изучить особенности поисковых систем. Браузеры. Изучить особенности рекламы в интернете. Определить применение компьютерной графики в создании веб-страницы. Дать определение, что такое «гипертекстовый документ». Разработать и создать веб-страницу.			
Тема 2.8 Создание сайтов. Веб-дизайн	Содержание учебного материала	4		ОК 1-11, ПК 2.1-2.3, ЛР 22-25
	Практические занятия	4	4	
	Изучить основные виды сайтов. Изучить основы HTML. Ознакомиться с редакторами сайтов. Определить дополнительные возможности создания веб-страниц. Изучить основы веб-дизайна. Изучить процесс размещения, «раскрутки» и поддержки сайта в сети. Хостинг.			

	<p>Определить основные этапы проектирования сайта. Разработать сайта с наличием нескольких страниц.</p>			
	<p>Самостоятельная работа учащихся</p>	92		
	<p>Самостоятельная работа при изучении раздела 2</p> <p>1 Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и профессиональной литературы: составление опорного конспекта; изучение нормативных документов; подготовка рефератов, докладов; разработка электронных учебных материалов.</p> <p>2 Подготовка к практическим с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ, отчетов и подготовка к их защите.</p> <p>3. Самостоятельное изучение графических программ.</p> <p>3.1.векторизация объектов;</p> <p>3.2.подготовка к созданию тематической открытки;</p> <p>3.3.поиск и краткий анализ лучших многостраничных рекламных изданий;</p> <p>3.4.разработка мини-композиции с использованием команд «Преобразования»;</p> <p>3.5.разработка личной визитки.</p> <p>3.6.применение эффектов на готовые фотографии;</p> <p>3.7.произвести предпроектное исследование;</p> <p>3.8.создание предварительных эскизов для создания полиграфической рекламы;</p> <p>3.9.изучение основных характеристик и область применения представленных графических программ;</p> <p>3.10.подготовка творческих работ к печати, созданных в течение года;</p> <p>3.11.поиск в интернете рекламных презентаций, их анализ;</p> <p>3.12.подготовка материалов для создания презентаций;</p> <p>3.13.пошаговая доработка презентации. Написание доклада по выбранной теме;</p> <p>3.14.подготовка материалов для создания презентации с элементами видео;</p> <p>3.15.пошаговая доработка презентации с элементами видео. Подготовка материала к защите проекта;</p> <p>3.16.изучение интернет-рекламы, определение качественной рекламы. Копирование ее. Написание доклада;</p> <p>3.17.доработка созданной веб-страницы;</p> <p>3.18.подбор материалов для создания сайта;</p> <p>3.19.доработка созданного сайта;</p> <p>3.20.подготовка к тестированию по темам дисциплины.</p> <p>Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы:</p> <p>1. Способы сохранения файла в различных форматах;</p> <p>2. Дорисовка изображений животных элементарными примитивами;</p> <p>3. Абстрактная композиция;</p>			

	4. Композиция «цветы»; 5. Особенности создания обложки для учебника; 6. Шрифтовая композиция для визиток и обложек; 7. Удачные и неудачные аналоги шрифтовых композиций в рекламе; 8. Первые проектировщики; Типографская классификация шрифтов;			
Промежуточная аттестация	Дифференцированный зачет			ОК 1-11, ПК 2.1-2.3, ЛР 22-25
МДК. 02.03 Техника и технологии рекламного фото				
Тема 3.1 Особенности процесса рекламной фотосъемки	Содержание учебного материала	36		ОК 1-11, ПК 2.1-2.3, ЛР 22-25
	Рекламное фото. Возникновение рекламного фото. Особенности рекламного фото от остальных фотографий. Образы в рекламном фото. Техническое оснащение современной фотостудии. Общие сведения об оснащении современных фотостудий. Общая классификация фотоаппаратуры. Классификация осветительного оборудования. Виды павильонной фотосъемки. Организация съемочной площадки. Организация работы фотопредприятия. Законы фотокомпозиции. Определение понятия «композиция». Основные законы фотокомпозиции. Основные характеристики формирования композиции кадра. Способы формирования сюжетно-тематического плана. Основные выразительные средства фотографии. Определение понятий: «колорит», «перспектива», «планы», «ракурс», «контрасты». Колористическое решение фотоснимка. Особенности построения перспективы при фотосъемке. Виды планов и ракурса. Виды контрастов. Искусственные источники света. Определение понятий «освещение», «источники света». Виды искусственных источников света. Электрические характеристики искусственных источников света. Световые характеристики искусственных источников света. Студийное осветительное оборудование. Классификация осветительного оборудования. Виды осветительного оборудования. Конструктивные особенности осветительных приборов. Принцип работы осветительных приборов. Световое решение фотоснимка. Определение понятий: «освещение», «светотень». Виды освещения в фотостудиях. Варианты освещения в фотостудии. Элементы светотени. Технология постановки освещения в фотостудии.	20		
	Практические занятия	16	16	
	Создать снимки аналоговым фотоаппаратом. Знакомство с работой аналоговых фотоаппаратов.			

