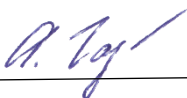


МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ ОМСКОЙ ОБЛАСТИ
бюджетное профессиональное образовательное учреждение
Омской области
«Омский музыкально-педагогический колледж»

Утверждаю
Зам. директора по УР
Гаранина А.В.



«31» августа 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ.02. ПРОИЗВОДСТВО РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ

основной профессиональной образовательной программы

по специальности

42.02.01. Реклама

(базовой подготовки)

Программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 12.05.2014 N 510.

Организация-разработчик: БПОУ Омской области «Омский музыкально-педагогический колледж»

Разработчики:

Могилев М.В., руководитель специальности реклама, преподаватель
Астанин Д. А., преподаватель,
Максимцев И. С., преподаватель специальных дисциплин.

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	6
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	7
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	30
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	35

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.02 Производство рекламной продукции

1.1. Область применения программы

Программа профессионального модуля (далее программа) – является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО 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.

Рабочая программа профессионального модуля может быть использована в дополнительном профессиональном образовании для повышения квалификации и переподготовки на базе основного общего, среднего (полного) общего или профессионального образования при освоении профессии рабочего в рамках специальности СПО 42.02.01 Реклама при отсутствии или наличии минимального опыта работы в рекламном агентстве, отделе маркетинга, сбыта и т.п. в качестве рекламного агента и пр.

1.2. Цели и задачи модуля – требования к результатам освоения модуля

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен: **иметь практический опыт:**

- выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта;
- построения модели (макета, сценария) объекта с учетом выбранной технологии;
- подготовки к производству рекламного продукта;
- производства рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков;

уметь:

- осуществлять фотосъемку для производства рекламного продукта;
- осуществлять видеосъемку для производства рекламного продукта;
- использовать компьютерные технологии при создании печатного рекламного продукта;

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

знать:

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

1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение программы профессионального модуля:

всего – **1762,5** часа, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – **1312,5** часов, включая:
 обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – **875** часов;
 самостоятельной работы обучающегося – **437,5** часов;
 учебной и производственной практики – **450** часов.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной **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 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

В соответствии с программой воспитания освоение ПМ способствует достижению следующих личностных результатов: ЛР 1, ЛР 2, ЛР 3, ЛР 7, ЛР 8, ЛР 10, ЛР 11, ЛР 13, Л15

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Тематический план профессионального модуля ПМ.02 Производство рекламной продукции

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 (если предусмотрена рассредоточенная практика)
			Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ПК 2.1-2.3	Раздел 1. Исполнение рекламных проектов в материале с выбором инструментов, оборудования и основных изобразительных средств.	462	188	30		94		72	108
	Раздел 2. Создание моделей (макетов, сценариев) рекламного объекта средствами современных информационных технологий с выполнением оригиналов или отдельных элементов проекта в материале.	523,5	253	279		126,5		72	72
	Раздел 3. Создание фото-сюжетов с рекламными функциями.	267	130	130		65		72	
	Раздел 4. Создание видео-сюжетов с рекламными функциями.	510	304	-		152		54	
ПК 2.1-2.3	Производственная практика по профилю специальности, часов (если предусмотрена итоговая (концентрированная) практика)								
	Всего:	1762,5	875	439		437,5		270	180

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ. 02)

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работ (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
Раздел 1. Исполнение рекламных проектов в материале с выбором инструментов, оборудования и основных изобразительных средств.			ЛР 10, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 15
МДК 02.01 Выполнение рекламных проектов в материале.		188	
Подраздел 1.1. Материаловедение		72	
Тема 1.1.1 Основные свойства Материалов. Стандарты и классификация	Содержание Понятие материалов. Стандарты. Классификация материалов. Свойства материалов. Эстетические характеристики и основные приёмы работы современными отделочными и строительными материалами, применяемыми в дизайне и архитектуре.	8	
Тема 1.1.2 Лакокрасочные материалы	Содержание 1. Лакокрасочные материалы. Общая характеристика. Использование в производстве рекламы ⁴ 2. Классификация лакокрасочных материалов. 2 3. Основные свойства лакокрасочных материалов. 2 4. Механические свойства покрытия. 4	12	1 1 1 1
Тема 1.1.3 Стекло	Содержание Способы производства наиболее распространенных материалов из стеклянных и подобных расплавов. Способы декоративной обработки изделий из стеклянных и других минеральных расплавов. Эстетические характеристики материалов из стеклянных и других минеральных расплавов. Области применения материалов из стеклянных и других минеральных расплавов. Использование стекла в производстве рекламы. Технология работы со стеклом	8	
Тема 1.1.2 Материалы в производстве рекламы	Содержание Металлические материалы. Способы художественной обработки металлов, ковка, литьё. Эстетические характеристики металлических материалов. Области применения металлических материалов. Эстетические характеристики материалов из стеклянных и других минеральных расплавов.	27	

	<p>Области применения материалов из стеклянных и других минеральных расплавов. Использование стекла в производстве рекламы. Технология работы со стеклом</p> <p>Лакокрасочные материалы. Общая характеристика. Использование в производстве рекламы</p> <p>Минеральные вяжущие и материалы на их основе. Технологии производства, технико-эксплуатационные данные, эстетические свойства и области применения изделий из минеральных вяжущих материалов и материалов на их основе.</p> <p>Распространенные технологии имитации природных и искусственных поверхностей с помощью минеральных вяжущих материалов и материалов на их основе.</p> <p>Современные материалы на основе полимеров. Классификация, эстетические характеристики и области применения полимерных материалов.</p> <p>Технологии производства наиболее распространенных материалов на основе полимеров. Способы декоративной отделки полимерных поверхностей.</p>		
	1. Материалы, применяемые для рекламных продуктов	4	1
	2. Материалы в рекламных конструкциях	6	1
	3. Материалы при разработке витрин	4	1
	4. Оборудование выставочных залов	3	1
	5. Материалы на основе полимеров	6	
	6. Композиты	4	
	Содержание	17	
Тема 1.1.3. Материалы для печатной рекламной продукции	<p>Оборудование и материалы для печатной рекламной продукции.</p> <p>1. Материалы в полиграфии</p> <p>2. Виды принтеров</p> <p>3. Способы печати</p>		
Подраздел 1.2. Прикладной дизайн		116	ЛР 1, ЛР 2, ЛР 3, ЛР 7, ЛР 8, ЛР 10, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 15
Тема 1.2.1 Прикладной дизайн и реклама. Введение.	Содержание	36	
	Понятие, виды и концептуальное строение прикладного дизайна. Функции и специфика прикладного дизайна в рекламе. Объекты прикладного дизайна.		
	1. Понятие прикладного дизайна. Объекты прикладного дизайна.		1
	2. Прикладной дизайн и рекламная продукция.		1
	3. Разработка объектов визуальной коммуникации, товарных знаков, графической символики.		1,2
	Практические занятия		
	Изучение объектов прикладного дизайна.		
	Изучение и анализ образцов печатной рекламы.		
Тема 1.2.2. Разработка и сборка в материале упаковки продукта рекламирования	Содержание	40	
	Виды упаковок. Специфика дизайна упаковки. Технология создания упаковки. Материальная база для создания упаковки. Полиграфические особенности изготовления упаковки		
	1. Подбор образа упаковки продукта		
	2. Работа с эскизами, набросками конструктивных элементов.		

	<ol style="list-style-type: none"> 3. Разработка флексографической наклейки. 4. Создание предварительного макета упаковки. 5. Сборка итогового макета упаковки. Печать чертежей. 		
Тема 1.2.3. Разработка и сборка в материале шоутокса	Содержание Понятие и виды шоутоксов. Специфика дизайна шоутокса. Технология создания шоутокса. Материальная база для создания шоутокса. Полиграфические особенности изготовления шоутокса	40	
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Подбор образа шоутокса 2. Работа с эскизами, набросками конструктивных элементов. 3. Разработка флексографической наклейки. 4. Создание предварительного макета шоутокса. 5. Сборка итогового макета шоутокса. Печать чертежей. 		
Самостоятельная работа при изучении раздела 1. ПМ.02 Изучение образцов материалов, применяемых в дизайне и архитектуре. Экскурсии на специализированные выставки и в места продаж материалов, используемых в дизайне и архитектуре. Изучение свойств материалов, применяемых в дизайне и архитектуре. Разработка вариантов эскизов рекламной открытки, билета входного и пригласительного. Разработка идеи и вариантов эскизов рекламного оформления витрины. Разработка вариантов эскизов рекламного плаката.		94	
Учебная практика «Материаловедение» Виды работ		36	
Учебная практика «Прикладной дизайн в рекламе» Виды работ		36	
Производственная практика «Практика выполнения рекламных проектов в материале» Виды работ		108	
Раздел 2. Создание моделей (макетов, сценариев) рекламного объекта средствами современных информационных технологий с выполнением оригиналов или отдельных элементов проекта в материале.			
МДК.02.02 Проектная компьютерная графика и мультимедиа		253/126,5	
Подраздел 2.1. Веб-дизайн		58	ЛР 1, ЛР 2, ЛР 3, ЛР 7, ЛР 8, ЛР 10, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 15

<p>Тема 2.1.1. Веб-дизайн в рекламной деятельности</p>	<p>Содержание</p> <p>Сущность веб-дизайна. Значение и специфика веб-дизайна в рекламной деятельности. Виды веб-дизайна. web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта</p>	<p>8</p>	
<p>Тема 2.1.2. Инструменты рисования. Принципы разработки WEB-документов, выбор средств разработки.</p>	<p>Содержание</p> <p>Виды инструментов рисования. Принципы разработки WEB документов, выбор средств разработки. Использование графических элементов, гиперссылок. Построение графических изображений. Изображения карты. Использование мультимедиа. Коррекция изображения. Решение вопросов дизайна, Видео-клипы. Использование WEB браузера. Современные динамические языки разметки гипертекста. Инструментальные средства создание WEB сайтов. Требование к аппаратному и программному обеспечению. Выполнение упражнений на построение графических изображений. Выполнение упражнений на коррекцию изображения. Изучение инструментальных средств по созданию WEB сайтов.</p>	<p>8</p>	
<p>Тема 2.1.3. Corel Draw. Инструменты рисования. Работа с редакторами</p>	<p>Содержание</p> <p>Знакомство с программой Corel Draw. Интерфейс программы Corel Draw. Инструменты рисования. Заливки и Эффекты. Работа с редакторами. Обработка анимационных и видеофрагментов в GIF стандарте. Двухмерная анимация в специализированной программе. Требование к аппаратному и программному обеспечению. Компьютерный дизайн интерьеров.</p>	<p>10</p>	
<p>Тема 2.1.4 Технология создания Интернет-рекламы</p>	<p>Содержание</p> <p>Понятие интернет-рекламы. Рекламные средства в сети интернет: веб-сервер, баннеры, рекламные сети, электронная почта, группы новостей, поисковые системы, «Желтые страницы», интернет-аукцион . Характеристика основных форм интернет рекламы и технологии их создания.</p>	<p>10</p>	
<p>Тема 2.1.5. Разработка дизайн-проекта web-страницы.</p>	<p>Содержание</p> <p>Основные правила построения (композиции) интерфейсов web-страниц. Введение в язык разметки HTML. Теговая структура языка. Основные теги для формирования базовой структуры web-страницы. Основы синтаксиса языка, правила написания и технические приемы. Теги для вывода текстовой информации на странице: заголовки, абзацы, списки. Теги для вставки изображений на web-страницу.</p>	<p>10</p>	
<p>Тема 2.1.6. Разработка лендинг страницы услуг. Для компьютера и телефона</p>	<p>Содержание</p> <p>Разработка концептуальной части. Формирование предложения. Поиск оптимального графического решение. Эскизирование. Наполнение контентной информацией страниц. Разработка иллюстрационной базы Верстка pixel макета из растровых блоков Подготовка сетки и ссылок перехода Сбор итогового макета для телефона и компьютера. Верстка, подготовка к защите проекта.</p>	<p>12</p>	

Подраздел 2.2. Технология печати	3 курс	58	ЛР 1, ЛР 2, ЛР 3, ЛР 7, ЛР 8, ЛР 10, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 15
Тема 2.2.1. Основы технологии печати	<p>Содержание</p> <p>Виды и технологии печати. Технические и программные средства для создания печатного рекламного продукта. Оборудование и составляющие печатного процесса. История возникновения техник печати. Современные тенденции развития печатных техник.</p> <p>Классификация видов современной печати. Офсетная печать. Глубокая печать. Трафаретная печать. Высокая печать. Цифровая печать. Тиражирование на ризографе..</p> <p>Сканеры и принтеры. Виды и приемы работы.</p> <p>Промышленное, профессиональное и полупрофессиональное печатное оборудование.</p> <p>Составляющие печатного процесса. Материалы для печати.</p> <p>Основы воспроизведения цвета.</p> <p>Системы и цветовые модели. Краски для современной печати. Цветоделение и цветокоррекция.</p> <p>Основные ошибки цветопередачи и их устранение.</p>	6	
Тема 2.2.1. Разработка флексографической наклейки	<p>Содержание</p> <p>Флексография. Применение навыков предпечатной верстки в соответствующих предметах. Использование компьютерных технологий при создании печатного рекламного продукта. Создание флексографической наклейки</p>	24	
	1. Поиск темы работы. Подбор векторных образов.	4	
	2. Проработка полученного образа. Работа с векторной иллюстрацией	4	
	3. Формирование этикетки. Компоновка по основным характеристикам продукта.	4	
	4. Завершение работы над образом. Создание полиграфического клеше	4	
	5. Врисовка работы фотографии в ключе применения к объекту	4	
	6. Компоновка работы на формате, верстка планшета	4	
Тема 2.2.2. Разработка проекта печати с элементами брендинга	<p>Содержание</p> <p>Анализ цветовых моделей RGB и CMYK.</p> <p>Составление цветовых комбинаций с использованием цветовых моделей RGB и CMYK.</p> <p>Изучение красок для современной цветной печати.</p> <p>Упражнения по цветокоррекции.</p> <p>Цветовые композиции в Corel Draw. Применение навыков предпечатной верстки в соответствующих предметах.</p> <p>Изучение риповочных программ. Полиграфический процесс. Основные понятия. Составные элементы процесса.</p> <p>Поэтапная работа над изданием. Содержание. Дизайн и полиграфия.</p> <p>Особенности подготовки издания в зависимости от вида печати.</p> <p>Вывод на печать в техниках векторной и растровой графики.</p> <p>Применение навыков предпечатной верстки в соответствующих предметах. Использование компьютерных технологий при создании печатного рекламного продукта</p>	28	
	1. Поиск способа реализации условного проекта	4	

	2. Поиск необходимых фотографий, ретушь	6	
	3. Врисовка базовых объектов в фотографию, визуальная оснастка	6	
	4. Поиски решения поставленных задач, описание	6	
	5. Компоновка работы на формате, верстка планшета	6	
Подраздел 2.3. Компьютерная графика	30+42+28	137	ЛР 1, ЛР 2, ЛР 3, ЛР 7, ЛР 8, ЛР 10, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 15
Тема 2.4.1. Технические и программные средства для компьютерной обработки графики.	Содержание	10	
	1. Введение в компьютерную графику.		1
	2. Возможности компьютерной графики.		1
	3. Виды программ компьютерной графики.		1
	4. Технические и программные средства компьютерной графики.		1,2
	5. Типы преобразования графической информации.	1,2	
Тема 2.4.2. Векторная графика. Возможности векторной графики. Основные инструменты и приёмы работы.	Содержание	12	
	1. Понятие векторной графики. Виды программ векторной графики.		1
	2. Возможности векторной графики.		1
	3. Интерфейс программы векторной графики.		1
	4. Основные инструменты и приёмы выполнения рисованных изображений.		1,2
	5. Рисование фигур и объектов простой формы.		1,2
	6. Закраски, заливки, действие над объектами.	1,2	
	Практические занятия		
	Освоение приемов работы инструментами векторной графики. Использование профессиональных пакетов программного обеспечения для обработки графики в процессе выполнения авторских композиций		
Тема 2.4.3. Растровая графика. Возможности растровой графики. Основные инструменты и приёмы работы.	Содержание	14	
	1. Понятие растровой графики. Виды программ растровой графики.		1
	2. Возможности растровой графики.		1
	3. Интерфейс программы растровой графики.		1
	4. Основные инструменты и приёмы выполнения рисованных изображений.		1,2
	5. Импорт и особенности обработки растровой графики.		1
	6. Элементы верстки, Создание макета визитки, журнальной страницы, календаря, плаката.		1,2
	7. Способы сохранения данных. Печать и подготовка документа к печати.	1,2	
	Практические занятия		
	Освоение приёмов работы инструментами растровой графики. Разработка и выполнение элементарных композиций визитки, страницы журнала, календаря и рекламного плаката.		
Тема 2.4.4. Компьютерная вёрстка.	Содержание	8	
	1. Содержание процесса компьютерной вёрстки. Аппаратное и программное обеспечение.		1
	2. Структура документа и его компоновка.		1
	3. Создание и уровни редактирование текста.		1,2

	4.	Приемы вёрстки текстов с иллюстрациями. Разновидности макетов сверстанных страниц.		1,2
	Практические занятия			
	Изучение приемов вёрстки. Выполнение классических схем макетов печатных страниц.			
Тема 2.4.5. Разработка набора печатной продукции для рекламы: визитка, листовка, рекламный щит, буклет.	Содержание		17	
	1.	Содержание творческого (проектного) задания на разработку набора фирменной печатной рекламной продукции.		2
	2.	Разработка концепции набора фирменной печатной рекламной продукции.		2
	3.	Выбор материала, подбор изображений.		2
	4.	Выбор оптимальных инструментов и художественно-изобразительных средств.		2
	5.	Технология выполнения электронных оригинал-макетов визитки, листовки, рекламного щита, буклета.		2,3
	Практические занятия			
Разработка набора фирменной печатной рекламной продукции: визитки, листовки, рекламного щита, буклета.				
Тема 2.4.6. Интерактивная компьютерная графика на персональных компьютерах. Технические и программные средства компьютерной графики.	Содержание		10	
	1.	Интерактивная компьютерная графика на персональных компьютерах.		1
	2.	Технические и программные средства компьютерной графики.		1
	3.	Возможности программ компьютерной графики.	1	
Практические занятия				
Знакомство с возможностями программ компьютерной графики.				
Тема 2.4.7. Программа 3d Max. Возможности программы 3d Max. Основные инструменты и приёмы работы.	Содержание		20	
	1.	Возможности программы 3d Max.		1
	2.	Интерфейс программы 3d Max.		1,2
	3.	Понятие системы координат, типы преобразования графической информации.		1
	4.	Настройка интерфейса программы 3d Max. Векторная графика.		1,2
	5.	Рисование простых векторных объектов, закраски, заливки, действие над объектами.		1,2
	6.	Импорт и особенности обработки растровой графики. Элементы верстки.		1,2
	7.	Технология создания макета визитки, журнальной страницы, календаря, плаката.		2
	8.	Объекты примитивы. Массивы. Булевские операции.		1,2
	9.	Лофтинг. Сложный лофтинг. Построение модели колонны. Моделирование окна. Surface моделирование. Моделирование ванной. Лоскутное моделирование.		1,2,3
	10.	Компьютерная верстка, аппаратное и программное обеспечение. Структура документа и его компоновка. Создание и уровни редактирование текста.	1,2,3	
Практические занятия				
Создание макета визитки, журнальной страницы, календаря, плаката.				
Тема 2.4.8. Программа 3d Max. Моделирование простых и сложных форм.	Содержание		8	
	1.	Полигональное моделирование. Компьютерная обработка растровой графики.		1,2
	2.	Специальные эффекты и фильтры, коррекция тона и цвета ретуширование фотографий.		1,2
	3.	Альфа каналы. Цветоделение и подготовка к печати.		1,2
	4.	Технология разработки и выполнения изображений в программе 3d Max.	1,2,3	
Практические занятия				
Разработка и выполнение изображений в программе 3d Max: Рекламный щит. Интерьер гостиной. Рисование и редактирование.				