	Создать снимки цифровым фотоаппаратом. Знакомство с работой цифровым фотоаппаратов. Выставить студийного освещения			
Тема 3.2 Портретная съемка в рекламных целях.	Содержание учебного материала	28		ОК 1-11, ПК 2.1-2.3, ЛР 22-25
	Общие положения о портретной съемке. Определение понятия «павильонный художественный портрет». Назначение, цели и задачи художественного портрета. Становление и развитие павильонного художественного портрета. Фотографии детей в рекламе. Способы использования детских образов в рекламе. Дети в коммерческой и социальной рекламе. Общая методика подготовки к фотосъемке: психологический и технический аспект.	12		
	Практические занятия	16	16	
	Изучить организацию съемочной площадки для съемки фотомодели. Изучить правила композиции павильонного художественного портрета. Изучить особенности павильонного фото процесса. Произвести фотосъемку модели при искусственном освещении. Произвести фотосъемку модели при естественном освещении. Создать изображение передающие сильные эмоции (восторг, горе, грусть, радость, смех и т.д.). Произвести фрагментарную фотосъемку различных частей тела человека (руки, шея, глаза и т.д.) Создать тематическую фотографию Произвести фотосъемку с участием детей			
Тема 3.3 Технология фотосъемки группы людей	Содержание учебного материала	32		ОК 1-11, ПК 2.1-2.3, ЛР 22-25
	Особенности композиции кадра при фотографировании группы людей. Позы, мимика, жесты. Особенности положения лица перед фотоаппаратом. Особенности положения корпуса перед фотоаппаратом. Расположение рук в кадре. Особенности кадрирования при фотосъемке. Освещение групповых фотографий. Виды осветительного оборудования. Технические характеристики осветительного оборудования. Варианты освещения. Схемы освещения при фотосъемке групповых портретов. Схемы установки осветительного оборудования.	16		
	Практические занятия	16	16	
	Изучить фотоаппаратуру для фотосъемки групповых изображений. Выполнить групповую фотосъемку в помещении для коммерческой и социальной рекламы. Выполнить групповую фотосъемку на пейзаже (в городе) для коммерческой и социальной рекламы.			

	Произвести репортажную фотосъемку для имиджевого стенда. Выполнить фотосъемку движущихся фигур для рекламы спортивных товаров.			
Тема 3.4 Фотосъемка пейзажей	Содержание учебного материала	32		ОК 1-11, ПК 2.1-2.3, ЛР 22-25
	Фотосъемка пейзажей для рекламных целей. Выбор темы и ее творческое решение. Пространственное построение композиции кадра. Композиционные приемы в творческом решении пейзажных снимков. Особенности выбора естественного освещения. Фотосъемка ночного пейзажа. Пространственное построение композиции кадра. Выбор основных выразительных средств фотосъемки. Особенности выбора естественного и смешенного освещения. Экспозиционные поправки при фотосъемки ночных пейзажей. Городской пейзаж. Виды городских пейзажей. Пространственное построение композиции кадра. Композиционные приемы в творческом решении пейзажных снимков. Выбор основных выразительных средств фотосъемки. Особенности выбора естественного освещения. Фотосъемка радуги, молнии и салюта. Композиционные приемы в творческом решении снимков. Выбор основных выразительных средств фотосъемки. Экспозиционные поправки при фотосъемке. Основы композиции в построении панорамы. Выбор точки съемки. Выбор основных выразительных средств. Зависимость композиции кадра от выбора точки съемки. Световое и цветное решение снимка.	16		
	Практические занятия	16	16	
	Выполнение тематической фотографии ночного пейзажа. Выполнение фотосъемки городского пейзажа для настенного календаря. Выполнение фотосъемки панорамы для информационной «растяжки»			
Тема 3.5. Технология фотосъемки еды, напитков, фруктов и овощей.	Содержание учебного материала	28		ОК 1-11, ПК 2.1-2.3, ЛР 22-25
	Основы композиции в построении натюрмортов. особенности фотографирования еды, напитков, фруктов и овощей. Оформление фона и места постановки предметов. Выбор точки съемки. Выбор основных выразительных средств. Освещение при фотосъемке натюрмортов. Особенности выбора естественного, искусственного и смешенного освещения. Виды и варианты освещения. Особенности создания дополнительного освещения в зависимости от замысла фотографа. Элементы светотени. Схемы освещения при фотосъемке натюрмортов. Фотосъемка натюрмортов с источниками света в кадре. Определение понятия «источник света». Особенности расположения и освещения источника света в кадре. Технология фотосъемки натюрмортов с источниками света в кадре.	14		
	Практические занятия	14		
	Выполнение выбора и компоновки предметов рекламного натюрморта.			