Тема 2.4.9. Программа 3d Max. Редактор материалов	Содержание		10		
	1.	Материалы. Алгоритмы визуализации.			1,2
	2.	Отсечения развертки, удаление невидимых линий и поверхностей.			1,2
	3.	Закраски, способы создание фотореалистических изображений.			1,2
	4.	Основные функциональные возможности современных графических систем, стандарты компьютерной графики.			1,2
	Практические занятия				
	Разработка и выполнение изображений в программе 3d Max: Создание интерьера и экстерьера помещения.				
Тема 2.4.10. Программа 3d Max. Возможности программы Autodesk 3d Max.	Содержание		28		
	1.	Основные понятия 3d графики. Этапы создания изображений.	2		
	2.	Основы моделирования в Autodesk 3d Max. Модификаторы для линий в Autodesk 3d Max. Модификаторы для объемных фигур в Autodesk 3d Max.	2		
	3.	Создание макета визитки в Autodesk 3d Max.	4		
	4.	Создание макета журнальной страницы в Autodesk 3d Max.	4		
	5.	Создание макета календаря в Autodesk 3d Max.	4		
	6.	Создание макета плаката в Autodesk 3d Max.	4		
	7.	Редактор материалов. Настройки материалов.	2		
	8.	Понятие визуализации. Настройка параметров. Выполнение визуализации.	2		
	9.	Постобработка в Adobe Photoshop.	4		
	Практические работы Установка программы Autodesk 3d Max на домашнем компьютере. Освоение основных приемов работы в программе Autodesk 3d Max. Создание макета визитки в Autodesk 3d Max. Создание макета журнальной страницы в Autodesk 3d Max. Создание макета календаря в Autodesk 3d Max. Создание макета плаката в Autodesk 3d Max. Освоение основных приемов работы с редактором материалов. Настройка визуализации в Autodesk 3d Max и выполнение рендера. Выполнение обработки полученного изображение в Adobe Photoshop.				
Самостоятельная работа при изучении раздела Компьютерная графика Освоение приёмов работы инструментами векторной графики. (Упражнения по заданию преподавателя):			126,5		
1. Выполнение иконок в программе Adobe Illustrator. 2. Разработка и выполнение иллюстрации «Мое рабочее пространство» 3. Выполняем открытку Paper Cut 4. Выполнение задания по созданию «Иконок-шариков» 5. Выполнение иллюстрации к любимой книге. 6. Выполнение рисунка шара, куба, цилиндра из разных материалов. 7. Создание логотипа по собственному эскизу. 8. Выполнение иллюстрации набора стикеров.					
Освоение приёмов работы инструментами растровой графики. (Упражнения по заданию преподавателя) Создание макета визитки, журнальной страницы, календаря, плаката.					

Учебная практика. Практика по проектной компьютерной графике и мультимедиа. Виды работ: изучение и анализ профессионально выполненных рекламных проектов; создание коллекции работ, объединенной общей тематикой (сочинение, сценарий – сюжет, плакат, видеоролик): разработка ТЗ (технического задания), творческого задания (брифа) или сценария по теме проектирования, выполнение подготовительных работ, подбор и изготовление необходимого иллюстративного, фотографического и видео материала; работа над формальными вариантами дизайна коллекции; выбор основного варианта коллекции и окончательная его доработка. Выбор компьютерных программ, в которых будет реализовываться данный рекламный продукт; создание основного проекта коллекции; подготовка подачи проекта и его защита; работа над формальными вариантами дизайна Интернет-сайта; выбор основного варианта Интернет сайта и окончательная его доработка. Выбор компьютерных программ, в которых будет реализовываться данный рекламный продукт; создание главной страницы Интернет сайта; подготовка подачи проекта и его защита.		72	
Производственная практика по проектной компьютерной графике и мультимедиа Виды работ		72	
Раздел 3. Создание фото-сюжетов с рекламными функциями			ЛР 1, ЛР 2, ЛР 3, ЛР 7, ЛР 8, ЛР 10, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 15
МДК.02.03 Техника и технология рекламной фотографии		130 ауд 65 срс	
Тема 3.1 Изобретение фотографии	Содержание	6	
	1. История изобретения фотографии		1
	2. Развитие фотоискусства		1
Тема 3.2. Фотооптика и фотоаппаратура	Содержание	8	
	1. Технические средства фотосъемки в рекламе Устройство фотоаппаратов и их основные типы. Дополнительные принадлежности для съемки.		1,2
	2. Основы фотооптики. Виды объективов.		1
	3. Применение светофильтров при съемке.		1
	Практические занятия		
	Овладение навыками обращения с фотоаппаратом: зарядка, спуск затвора.		
Тема 3.3. Особенности освещения при фотосъемке	Содержание	8	
	Техника и технологии фотосъемки в рекламе. Освещение		
	Практические занятия		
	Фотосъемка для производства рекламного продукта		
Тема 3.4. Способы замера экспозиции	Содержание	6	
	Практические занятия		

	Овладение способами замера экспозиции в направленном и отраженном потоках света. Метод локального замера экспозиции.		
Тема 3.5. Виды фотоматериалов	Содержание	2	
	Виды негативных и позитивных черно-белых фотоматериалов. Виды цветных негативных и позитивных фотоматериалов и корректирующих светофильтров.		
Тема 3.6 Техника и приемы печати	Содержание	6	
	Техника цветной фотографии. Особые приемы печати.		
	Практические занятия Освоение приёмов печати фотографий		
Тема 3.7 Основы фотоконпозиции	Содержание	6	
	1. Основные композиционные формы и правила акцентирования.		1,2
	2. Приемы построения кадра.		1,2
	3. Особенности композиции и съёмки в цветной фотографии. Колорит.		1,2
	4. Свет и цвет. Основные выразительные средства фотоискусства.		1,2
	Практические занятия		
Выполнение работ по выстраиванию композиции кадра. Проведение съёмки при различных условиях освещения.			
Тема 3.8 Выполнение фотосъёмки в разных техниках	Содержание	28	
	1. Художественная специфика. Основные жанры и направления фотоискусства.		1
	2. Репортажно-публицистическая съёмка.		1
	3. Пейзажная и архитектурная съёмка. Интерьер.		1,2
	4. Предметная фотография. Фотосъёмка натюрморта.		1,2
	5. Фотографирование живой природы.		1,2
	6. Портретная фотосъёмка.		1,2
	7. Жанровая фотография.		1,2
	8. Особенности внестудийного портретирования и съёмки фотоочерка.		1,2
	9. Прикладная фотография. Экспериментальная фотография		1,2,3
	Практические занятия		
Проведение съёмки по заданию преподавателя в соответствии с темой занятия: съёмка пейзажа, съёмка архитектурных объектов, съёмка натюрморта, съёмка интерьера, портретная съёмка, съёмка животных, жанровая фотосъёмка, экспериментальная фотография.			
Тема 3.9 Рекламная фотография	Содержание	30	
	1. Основы фоторекламы.		1
	2. Особенности и технология фотосъёмки для рекламы.		1,2
	3. Области применения фоторекламных изображений.		1,2,3
	Практические занятия		
Проведение фотосъёмки для рекламной продукции.			