	Выполнение установки осветительного оборудования и выбор вариантов освещения рекламных натюрмортов. Выполнение фотосъемки натюрмортов с источниками света в кадре, с использованием основных выразительных средств.			
Тема 3.6. Технология макросъемки	Содержание учебного материала	32		ОК 1-11, ПК 2.1-2.3, ЛР 22-25
	Общие положения о макросъемке. Определение понятия «макросъемка». Виды объектов фотосъемки. Основные требования, предъявляемые к объектам макросъемки. Основные требования, предъявляемые к макросъемки. Фотосъемка мелких предметов. Основные выразительные средства. Использование различных эффектов освещения. Выбор точки съемки. Особенности кадрирования. Фотосъемка мелких рекламируемых изделий. Основные выразительные средства. Творческие возможности естественного освещения. Использование различных эффектов освещения. Выбор точки съемки. Особенности кадрирования	16		
	Практические занятия	16	16	
	Выполнить фотосъемку мелких предметов при искусственном освещении. Выполнить фотосъемку мелких предметов длиннофокусным фотообъективом. Выполнить фотосъемку мелких предметов с различных точек съемки.			
Тема 3.7. Компьютерная обработка рекламного фото	Содержание учебного материала	136		ОК 1-11, ПК 2.1-2.3, ЛР 22-25
	Цветокоррекция изображения. Автоматическая цветокоррекция. Схемы цветокоррекции. Типы цветовой коррекции в зависимости от каналов распространения фоторекламы. Применение эффектов. Создание эффектов в графической программе. Коррекция изображения. Фотоколлаж в рекламе. Сборка коллажа для печатной рекламы. Сочетание изображений с текстовой информацией. Допечатная подготовка изображения. Масштабирование изображения.	14		
	Практические занятия	14	14	
	Произвести компьютерную обработку фотоизображения. Создать дополнительные эффекты на фотографии. Создать рекламный фотоколлаж.			
	Самостоятельная работа учащихся	108		
Самостоятельная работа при изучении раздела. 1. Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и профессиональной литературы: составление опорного конспекта; изучение нормативных документов; подготовка рефератов, докладов; разработка электронных учебных материалов. 2. Подготовка к практическим с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ, отчетов и подготовка к их защите.				

	<p>3. Самостоятельное изучение правил выполнения фотосъемки.</p> <p>Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. фоторепортаж по профессии рекламный фотограф; 2. фотосъемка мелких предметов в павильоне; 3. фотосъемка городских пейзажей; 4. фотосъемка человеческих рук; 5. фрагментарная фотосъемка человека; 6. фотосъемка эмоций; 7. фотосъемка группы людей; 8. фотосъемка домашних животных; 9. фотосъемка продуктов питания; 10. фотосъемка фруктов; 11. фотосъемка овощей; 12. репортажная фотосъемка; 13. фотосъемка наружной рекламы. <p>фотосъемка цветов и насекомых на пленэре.</p>			
Промежуточная аттестация	Дифференцированный зачет			ОК 1-11, ПК 2.1-2.3, ЛР 22-25
МДК. 02. 04. Техника и технологии рекламного видео				
Тема 4.1 Телевидение. Основные параметры. Технические характеристики	Содержание учебного материала	32		ОК 1-11, ПК 2.1-2.3, ЛР 22-25
	Кратная история развития телевизионной рекламы. Появление телевизионной рекламы. Эволюция рекламы. Развитие телевизионной рекламы в России. Основе понятия. Значение цвета в видеокадре. Телевизионная строка, телевизионный растр, телевизионный кадр, поле и т.д. Психология восприятия цвета в кадре. Форматы записи, используемые на телевидении. Аналоговые форматы (VHS, SVHS, Video-8, Betacam SP) записи изображений. Цифровые форматы (Digital Betacam, Betacam SX, D-1 – D-6, DVCAM и т.д.).	16		
	Практические занятия	16	16	
	Анализ современной видео рекламы в России. Анализ современной видео зарубежной рекламы.			
Тема 4.2 Типология телевизионной рекламы	Содержание учебного материала	32		ОК 1-11, ПК 2.1-2.3, ЛР 22-25
	Бегущая строка. Телеобъявление. Рекламная заставка. Понятия. Особенности каждого типа объявлений. Рекламная передача. Скрытая реклама. Виды рекламных передач. Понятие скрытой	16		

	рекламы (Product Placement), способы использования скрытой рекламы. Рекламный репортаж. Рекламный сюжет. Сходства и различия репортажа и сюжета. Рекламный ролик. Примеры рекламных роликов. Виды рекламных роликов. Блиц-ролик, развернутый ролик, рекламно-демонстрационный.			
	Практические занятия	16	16	
	Подобрать примеры скрытой рекламы. Проанализировать аналоги бегущей строки, телеобъявления, рекламной заставки. Определить актуальность использования в той или иной ситуации. Найти аналоги видеороликов и распределить по данной классификации.			
Тема 4.3 Рекламное видео размещаемое через другие каналы распространения.	Содержание учебного материала	16		ОК 1-11, ПК 2.1-2.3, ЛР 22-25
	Видеореклама в кинотеатрах. Специфика рекламы. Длительность роликов. Особенность создания. Целевая аудитория подобной формы распространения рекламы. Эффективность рекламы. Видеореклама на плазменных и lcd-панелях. Технические требования, предъявляемые к подобной рекламе. Особенности восприятия. Продолжительность. Целевая аудитория. Видеореклама на светодиодных панелях в городе. Технические требования, предъявляемые к подобной рекламе. Особенности восприятия. Продолжительность. Целевая аудитория. Видеореклама в интернете. Специфика рекламы. Длительность роликов. Особенность создания. Целевая аудитория подобной формы распространения рекламы. Эффективность рекламы	16		
Тема 4.4 Разработка концепции рекламного видео	Содержание учебного материала	48		ОК 1-11, ПК 2.1-2.3, ЛР 22-25
	Бриф. Техническое задание. Понятие брифа. Содержание брифа. Написание технического задания, определение ключевых дат, согласование бюджета. Изучение рекламируемого товара. Определение целевой аудитории, известность товара, сезонность товара, ценовая политика и т.д. Создание концепции рекламного видео. Существующие концепции. Создание концептуальной идеи.	16		
	Практические занятия	32	32	
	Разработать концепцию видеоролика.			
Тема 4.5 Виды сценарий для рекламных видео.	Содержание учебного материала	30		ОК 1-11, ПК 2.1-2.3, ЛР 22-25
	Виды сценариев. Литературный сценарий рекламного ролика. Сущность сценария. Экспозиция, завязка, слом, , вывод. Три вида сюжета рекламных роликов: драматический, исторический, поэтический. Особенности рекламных фраз в данном случае. Режиссерский сценарий рекламного ролика. Принципы режиссерского сценария.	15		