Тема 3.10 Организация творческого процесса в фотографии	Содержание		4	
	1.	Способы творческой съемки и критерии оценки в художественной фотографии.		1
	2.	Фотографическое видение. Организация творческого процесса в фотографии.		1,2
	3.	Отборочно-рецензентский (бильдредакторский) практикум.		1,2
	Практические занятия			
Проведение репродукционной съемки.				
Тема 3.11 Обработка и архивирование фотоизображений	Содержание		26	
	1.	Фотомонтаж. Коллаж.		1,2,3
	2.	Ретушь. Компьютерная обработка фотографий.		1,2,3
	3.	Картотека и архив негативов. Оформление фотопроизведений.		1,2
	Практические занятия			
Выполнение работ по фотомонтажу, с использованием профессиональных пакетов программного обеспечения для обработки фотографий.				
Выполнение работ по ретушированию и реконструированию фотоизображений.				
Выполнение работ по сохранению, архивированию и пересылке фотоизображений.				
Самостоятельная работа при изучении раздела 3. ПМ. 02			65	
Изучение возможностей цифрового фотоаппарата. Изучение специальной литературы и материалов из Интернета по темам: «Колорит в фотографии», «Выразительные средства фотографии», «Особенности фотоискусства», «История и теория фоторекламы». Репортажная съёмка события. Фотосъёмка интерьера, пейзажа, архитектурного объекта. Фотосъёмка натюрморта. Фотосъёмка животных. Портретная фотосъёмка (индивидуальный портрет, групповой портрет, автопортрет). Съёмка в общественном интерьере. Фотосъёмка иллюминаций, света от фонарей и костров. Внестудийная фотосъёмка для использования в рекламе. Фотосъёмка для применения в рекламной полиграфии (постерах и календарях). Фотомонтаж отснятых и заимствованных материалов. Ретуширование оцифрованной фотографии. Обработка, архивация, хранение и передача фотоизображений.				
Учебная практика. Практика по технике и технологии рекламной фотографии Виды работ: Фешн-съёмка в торговом центре «Мега» Тематическая фотосессия «Две дюжины» Тематическая фотосессия «Десяток» Тематическая фотосессия «Четыре угла» Тематическая фотосессия «Портативный объект» Тематическая фотосессия «Любимое число» Постановка индивидуального портрета в студии			72	

Постановка групп в студии Постановка мужского и женского портрета Архитектурная съемка зданий, фасадов, отдельных архитектурных элементов Съемка дизайн интерьеров Съемка мебели Съемка аксессуаров интерьера Каталогная фотография Фотосъемка продуктов питания Фотосъемка канцтоваров Фотография сувенирной продукции Деловой портрет Фоторепортаж			
Раздел 4.		228	
Создание видео-сюжетов с рекламными функциями			
МДК.02.04		304	
Техника и технология рекламного видео			
Подраздел Моушн дизайн	Содержание	84	
	Понятие моушн дизайна. История возникновения и область применения. Продукты моушн-дизайна. Содержание деятельности моушн-дизайнера. Технология создания моушн-ролика		
Подраздел Разработка рекламного сценария		44	ЛР 1, ЛР 2, ЛР 3, ЛР 7, ЛР 8, ЛР 10, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 15
Тема 4.1.1. Драма как род литературы. Основные элементы композиции	Содержание	4	
	Основные жанры драматургии: драма, комедия, трагедия. Отличие драматургии от литературной прозы: важность реплик и диалогов. Композиция литературного сценария рекламного ролика. Драматургия, как прием динамизации зрительского интереса. Основные элементы композиции : Экспозиция. Завязка. Кульминация. Развязка. Выводы. Требования к элементам композиции. Понятие сюжет, эпизод. Сюжет, как цепь событий и поступков героев. Отличие «фабулы» от «сюжета». Главные и второстепенные герои. «Положительные» и «отрицательные» герои.		
	Практическое занятие Чтение и сравнительный анализ фрагментов литературной прозы и фрагментов сценариев. Анализ видеофрагментов рекламных роликов.	1	
Тема 4.1.2. Слово в драматургии.	Содержание	4	
	Драматургический диалог, монолог, авторский текст. Основные законы диалога. Внутренний монолог. Закадровый монолог или диалог в кинодраматургии. Фонетические, архитектурные и ритмические особенности речи. Окраска голоса, его эмоциональный настрой. Понятие драматургической ремарки.		

	Практическое занятие Анализ представленных видеофрагментов анимационных, художественных фильмов и спектаклей.	1	
Тема 4.1.3. Режиссерский сценарий	Содержание	4	
	Режиссерский сценарий и раскадровка. Определение, особенности, структура режиссерского сценария. Американский стандарт режиссерского сценария. Понятие раскадровки, как изобразительного сценария ролика и инструмента коммуникации с заказчиком. Понятие постановочного проекта, его элементы.		
	Практическое занятие Анализ примеров раскадровки.	1	
Контрольная работа.	Выполнение тестового задания. Модуль №1 «Основы сценарного мастерства режиссеров рекламы».	1	
Тема 4.1.4. Режиссерский замысел	Содержание	4	
	Режиссерский замысел, его суть и компоненты. Формы замысла – эскиз, творческий набросок, сценарно-композиционный план. Понятие темы, идеи, сверхзадачи. Особенности их определения и разработки. Конфликт и его виды. Основные виды конфликтов: внутренний и внешние, персонаж-группа, персонаж-среда, группа-группа, персонаж - метафизическое понятие. Конфликты разрешаемые и не разрешаемые. Характеристика действующих лиц. Примеры характеристик восприятия ТМ. Требования к рекламным персонажам.		
	Практическое занятие Просмотр и анализ рекламных роликов: определение темы, идеи, сверхзадачи, конфликта. Рассмотрение примеров известных персонажей рекламы.	1	
Тема 4.1.5. Метод идейно-тематического анализа	Содержание	4	
	Действие, как цепь событий и поступков героев. Событийный ряд. Понятие события. Исходное, основное, центральное, финальное и главное событие. Исходное и ведущее предлагаемое обстоятельство. Требования к действию. Понятие перипетий, коллизий в развитии действия. Понятие контрдействия. Разбор примеров рекламных видеороликов методом идейно-тематического анализа.		
	Практическое занятие Просмотр и сравнительный анализ сценариев рекламных роликов. Определение исходного, основного, центрального, финального и главного события.	1	
Тема 4.1.6. Выразительные средства драматургии. Рекламный образ.	Содержание	4	
	Понятие выразительных средств. Традиционные выразительные средства: слово (прозаическое, поэтическое), музыка, аудиовизуальные. Функции выразительных средств, пути их использования. Деталь как выразительное средство. Природа рекламного образа. Технология создания рекламных образов. Образ-персонаж, образ-оформление, образ-действие. Понятие троп. Виды троп: аллегория, метафора, символ, гипербола, литота, метонимия, синекдоха, олицетворение, сравнение, эпитет, каламбур.		
	Практическое занятие Определение функции выразительных средств на примере рекламных видеороликов. Рассмотрение примеров троп в рекламе.	1	
Тема 4.1.7. Приемы создания рекламного образа	Содержание	4	
	Классификация приемов создания рекламного образа: использование профессионального статуса, имиджа животных, сказок, символов прошлого, национальной принадлежности, семантики окружения, произведений искусства, метафоры, а также оригинальность, гиперболизация, недосказанность, противостояние борьба-победа, изменение угла зрения, визуализация стереотипа,		

	прием контраста “до и после”, контраст, показ жизненной ситуации использования товара, результат использования товара, олицетворение, показ потребителя товара.		
	Практическое занятие Рассмотрение примеров приемов создания рекламного образа. Решение задач по принципу выбора приема создания рекламного образа для случайного продукта.	1	
Тема 4.1.8. Жанр рекламного произведения.	Содержание	4	
	Особенности и критерии выбора жанра. Характеристика жанров: Объявление. Рекламный ролик. Анонс. Клип. Рекламный фильм. Рекламная передача.		
	Практическое занятие Просмотр и сравнительный анализ рекламных роликов. Определение жанра.	1	
Тема 4.1.9 Жанровое разнообразие рекламных сообщений	Содержание	4	
	Жанровое разнообразие рекламных сообщений. Продукт — главный герой. Жизненная ситуация. Решение проблемы. Презентация. Блок новостей. Рекомендация специалистов и знаменитостей. Демонстрация. Драматизация, или зарисовка с натуры. Интервью с покупателем. Музыкальная реклама. Анимация. Стиль жизни. Самоупоминание. Стиль MTV.		
	Практическое занятие Рассмотрение примеров жанрового разнообразия рекламных роликов. Игра «Характеры». Студенты делятся на пары, и каждый пишет на листе бумаги о том, что он любит и что не любит (как вариант — свои «плюсы» и «минусы»). Затем студенты меняются листами и составляют рекламные истории, используя приоритеты и свойства характера. Цель — «создать» характер и определить, что может рекламировать этот человек.	1	
Контрольная работа.	Выполнение тестового задания. Модуль №2 «Постановочный проект рекламного ролика».	1	
Тема 4.1.10 Классификация телевизионной рекламы.	Содержание	4	
	Приемы воздействия на потребителя рекламы. Аудио- и видеоэлементы. Темп в рекламе. Динамика сюжета. Реквизит и декорации. Компьютерные технологии. Классификация телевизионной рекламы. Постановочные, анимационные, комбинированные ролики и ролики на основе документальной хроники. Рекламный сериал. Продакт плейсмент. Характерные ошибки видео-рекламы.		
	Практическое занятие Просмотр и сравнительный анализ рекламных роликов, фрагментов с продакт плейсментом. Разбор ошибок видео-рекламы.	1	
Тема 4.1.11. Классификация рекламных роликов по принципу “доминирующей профессии”.	Содержание	4	
	Классификация рекламных роликов по принципу “доминирующей профессии”. Режиссерский, операторский, информационный, репортажный тип рекламы. Команда рекламного ролика. Рекламное агентство. Креативный директор и копирайтер. Художественный директор и продюсер. Производственная фирма. Режиссер-постановщик и оператор. Художник-постановщик. Композитор. Персонал съемочной площадки. Фуд-стилизм и фуд-стилисты. Постпродакшн – видеоинженер и звукорежиссер.		
	Практическое занятие Просмотр и сравнительный анализ рекламных роликов. Определение ролика по типу. Разбор роликов с фуд-стилизмом	1	
Подраздел Техника и технология рекламной видеосъемки		148	ЛР 1, ЛР 2, ЛР 3, ЛР 7, ЛР 8, ЛР 10, ЛР 11,