	<p>Основные параметры – мизансцена, атмосфера и темпо-ритм. Структура режиссерского сценария.</p> <p>Раскадровка, как третий вид сценария. Понятие раскадровки. Принцип выбора кадра для его визуализации. Примеры раскадровки.</p>			
	Практические занятия	15	15	
	Разработать сюжет видеоролика на основе созданной концепции Написать сценарий			
Тема 4.6. Подготовка к процессу съятия видеорекламы.	Содержание учебного материала	30		ОК 1-11, ПК 2.1-2.3, ЛР 22-25
	<p>Подбор актеров. Мужское амплуа (по Станиславскому): фат; простак; резонер; любовник; герой; комик. Женское амплуа: комическая старушка, гранд-дама, травести, инженерю, героиня, субретка.</p> <p>Антураж ролика. Декорации. Оформление кадра.</p> <p>Свет в кадре. Эффекты. Выбор ракурса. Естественное и искусственное освещение. Выставление точки освещения. Применение эффектов: ветре, дождь, дым и т.д.</p> <p>Работа над звукообразом. Голос за кадром. Голос актера. Тембр и регистр голоса (высота звучания). Акцентуализация, фонация, темп и артикуляция. Значение звуков в рекламе.</p> <p>Посторенние кадра. Понятие съемочного периода. Композиция в кадре. Работа оператора.</p>	15		
	Практические занятия	15	15	
	Произвести съемку видеоролика.			ОК 1-11, ПК 2.1-2.3, ЛР 22-25
Тема 4.7. Монтаж рекламного ролика.	Содержание учебного материала	28		
	<p>Внутрикадровый и межкадровый монтаж. Подготовка материала к монтажу. Монтаж на съемочной площадке. Монтаж в монтажной.</p> <p>Распространенные виды монтажа. Классический, параллельный, описательный, тематический, ассоциативно-образный, монтаж по крупному и т.д. Сущность каждого вида монтажа.</p> <p>Монтаж в условиях мини-студии. Монтаж на персональном компьютере.</p> <p>Компьютерные программы для монтажа. Видео и звуковые дорожки.</p>	14		
	Практические занятия	14	14	
	Смонтировать учебный видеоролик.			
	Самостоятельная работа учащихся	106		
	Самостоятельная работа при изучении Раздела 4			
	1 Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и профессиональной литературы: составление опорного конспекта; изучение нормативных документов; подготовка рефератов, докладов; разработка электронных учебных материалов.			

	<p>2 Подготовка к практическим с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ, отчетов и подготовка к их защите.</p> <p>3. Самостоятельное изучение правил выполнения видеосъемки.</p> <p>Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы:</p> <p>1. доклад: «знаменитые зарубежные создатели видеорекламы»;</p> <p>2. доклад: «знаменитые отечественные создатели видеорекламы»;</p> <p>3. Анализ современной видеорекламы;</p> <p>4. Доклад: тенденции развития телерекламы;</p> <p>5. Определить преимущества видеорекламы от других видов рекламы;</p> <p>6. Определить недостатки рекламного видео;</p> <p>7. Доработка сценария рекламного видео;</p> <p>8. Обработка полученных видео материалов;</p> <p>9. Видеодоклад «мой город».</p>			
Промежуточная аттестация	Дифференцированный зачет			ОК 1-11, ПК 2.1-2.3, ЛР 22-25
Итого		1150	374	
Практическая подготовка	4 семестр			ОК 1-11, ПК 2.1-2.3, ЛР 22-25
	УП.01 Учебная практика	36	36	
	ПП.01 Производственная практика (по профилю специальности)	72	72	
	5 семестр			
	ПП.01 Производственная практика (по профилю специальности)	36	36	
	6 семестр			
	УП.01 Учебная практика	36	36	
ПП.01 Производственная практика (по профилю специальности)	108	108		
Промежуточная аттестация	Квалификационный экзамен			ОК 1-11, ПК 2.1-2.3, ЛР 22-25
Всего		1438	662	

3. Условия реализации профессионального модуля

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Для реализации программы дисциплины должно быть предусмотрено следующее специальное помещение: **Кабинет рисунка и живописи**. Помещение кабинета должно соответствовать требованиям Санитарно-эпидемиологических правил и нормативов (СанПиН 2.4.2 № 178–02): оснащено типовым оборудованием, в том числе специализированной учебной мебелью и средствами обучения, необходимыми для выполнения требований к уровню подготовки обучающихся.

Кабинет рисунка и живописи.