			ЛР 13, ЛР 15
Тема 4.2.1. Введение в курс История возникновения видеорекламы. Виды и типы видеорекламы	Содержание История возникновения видеорекламы. Выбор техники и технологии, основных изобразительных средств и материалов изготовления рекламной продукции. История возникновения видеорекламы. Видеореклама как будущее медиарынка. Виды и типы видеорекламы Типология рекламного видеопродукта. <i>Коммерческие, Брендовые/Имиджевые видеоролики. Социальная, вирусная реклама. Продакт-плейсмент. Дональд Ганн. 12 типов ТВ рекламы для малого бизнеса.</i>	4	
Тема 4.2.2. Съемочная команда в видеопроизводстве. Написание технического задания	Содержание Основные профессии в видеопроизводстве. Основные профессии в видеопроизводстве. Работа на разных этапах видеопроизводства (пре-продакшн, продакшн, пост-продакшн). Основы составление технического задания/брифа и работы по нему. <i>Продюсер (виды продюсирования), режиссер-постановщик, оператор-постановщик, художник-постановщик, менеджер по локациям, звукорежиссер, гаффер, режиссер монтажа, колорист.</i> Работа на разных этапах видеопроизводства (пре-продакшн, продакшн, пост-продакшн).	4	
Тема 4.2.3. Создание концепций рекламных роликов.	Содержание Рекламная идея видеоролика. Методы поиска творческих решений.	2	
Тема 4.2.4. Синопсис и режиссерский сценарий.	Содержание Создание литературного сценария. Как литературный сценарий становится режиссерским сценарием. Основные позиции в режиссерском сценарии.	4	
Тема 4.2.5 Обсуждение концепций рекламных видеороликов.	Содержание Использование метода "Мозговой штурм" в работе над обсуждением и утверждением концепций.	2	
Тема 4.2.6 Тритмент и мудборд.	Содержание Понятия «тритмент» и «мудборд». Создание художественной составляющей будущего видеоролика.	4	
Тема 4.2.7 Создание сметы.	Содержание Основные позиции в составлении сметы. Ценообразование видеоуслуг в стране.	2	
Тема 4.2.8 Защита проектов.	Содержание Показ и защита готовой концепции/сценария перед заказчиком.	2	
Итоговое занятие	Подведение итогов.	2	
Тема 4.2.9 Работа оператора. Съемочное оборудование	Содержание Профессиональные/любительские камеры, съемка со штатива, рельсы, стабилизация видео. Основные настройки видеокамеры: Экспозиция, ISO, WB, кельвины, Picture style, magic lantern. Объективы, их виды, для каких задач они подходят. Светосила, фокус, ГРИП	4	

<p>Тема 4.2.10 Работа менеджера по локациям. Создание мизансцены. Работа гаффера</p>	<p>Содержание Функциональные обязанности менеджера по локациям. Поиск и подготовка локаций. Функциональные обязанности и инструменты работы гаффера. Осветительные приборы и техника: Типы ламп, Отражатели, Линзовые прожекторы. Световые аксессуары: Шторка осветительного прибора, маскировочные загородки, фигурные затенители, подставки, стойки, мешки с песком, гели. Световые схемы. Построение мизансцены с освещением (для выбранной рекламе).</p>	2	
<p>Тема 4.2.11 Работа художника - постановщика.</p>	<p>Содержание Влияние цвета на восприятие кадра. Психология цвета. Работа с декорациями, реквизитом и костюмами.</p>	2	
<p>Тема 4.2.12 Съемки рекламы/кино по сценарию.</p>	<p>Содержание Основы видеосъемки: Монтаж по Кулешовку. Крупность планов. Панорамная съемка. Съемка в движении. Правила композиции в видео: Соотношение сторон кадра, правило третей. Основы создания раскадровки. Создание раскадровки (для выбранной рекламе).</p>	4	
<p>Тема 4.2.13 Работа режиссера - постановщика.</p>	<p>Содержание Работа с съемочной командой на площадке. Работа с актерами на площадке.</p>	2	
<p>Тема 4.2.14 Знакомство с монтажными программами. Основы монтажа.</p>	<p>Содержание Технические и программные средства для компьютерной обработки видео-, анимации. Adobe Premier. Davinci resolve. Avid Media Composer. Final cut. Подготовка проекта к монтажу. Структура хранения исходных/дополнительных материалов. Логгер. Source video/audio. Монтаж отснятого материала.</p>	8	
<p>Тема 4.2.15 Основы звукокоррекции. Звукокоррекция смонтированного материала.</p>	<p>Содержание Технические и программные средства для компьютерной обработки аудио. Программы для звукокоррекции видео. Базовая звукокоррекция видео. Саундоформление, Adobe Premier. Adobe audition.</p>	4	
<p>Тема 4.2.16 Цветокоррекция отснятого материала.</p>	<p>Содержание Программы для цветокоррекции Adobe Premier. Davinci resolve. Цветокоррекция смонтированного материала. Экспорт чистового рекламного видео. Презентация проекта.</p>	6	
<p>Тема 4.2.17 Видеоэффекты и видеопереходы.</p>	<p>Содержание Работа в программе Adobe after effects</p>	4	
<p>Тема 4.2.18 Техника съемки без штатива.</p>	<p>Содержание Внутрикадровый монтаж</p>	4	

Тема 4.2.19 Видеореклама в соцсетях. Виды, типы. ЦА.	Содержание Какая бывает реклама в социальных сетях, её целевая аудитория	1	
Тема 4.2.20 Современные виды рекламных видео. Предметная съемка.	Содержание Предметная съемка. Создание концепции, сценария. Съемка по сценарию, монтаж отснятого материала.	8	
Тема 4.2.21 Современные виды рекламных видео. Food съемка.	Содержание Food съемка. Создание концепции, сценария. Съемка по сценарию, монтаж отснятого материала.	8	
Тема 4.2.22 Современные виды рекламных видео. Lifestyle видео. Art видео.	Содержание Lifestyle видео. Art видео. Создание концепции, сценария. Съемка по сценарию, монтаж отснятого материала.	8	
Тема 4.2.23 Видеореклама в соцсетях.	Содержание Технология создания Интернет-рекламы. Реклама в instagram. Реклама в tik-tok. Реклама во вконтакте/facebook. Форматы/концепции.	6	
Тема 4.2.24 Короткометражный фильм с продакт-плейсмент. Написание сценария.	Содержание Поиск бренда для маркет-плейсмент. Написание сценария.	6	
Тема 4.2.25 Короткометражный фильм с продакт-плейсмент. Режиссерский сценарий. КПП.	Содержание Написание режиссерского сценария и календарно-постановочного плана.	8	
Тема 4.2.26 Короткометражный фильм с продакт-плейсмент. Съемочный период.	Содержание Съемки фильма по написанному сценарию.	12	
Тема 4.2.27 Короткометражный фильм с продакт-плейсмент. Монтажный период.	Содержание Работа логгера. Подготовка материала для монтажа. Монтаж отснятого материала. Использование профессиональных пакетов программного обеспечения для обработки аудио-, видео-, анимации	6	
Тема 4.2.28 Короткометражный фильм с продакт-плейсмент.	Содержание Работа со звуком. Поиск музыкальной составляющей. Сведение звуковых дорожек. Использование профессиональных пакетов программного обеспечения для обработки аудио	8	

Саунддизайн.	информации		
Тема 4.2.29	Содержание	7	
Короткометражный фильм с продакт-плейсмент. Цетокоррекция	Подбор референсов для цетокоррекции. Цетокоррекция смонтированного материала Использование профессиональных пакетов программного обеспечения для обработки аудио-, видео-, анимации		
Тема 4.2.30	Содержание	2	
Создание титров для готового фильма.	Создание титров в программе Adobe affter effects.		
Тема 4.2.31	Содержание	2	
Показ готового короткометражного фильма.	Итоговое занятие. Премьера отснятых фильмов		
Подраздел		28	ЛР 7, ЛР 8, ЛР 11, ЛР 13, ЛР 15
Музыкальное оформление рекламного продукта			
Тема 4.3.1.	Содержание	12	
Музыкальная психология	Физиологические механизмы слуховых ощущений и восприятий, свойства и закономерности. Характеристики звука: громкость, высота, тембр. Восприятие музыки как целостного образа. Психологические аспекты влияния музыки на организм человека. Эмоциональный аспект воздействия рекламной музыки. AIDA и этапы воздействия музыки в рекламе. Назначение и особенности использования неприятной музыки в рекламе.		
	1. Восприятия человеком звука.		1
	2. Образ-цвет-звук. Синестезия.		1
	3. Психология воздействия рекламной музыки.		1
Тема 4.3.2.	Содержание	16	
Музыка в рекламе.	Рекламный звук и правила его выбора. Понятие и функции сопутствующей рекламной музыки. Основные правила использования музыки в местах продаж. Музыкальное оформление рекламы и ненужные ассоциации. Музыка рекламы и демографический характер покупателей. Звуковые эффекты и особенности их использования. Жанровые типы музыки и условия их использования в рекламных роликах. Композиционные типы звукового оформления рекламы. Корпоративная музыка. Аудиобренд и его компоненты. Типы корпоративной музыки. Использование музыки различными средствами рекламы. Использование компьютерных программ аудиовещания. Технические и программные средства для компьютерной обработки аудиозаписей. Использование профессиональных пакетов программного обеспечения для обработки аудио информации		
	1. Выбор рекламного звука.		1
	2. Музыка рекламных роликов.		1,2
	3. Корпоративная музыка и ее особенности.		1
	4. Функции музыки в рекламе.		1

	5. Использование музыки в рекламе. Виды рекламной музыки и ее основные функции.		1
	6. Озвучивание рекламы: радио, телевидение, интернет. Методы озвучивания.		1
	7. Технические приемы работы со звуком: запись, монтаж, обработка.		2
Самостоятельная работа при изучении раздела 4. ПМ. 02		152	
<p style="text-align: center;">Подраздел 1 Разработка рекламного сценария</p> <p>Разработка идеи короткометражного рекламного ролика, в котором главными героями являются: 1) вещи, 2) животные, 3) люди. Сочинение диалогов, используя различные его механизмы: 1) смена темы, 2) подхват, 3) перебой, 4) разрыв, 5) возвращение и 6) срыв темы. Написание драматического литературного, режиссерского сценария, сделать раскадровку для предмета мебели из Икеи. Поиск примеров основных видов конфликтов в литературной прозе и кинематографе. Поиск примеров статичных изображений, в которых есть эффект движения/слышно звук. Создание сюжета рекламного ролика от первого лица выбранного продукта (прием оживления). Создание рекламной идеи с использованием знаменитого персонажа, литературного героя, политического деятеля, известного человека. Разработка идей для рекламного ролика с использованием символов прошлого или произведений искусства, гиперболизации, противостояния. Разработка идеи рекламного ролика в стиле блока новостей, в стиле интервью с покупателем, решения проблемы. Поиск примеров рекламных сериалов Поиск примеров режиссерского и операторского рекламного ролика</p> <p style="text-align: center;">Подраздел 2 Техника и технология рекламной видеосъемки</p> <p>Подготовка сообщений на темы: «Изобретатели и родоначальники кинематографа» «Автоматика современных видеокамер» «Аппаратура для линейного монтажа» «Виды и технические особенности павильонного осветительного оборудования» «Творчество известных видео-операторов» «Психологическое воздействие цвета на человека» «Эффектные виды съемки» «Особенности игровых, научно-популярных, документальных и учебных фильмов» «Базовые понятия драматургии» «Психологическое воздействие рекламы» «Основные виды рекламной видеопродукции»</p> <p>Отработка практических навыков пользования видеокамерой. Съемки в павильоне. Съемки на натуре. Отработка практических навыков видеосъемки с применением эффектных видов, с применением специальных видов съемки. Разработка идеи видео-фильма. Разработка и написание сценария видео-фильма. Выполнение нелинейного монтажа видеофайлов.</p>			

<p>Разработка идеи рекламного обращения. Разработка сценария видео-рекламы. Выполнение монтажа видеосюжета на рекламную тему. Графическое оформление проекта. Подготовка презентации проекта.</p> <p style="text-align: center;">Подраздел 3 Музыкальное оформление рекламного продукта</p> <p>Анализ учебной информации, подготовка ответов на контрольные вопросы Выполнение озвучивания видеофильма. Выполнение озвучивания рекламного видео-сюжета. Подбор и наложение музыки, звуковых и шумовых эффектов. Разработка анимированного изображения.</p>		
<p style="text-align: center;">Учебная практика. Виды работ:</p> <p>Разработка сценарного фильма. Разработка литературного сценария Выбор темы для фильма. Подбор графического материала Разработка текста для озвучивания фильма Разработка аниматики фильма Съёмки кадров для фильма Монтаж фильма Озвучивание фильма изучение и анализ профессионально выполненных видео-композиций, примеров видео-рекламы; просмотр учебных фильмов; освоение приёмов работы с видео-оборудованием; освоение техник съёмки в различных условиях; съёмка живых и неживых объектов при различных настройках видео-оборудования; съёмка статичных и движущихся объектов; изучение профессиональных приёмов (фишек) съёмки; отбор отснятого материала; компьютерная обработка цифровых видеоматериалов; выполнение сложного монтажа фильма; отбор музыкального и звукового материала, запись живого звука; озвучивание видеофильма; выполнение чистового монтажа видеорекламы; кодирование видеофильма; подготовка и проведение презентации видео-фильма.</p>	<p>54</p>	
Всего	1762,5	

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация профессионального модуля требует наличия учебных кабинетов шрифтовой и художественной графики, проектирования рекламного продукта.

Оборудование учебного кабинета:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- комплект учебно-методической документации (включая медиатеку и видеотеку);

- учебные пособия.

Технические средства обучения:

- ПК с программным обеспечением для преподавателя;
- ПК по количеству обучающихся;
- мультимедиа проектор и проекционный экран;
- лицензионное программное обеспечение;
- локальная сеть;
- доступ в Интернет.

Лаборатории:

- компьютерного дизайна;
- компьютерной графики и видеомонтажа;
- информационных и коммуникационных технологий;
- фотолаборатория.

Студии:

- фотостудия.

Полигоны:

- минитипография.

4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Боресков, А. В. Компьютерная графика : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. В. Боресков, Е. В. Шикин. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 219 с.
2. Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 514 с.

3. Сергеев, Е. Ю. Технология производства печатных и электронных средств информации : учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. Ю. Сергеев. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 227 с.

Дополнительные источники

1. Боресков, А. В. Основы компьютерной графики : учебник и практикум для вузов / А. В. Боресков, Е. В. Шикин. — Москва : Издательство Юрайт, 2018. — 219 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13196-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/449497>
2. Данилов А.А. Идея, сценарий, дизайн в рекламе. – СПб.: Издательство ДАН, 2010. – 252с.
3. Джилленуотер З. Сила CSS3. Освой новейший стандарт веб-разработок! - СПб.: Издательство Питер, 2012. – 304 с.
4. Дизайн и основы композиции в дизайнерском творчестве и фотографии / Авт.-сост. М.В. Адамчик. – Минск: Харвест, 2010. – 192 с.
5. Домасев М., С. Гнатюк С. Цвет, управление цветом, цветовые расчеты и измерения.: Изд.дом ПИТЕР, 2009.- 224 с.
6. Ефремов А. Современная черно-белая фотография. – СПб.: Издательство: Питер, 2011. – 131 с.
7. Ефремов А. Fотomaster. Взгляд через объектив . – СПб.: Издательство: Питер, 2011. – 128 с.
8. Косенко, П. Живая цифра. Книга о цвете, или как заставить дышать цифровую фотографию. – М.: Издательство: Тримедиа Контент, 2013.- 286 с.
9. Куркова, Н. С. Анимационное кино и видео: азбука анимации : учебное пособие для вузов / Н. С. Куркова. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 234 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11227-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/456992>
10. Курушин В.Д. Графический дизайн и реклама. – М.: Издательство: ДМКПресс, 2012.-272 с. г.
11. Лурекас П., Уэйнманн Э. Photoshop для Windows и Macintosh. – М.: Издательство: ДМК, 2013. – 872 с.
12. Макнейл, П. Секреты Веб-дизайна. – СПб.: Изд. Питер, 2012. – 273 с.
13. Маркотт И. Responsive Web Design / Отзывчивый веб-дизайн. – М.: Издательство: Манн, Иванов и Фербер, 2012. – 277 с.
14. Овчинникова Р.Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования: учебное пособие. – М.: Издательство: ЮНИТИ-ДАНА, 2010. - 239 с.
15. Поляков В.А., Разработка и технологии производства рекламного продукта: учебник и практикум для академического бакалавриата / В.А. Поляков, А.А. Романов. – М.: Юрайт, 2017. 502 с.

16. Сэнди Коэн: Верстка в InDesign с нуля – М.:Издательство: ДМК-Пресс, 2011. – 720 с.
17. Ткаченко, Н.В. Креативная реклама. Технологии проектирования: учеб. Пособие для студентов вузов. Обучающихся по специальности «Реклама /Н.В. Ткаченко, О.Н. Ткаченко. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 335 с.
18. Трищенко, Д. А. Техника и технологии рекламного видео : учебник и практикум для академического бакалавриата / Д. А. Трищенко. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 177 с.
19. Цеховой, В.А. Энциклопедия дизайнера CorelDRAW 10 (+ CD-ROM). – СПб.: Издательство: Наука и Техника, 2011. – 512 с.

Электронные ресурсы:

1. Интернет-сайт о творчестве и последних новостях в рекламе. Форма доступа: <http://www.adme.ru/>
2. Интернет-сайт on-line библиотеки: дизайн, PR, реклама, полиграфия, Web «Книги по дизайну и о дизайне для дизайнера». Форма доступа: <http://de-lib.narod.ru/>
3. Интернет-сайт «Школа рекламиста [Adv]schoolRu»: новости, статьи, книги о рекламе, маркетинге, PR и дизайне. Форма доступа: <http://www.advschool.ru/>
4. Калмыкова Н.В., Максимова И.А. Макетирование из бумаги и картона: Учебное пособие. [Электронный ресурс] Форма доступа: <http://www.stroyka.ru/Materials/1764/1580069/maketirovanie/>
5. Мухин О.И. Компьютерная графика. [Электронный ресурс] Форма доступа: <http://stratum.ac.ru/education/textbooks/kgrafic>

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Программа профессионального модуля **ПМ.02 Производство рекламной продукции** реализуется в течение 3-х курсов обучения.

Организация учебного процесса и преподавание профессионального модуля в современных условиях должны основываться на инновационных психолого-педагогических подходах и технологиях, направленных на повышение эффективности преподавания и качества подготовки обучающихся.

В процессе обучения студентов основными формами являются аудиторные занятия, включающие лекции и практические занятия, а также самостоятельная работа обучающегося. Тематика лекций и практических занятий соответствует содержанию программы профессионального модуля.

Для успешного освоения профессионального модуля каждый студент обеспечивается учебно-методическими материалами (тематическими планами семинаров и практических занятий, учебно-методической литературой, типовыми тестовыми заданиями, ситуационными задачами, заданиями и рекомендациями по самостоятельной работе).

Лекции формируют у студентов системное представление об изучаемых разделах профессионального модуля, обеспечивают усвоение ими основных дидактических единиц, готовность к восприятию профессиональных

технологий и инноваций, а также способствуют развитию интеллектуальных способностей.