Оборудование учебного кабинета:

Парты (2-х местная)

Стулья

Стол преподавателя

Стул преподавателя

Компьютер

Доска меловая

Кабинет рисунка и живописи обеспечен необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения

Библиотека, читальный зал с выходом в Интернет

Материальное оснащение, компьютерное и интерактивное оборудование:

Автоматизированное рабочее место библиотекаря

Автоматизированное рабочее место читателей

Автоматизированное рабочее место для лиц с ОВЗ

Принтер

Сканер

Стеллажи для книг

Кафедра

Выставочный стеллаж

Каталожный шкаф

Посадочные места (столы и стулья для самостоятельной работы)

Помещение для самостоятельной работы

Материальное оснащение, компьютерное и интерактивное оборудование:

Автоматизированные рабочие места обучающихся

Парты (2-х местные)

Стулья

Автоматизированные рабочие места обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду АНОПО «Челябинский колледж Комитент», с выходом в информационно-коммуникационную сеть «Интернет».

3.2. Информационное обеспечение обучения

Основная литература:

1. Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для среднего профессионального 1.

Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для СПО / И. М. Синяева, О. Н.

Жильцова, Д. А. Жильцов. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 552 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-8974-8.

2. Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства : учебник и практикум для СПО / В. А. Поляков, А. А. Романов. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 502 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10539-1

3. Цифровые технологии в дизайне. История, теория, практика : учебник и практикум для СПО / А. Н. Лаврентьев [и др.] ; под ред. А. Н. Лаврентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 208 с. — (Серия : Авторский учебник). — ISBN 978-5-534-07962-3.

4. Селезнев, В. А. Компьютерная графика : учебник и практикум для СПО / В. А. Селезнев, С. А. Дмитроченко. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 218 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08440-5.

Дополнительная литература:

1. Инженерная 3d-компьютерная графика в 2 т. Том 1 : учебник и практикум для СПО / А. Л. Хейфец, А. Н. Логиновский, И. В. Буторина, В. Н. Васильева ; под ред. А. Л. Хейфеца. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 328 с. — (Серия : 24 Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-07976-0.

2. Инженерная 3d-компьютерная графика в 2 т. Том 2 : учебник и практикум для СПО / А. Л. Хейфец, А. Н. Логиновский, И. В. Буторина, В. Н. Васильева ; под ред. А. Л. Хейфеца. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 279 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-07974-6.

3. Инженерная и компьютерная графика : учебник и практикум для СПО / Р. Р. Анамова [и др.] ; под общ. ред. Р. Р. Анамовой, С. А. Леновой, Н. В. Пшеничной. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 246 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-02971-0.

4. Литвина, Т. В. Дизайн новых медиа : учебник для вузов / Т. В. Литвина. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 181 с. — (Серия : Университеты России). — ISBN 978-5-534-10964-1.

5. Цифровые технологии в дизайне. История, теория, практика : учебник и практикум для вузов / А. Н. Лаврентьев [и др.] ; под ред. А. Н. Лаврентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 208 с. — (Серия : Авторский учебник). — ISBN 978-5-534-07962-3

Интернет-ресурсы

1. <http://www.lama-s.ru>

2. <http://www.admos-gifts.ru>

3. <http://www.coffee-break.ru>

4. <http://www.sportwear.ru>

5. <http://freepapers.ru/99/reklamnye-suvenityry-vidy-osobennosti-proizvodstva/>

4. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
<p>иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> -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; <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> -осуществлять фотосъемку для производства рекламного продукта; -осуществлять видеосъемку для производства рекламного продукта; -использовать компьютерные технологии при создании печатного 	<p>Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил программный материал курса, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами и вопросами, не затрудняется с ответами при видоизменении заданий, правильно обосновывает принятые решения, владеет разносторонними дискуссионными навыками и приемами, активно проявляет себя в групповой работе;</p> <p>Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал курса, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении дискуссионных вопросов и задач, владеет</p>	<p>Оценка результатов выполнения практических работ.</p> <p>Проверка рефератов.</p> <p>Выполненных заданий</p> <p>Устный опрос</p> <p>Заслушивание и оценивание сообщений, обсуждение и размышления.</p> <p>Дифференцированный зачет.</p> <p>Квалификационный экзамен.</p>

<p>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; -технологии создания Интернет-рекламы; -аппаратное и программное обеспечение.</p>	<p>необходимыми навыками и приемами их выполнения, способен проявлять себя в групповой работе; Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении поставленных задач, не активен в групповой работе; Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями решает поставленных задачи или не справляется с ними самостоятельно, не принимает участие в групповой работе.</p>	
--	--	--