Практические занятия обеспечивают приобретение и закрепление необходимых навыков и умений, формирование профессиональных компетенций, готовность к самостоятельной и индивидуальной работе, принятию ответственных решений в рамках профессиональной компетенции.

Самостоятельная работа студентов проводится вне аудиторных часов, составляет 1/2 от общей трудоемкости междисциплинарного курса.

Оценка теоретических и практических знаний студентов осуществляется с помощью тестового контроля, решения ситуационных задач, оценки практических умений. В конце изучения профессионального модуля проводится экзамен, кроме того, материалы профессионального модуля, включаются в государственную (итоговую) аттестацию по специальности 42.02.01. Реклама.

Производственную практику (по профилю специальности) необходимо проводить как итоговую (концентрированную) практику по завершению изучения разделов модуля. Базами учебной и производственной практики являются лаборатории и студии колледжа, рекламные предприятия и организации, с которыми колледж заключает договор о взаимном сотрудничестве. Основными условиями прохождения производственной практики в данных предприятиях и организациях являются наличие квалифицированного персонала, оснащенность современным технологическим оборудованием

Практика по профилю специальности проводится под руководством преподавателей и специалистов предприятия-базы практики. Руководитель от колледжа назначается приказом директора из числа преподавателей специальных дисциплин. В обязанности преподавателя-руководителя практики входит: контроль выполнения программы практики, оказание методической и практической помощи студентам при отработке практических профессиональных умений и приобретения практического опыта, проверка заполнения дневника практики.

Руководители практики студентов от предприятия-базы практик назначаются приказом руководителя предприятия до начала практики, из числа специалистов имеющих образование, соответствующее профилю преподаваемого профессионального модуля.

Обязательным условием допуска к производственной практике (по профилю специальности) в рамках данного профессионального модуля является освоение учебной практики в рамках ПМ. 02 **Производство рекламной продукции.**

Обязательным условием допуска к итоговому экзамену в рамках данного профессионального модуля является освоение учебной и производственной практик в рамках ПМ. 02 **Производство рекламной продукции.**

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по модулю:

- высшее образование, соответствующее профилю преподаваемого модуля;
- опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы
- 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.	Подбор инструментов и материалов для изготовления определенного вида рекламной продукции в соответствии с технологическими требованиями чего?	Текущее наблюдение за процессом обучения. Оценка деятельности обучающегося при выполнении практических заданий, оценка самостоятельной работы студентов.
	Подбор инструментов и материалов для создания фото и видео рекламы в соответствии с технологическими требованиями	Текущее наблюдение за процессом обучения. Экспертное наблюдение и оценка проектной деятельности обучающегося Оценка деятельности обучающегося при выполнении эскизов, рисунков, электронных изображений, плоских и объемно-пространственных композиций, фото- и видео-проектов.
	Правильность выполнения в соответствии с требованиями модели (макета, сценария) объекта с учетом выбранной технологии.	Текущее наблюдение за процессом обучения. Экспертное наблюдение и оценка проектной деятельности обучающегося.
	Правильность выбора оборудования, инструментов и материалов для производства рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков.	Индивидуальные беседы и консультации по текущим заданиям. Текущее наблюдение за процессом обучения. Экспертное наблюдение и оценка проектной деятельности обучающегося, при выполнении, учебной, самостоятельной работы и при выполнении работ по учебной и производственной практике.
	Качество и чистота выполнения технологических операций в процессе разработки и выполнения рекламных продуктов в материале.	Текущее наблюдение за процессом обучения. Экспертное наблюдение и оценка проектной деятельности обучающегося, при выполнении, учебной, самостоятельной работы и при выполнении работ по учебной и производственной практике.

	Соблюдение правил техники безопасности при работе на оборудовании, специальными инструментами и материалами.	Текущее наблюдение за процессом обучения. Индивидуальные беседы и консультации по текущим заданиям.
ПК 2.2. Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии	Обоснование актуальности выбранных авторских рекламных проектных и технологических решений	Индивидуальные беседы и консультации по текущим заданиям. Экспертное наблюдение и оценка проектной деятельности обучающегося.
	Глубина раскрытия темы проекта.	Экспертное наблюдение и оценка проектной деятельности обучающегося Оценка деятельности обучающегося при выполнении сценариев, эскизов, рисунков, электронных изображений, плоских и объёмно-пространственных композиций, макетов.
	Степень эрудированности в области современных тенденций развития рынка рекламы.	Индивидуальные беседы и консультации по текущим заданиям. Текущее наблюдение за процессом обучения.
	Степень владения современным «языком» проектного выражения рекламной идеи.	Индивидуальные беседы и консультации по текущим заданиям. Экспертное наблюдение и оценка проектной деятельности обучающегося, при выполнении, учебной, самостоятельной работы и при выполнении работ по учебной и производственной практике.
	Соответствие учебного рекламного сценария правилам составления сценариев рекламного характера	Индивидуальные беседы и консультации по текущим заданиям. Оценка письменного отчёта с предоставлением конспекта.
	Грамотность составления текста сценария. (Согласно правилам русского языка).	Индивидуальные беседы и консультации по текущим заданиям. Оценка письменного отчёта с предоставлением конспекта.
	Владение типовыми (классическими) приёмами копирайтинга.	Индивидуальные беседы и консультации по текущим заданиям. Оценка письменного отчёта с предоставлением конспекта.
	Владение типовыми (классическими) приёмами макетирования	Текущее наблюдение за процессом обучения. Экспертное наблюдение и оценка проектной деятельности обучающегося , при выполнении учебной, самостоятельной работы и при выполнении работ по учебной практике.
	Уровень владения специальными компьютерными	Текущее наблюдение за процессом обучения. Экспертное наблюдение и оценка

	программами.	проектной и производственной деятельности обучающегося
	Соблюдение этапов и требований технологического процесса при создании макетов (моделей), полиграфической и сувенирной рекламной продукции с учетом выбранной технологии	Текущее наблюдение за процессом обучения. Экспертное наблюдение и оценка проектной деятельности обучающегося, при выполнении, учебной, самостоятельной работы и при выполнении работ по учебной и производственной практике.
	Качество и чистота выполнения технологических операций в процессе разработки и выполнения рекламных продуктов в материале	Текущее наблюдение за процессом обучения. Экспертное наблюдение и оценка проектной деятельности обучающегося, при выполнении, учебной, самостоятельной работы и при выполнении работ по учебной и производственной практике.
	Соблюдение правил техники безопасности при работе на оборудовании, специальными инструментами и материалами.	Текущее наблюдение за процессом обучения. Индивидуальные беседы и консультации по текущим заданиям.
ПК 2.3. Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале	Степень соответствия изготовленного оригинала требованиям технического (проектного) задания.	Индивидуальные беседы и консультации по текущим заданиям. Экспертное наблюдение и оценка производственной деятельности обучающегося
	Степень наличия творческих (креативных) компонентов в реализованном проекте.	Индивидуальные беседы и консультации по текущим заданиям. Текущий контроль в форме: анализа и оценки учебных и творческих работ. Оценка деятельности обучающегося при выполнении эскизов и объектов в материале.
	Правильность выбора оборудования, инструментов и материалов для производства рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков	Индивидуальные беседы и консультации по текущим заданиям. Текущее наблюдение за процессом обучения. Экспертное наблюдение и оценка проектной и производственной деятельности обучающегося, при выполнении самостоятельной работы и при выполнении работ по учебной и производственной практике.
	Степень развития технологических умений изготовления объекта рекламы в материале.	Экспертное наблюдение и оценка проектной и производственной деятельности обучающегося, при выполнении, учебной, самостоятельной работы и при выполнении работ по учебной и производственной практике.
	Наличие умений	Текущее наблюдение за процессом

	пользоваться специальным оборудованием при изготовлении образцов рекламы в материале.	обучения. Экспертное наблюдение и оценка проектной и производственной деятельности обучающегося, при выполнении, учебной, самостоятельной работы и при выполнении работ по учебной и производственной практике.
	Соблюдение технологических требований к процессу изготовления рекламного продукта в материале.	Текущее наблюдение за процессом обучения. Экспертное наблюдение и оценка проектной и производственной деятельности обучающегося, при выполнении, учебной, самостоятельной работы и при выполнении работ по учебной и производственной практике.
	Соблюдение правил техники безопасности при работе на оборудовании, специальными инструментами и материалами.	Текущее наблюдение за процессом обучения. Индивидуальные беседы и консультации по текущим заданиям.

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 ЛР 1, ЛР2	Демонстрация интереса к будущей профессии в процессе обучения.	Собеседование. Анализ творческих работ. Отчет по учебной и производственной практике.
	Степень активности, инициативность в процессе освоения программы модуля, включая деятельность во время практики.	Собеседование. Анализ творческих работ. Отчет по учебной и производственной практике.
	Участие в конкурсах профессионального мастерства, выставках-ярмарках, мастер-классах и т.п.	Собеседование. Анализ творческих работ. Отчет по учебной и производственной практике.
	Наличие систематичности в изучении дополнительной, справочной литературы, периодических изданий по специальности.	Собеседование. Экспертное наблюдение и оценка результатов учебной деятельности обучающегося.

	Эффективность и качество выполняемой самостоятельной работы.	Экспертное наблюдение и оценка учебной деятельности обучающегося.
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество ЛР2, ЛР3, ЛР7, ЛР11, ЛР13	Обоснование выбора и применения методов и способов решения профессиональных задач в области разработки технологических процессов.	Собеседование. Анализ учебных, творческих работ. Отчет по учебной и производственной практике.
	Результативность организации собственной деятельности для выполнения профессиональных задач.	Собеседование. Экспертное наблюдение и оценка результатов учебной деятельности обучающегося.
	Демонстрация эффективности и качества выполнения профессиональных задач.	Собеседование. Экспертное наблюдение и оценка результатов учебной деятельности обучающегося.
	Адекватный выбор методов и способов решения профессиональных задач.	Собеседование. Экспертное наблюдение и оценка проектной деятельности обучающегося.
	Точность подбора критериев и показателей оценки эффективности и качества выполнения профессиональных задач.	Собеседование. Анализ творческих работ. Отчет по учебной и производственной практике.
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность ЛР13, ЛР15	Обоснованность принятия решения в стандартных и нестандартных ситуациях.	Собеседование. Экспертное наблюдение и оценка процесса и результатов учебной деятельности.
	Демонстрация личной ответственности за действия в период учебного процесса и практики.	Собеседование. Экспертное наблюдение и оценка процесса и результатов учебной деятельности.
	Демонстрация способности принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Собеседование. Экспертное наблюдение и оценка процесса и результатов учебной и внеучебной деятельности, практики.
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой	Нахождение и использование информации для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Собеседование. Экспертное наблюдение и оценка процесса и результатов учебной и внеучебной деятельности, практики.

для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Адекватность использования нескольких источников информации для решения профессиональных задач, включая электронные.	Собеседование. Экспертное наблюдение и оценка процесса и результатов учебной, внеучебной деятельности и практики.
	Демонстрация навыков использования информационно-коммуникационные технологии для поиска необходимых материалов для решения профессиональных задач.	Собеседование. Экспертное наблюдение и оценка процесса и результатов учебной и внеучебной деятельности и практики.
	Нахождение и использование информации для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Собеседование. Экспертное наблюдение и оценка процесса и результатов учебной и внеучебной деятельности и практики.
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	Демонстрация навыков использования информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности.	Текущее наблюдение за процессом выполнения электронных документов и изображений. Индивидуальные беседы и консультации по текущим заданиям с использованием программ компьютерной графики. Оценка деятельности обучающегося при выполнении электронных изображений.
	Своевременность решения профессиональных задач на основе самостоятельно найденной информации с использованием ИКТ.	Индивидуальные беседы и консультации по текущим заданиям. Текущий контроль в форме анализа и оценки учебных и творческих работ.
	Результативность использования различных информационных источников с использованием ИКТ.	Текущее наблюдение за процессом выполнения электронных документов и изображений. Индивидуальные беседы и консультации по текущим заданиям с использованием программ компьютерной графики. Оценка деятельности обучающегося при выполнении электронных изображений.
	Качество оформления результатов работы с использованием ИКТ.	Экспертное наблюдение и оценка процесса и результатов учебной и внеучебной деятельности и практики.
ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями ЛР7, ЛР8,	Взаимодействие с обучающимися, преподавателями и мастерами в ходе обучения.	Экспертное наблюдение и оценка на практических и лабораторных занятиях, при выполнении работ по учебной и производственной практикам
	Ясность и аргументированность изложения собственного мнения.	Индивидуальные беседы и консультации по текущим заданиям. Экспертное наблюдение и оценка на практических и лабораторных занятиях при выполнении работ по учебной и производственной практикам

ЛР13	Правильность выбора стратегии поведения при организации работы в команде.	Наблюдение за учебной, внеучебной и творческой деятельностью обучающегося.
	Результативность взаимодействия с коллегами, руководством, потребителями.	Собеседование. Экспертное наблюдение и оценка на практических и лабораторных занятиях, при выполнении работ по учебной и производственной практикам. Наблюдение за внеучебной и творческой деятельностью обучающегося.
	Владение коммуникативными и организаторскими приёмами в малых и больших группах.	Собеседование. Экспертное наблюдение и оценка на практических и лабораторных занятиях, при выполнении работ по учебной и производственной практикам. Наблюдение за внеучебной и творческой деятельностью обучающегося.
	Владение механизмом целеполагания, планирования, организации, анализа, рефлексии, самооценки успешности собственной деятельности и коррекции результатов в области образовательной деятельности.	Собеседование. Экспертное наблюдение и оценка на практических и лабораторных занятиях, при выполнении работ по учебной и производственной практикам. Наблюдение за внеучебной и творческой деятельностью обучающегося.
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий ЛР7, ЛР8	Проявление ответственности за работу подчиненных, результат выполнения заданий	Собеседование. Экспертное наблюдение и оценка на практических и лабораторных занятиях, при выполнении работ по учебной и производственной практикам. Наблюдение за внеучебной и творческой деятельностью.
	Адекватность оценки и анализа эффективности и качества результатов работы членов команды (подчиненных).	Собеседование. Экспертное наблюдение и оценка на практических и лабораторных занятиях, при выполнении работ по учебной и производственной практикам. Наблюдение за внеучебной и творческой деятельностью обучающегося.
	Проявление навыков самоанализа и коррекции результатов собственной работы.	Индивидуальные беседы и консультации по текущим заданиям.
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься	Планирование обучающимся повышения личностного и квалификационного уровня	Индивидуальные беседы. Наблюдение за внеучебной и творческой деятельностью обучающегося.
	Владения способами физического, духовного и интеллектуального саморазвития, эмоциональной саморегуляции.	Наблюдение за внеучебной и творческой деятельностью обучающегося.

самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации. ЛР7, ЛР11, ЛР13, ЛР15	Наличие навыков самоанализа и коррекции результатов собственной работы.	Собеседование. Экспертное наблюдение и оценка на практических и лабораторных занятиях, при выполнении работ по учебной и производственной практикам. Наблюдение за внеучебной и творческой деятельностью.
	Участие в конкурсах профессионального мастерства, выставках-ярмарках, мастер-классах и др	Собеседование. Экспертное наблюдение и оценка проектной деятельности обучающегося. Текущий контроль в форме анализа творческих работ. Оценка участия в конкурсах, выставках, фестивалях различного уровня.
	Планирование получения профессионального образования более высшего уровня в дальнейшем.	Собеседование. Экспертное наблюдение и оценка проектной деятельности обучающегося. Текущий контроль в форме анализа творческих работ. Оценка участия в конкурсах, выставках, фестивалях различного уровня.
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности ЛР13, ЛР15	Проявление интереса к инновациям в области профессиональной деятельности.	Наблюдение за проектной, внеучебной и творческой деятельностью обучающегося.
	Систематичное изучение дополнительной, справочной литературы, периодических изданий, специальных интернет-ресурсов в области профессиональной деятельности	Индивидуальные беседы и консультации по текущим заданиям. Экспертное наблюдение и оценка на практических и лабораторных занятиях при выполнении работ по учебной и производственной практикам
	Проявление интереса к самостоятельному изучению новых компьютерных программ и рекламных технологий.	Индивидуальные беседы и консультации по текущим заданиям. Экспертное наблюдение и оценка на практических и лабораторных занятиях при выполнении работ по учебной и производственной практикам
ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.	Проявление интереса в области предпринимательской деятельности.	Индивидуальные беседы и консультации по текущим заданиям. Наблюдение за внеучебной и творческой деятельностью обучающегося.
	Точность определения порядка организации предпринимательской деятельности в профессиональной области	Индивидуальные беседы и консультации по текущим заданиям. Текущий контроль в форме анализа и оценки учебных и творческих работ.
	Демонстрация умений выполнять бизнес-планы и проекты с расчётом бюджета и рисков реализации проектных задач.	Текущее наблюдение за процессом планирования. Индивидуальные беседы и консультации по текущим заданиям по продвижению и планированию реализации продуктов учебной и творческой деятельности. Оценка результатов деятельности

		обучающегося.
	Демонстрация умений планировать продвижение и реализацию продуктов учебной и творческой деятельности	Текущее наблюдение за процессом планирования. Индивидуальные беседы и консультации по текущим заданиям по продвижению и планированию реализации продуктов учебной и творческой деятельности. Оценка результатов деятельности обучающегося.
	Демонстрация умений организовывать мероприятия в рамках рекламной деятельности.	Наблюдение за учебной, внеучебной и творческой деятельностью обучающегося. Текущий контроль в форме анализа и оценки учебных и творческих работ.
ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке ЛР3, ЛР8, ЛР10	Демонстрация элементов экологического поведения при выполнении и реализации проектов.	Собеседование. Экспертное наблюдение и оценка на практических и лабораторных занятиях, при выполнении работ по учебной и производственной практикам. Наблюдение за внеучебной и творческой деятельностью обучающегося.
	Аргументированность оценки информации с использованием информационно-коммуникационных технологий.	Собеседование. Экспертное наблюдение и оценка на практических и лабораторных занятиях, при выполнении работ по учебной и производственной практикам. Наблюдение за внеучебной и творческой деятельностью обучающегося.
	Обоснованность отбора средств решения профессиональных задач с учетом экологических требований	Собеседование. Экспертное наблюдение и оценка на практических и лабораторных занятиях, при выполнении работ по учебной и производственной практикам. Наблюдение за внеучебной и творческой деятельностью обучающегося.
	Демонстрация способности понимания и владения профессиональной терминологией на иностранном языке.	Индивидуальные беседы и консультации по текущим заданиям. Экспертное наблюдение и оценка на практических и лабораторных занятиях при выполнении работ по учебной и производственной практикам
	Ясность и правильность изложения информации, собственных мыслей на иностранном языке с использованием несложных речевых оборотов для решения профессиональных задач	Индивидуальные беседы и консультации по текущим заданиям. Наблюдение за учебной, внеучебной и творческой деятельностью обучающегося.