

Комитет образования, науки и молодежной политики Волгоградской области
ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
«ВОЛГОГРАДСКИЙ СОЦИАЛЬНО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»
(ГАПОУ «ВСПК»)

УТВЕРЖДАЮ

Директор ГАПОУ «Волгоградский
социально-педагогический колледж»

/А.С. Калинин /

2019г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ 02. Производство рекламной продукции

Специальность 42.02.01. Реклама
среднего профессионального образования

базовой подготовки

Форма обучения
очная

Волгоград 2019 г.

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности (профессии) среднего профессионального образования 42.02.01. специальность «Реклама».

Рабочая программа разработана на основе примерной программы ПМ 02. «Производство рекламной продукции», рекомендованной Экспертным советом по профессиональному образованию Федерального государственного автономного учреждения Федерального института развития образования (заключение № _____ от «___» _____ 2019 г.).

Автор программы: Чечина А.И. – преподаватель ГАПОУ «ВСПК»;
Анисимова А.Р. – преподаватель ГАПОУ «ВСПК».

Рабочая программа ПМ 02. «Производство рекламной продукции» рассмотрена на заседании цикловой методической (предметной) комиссии эстетических дисциплин

Протокол заседания № 7 от «17» апреля 2019 г.

Председатель цикловой предметной комиссии _____ Анисимова А.Р.

СОГЛАСОВАНО:

Представитель работодателя:

Генеральный директор
ООО «РПК «Пилот» _____ Э.В. Пашута

«19» апреля 2019 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Паспорт программы профессионального модуля	стр. 5
2. Результаты освоения профессионального модуля	стр. 8
3. Структура и содержание профессионального модуля	стр. 9
4 Условия реализации программы профессионального модуля	стр. 38
5. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля (вида профессиональной деятельности)	стр. 42

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ02 «Производство рекламной продукции»

1.1. Область применения программы

Программа профессионального модуля (далее – программа) – является частью основной профессиональной образовательной программы *по специальности 420201 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.

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

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями студент в ходе освоения профессионального модуля должен:

иметь практический опыт:

- выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта;
- построения модели (макета, сценария) объекта с учетом выбранной технологии;
- подготовки и производства рекламного продукта;
- производства рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков;
- развития основных информационно-креативных умений, связанных с получением, переработкой и освоением информации, полученной из различных источников (монографий, учебников, научно-популярной литературы, художественных и публицистических произведений, СМИ, электронных средств массовой информации и др.);
- развития умений проектировать индивидуальный маршрут в профессиональном образовании;
- формирования готовности заниматься профессиональной деятельностью и использовать ее возможности в других сферах;
- самостоятельно вести поиск и отбор информации в целях эффективной организации собственной деятельности и деятельности в фокус-группах, обеспечивающей высокий уровень компетентности в области рекламных технологий;
- владения навыками технической стороны фотопроцесса, видеопроцесса.

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 видеорекламы;
- использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео-, анимации;
- использовать мультимедийные и web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта;
- использовать полученные знания в профессионально-практической деятельности связанной с рекламными технологиями;
- использовать новейшие достижения современной науки в решении рекламных проектов и частных задач, связанных с рекламной деятельностью;
- разрабатывать и осваивать новшества в рекламной практике, обоснованно выбирать и применять различные способы совершенствования рекламной деятельности;

- правильно пользоваться, выставлять время экспозиции, определять глубину резкости, выбирать необходимый объектив, тип пленки и бумаги, пользоваться вспышкой;
- использовать экспонометры для правильной установки экспозиции при фотосъемке, практически применять все этапы процесса проявки и печати;
- использовать законы композиции в фотосъемке;
- осуществлять видеосъемку в рекламе;
- оптимально выражать свои чувства и мысли в целях воздействия на работодателя;
- использовать практические навыки руководства творческим процессом;
- создавать средствами векторной графики с помощью программы Corel Draw художественно графические объекты, используемые в полиграфии, web-дизайне, в мультимедиа-приложениях;
- применять все инструменты пакета растровой графики для работы с объектами;
- сканировать и печатать изображение;
- подготавливать изображение для сети;
- владеть инструментами и создавать графические материалы средствами векторной и растровой графики;
- творчески подходить к созданию эффектов в программе Photoshop.

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;
- об особенностях дизайн-деятельности в сфере рекламных технологий;
- о нормативных и законодательных основах профессиональной рекламной деятельности;
- средства визуальной коммуникации суперграфики;
- технологии 3D моделирования;
- законы построения композиции в фотографии, составные элементы композиции;
- программный пакет обработки фотоизображений Photoshop, технические возможности, корректура;
- основы сценарного и режиссерского мастерства;
- основы драматургии и технологию написания сценария рекламного ролика;
- основные приемы и выразительные средства режиссуры рекламных роликов;
- приемы и технологию работы с актером рекламного ролика;
- этапы работы режиссера над организацией и воплощением замысла видеорекламы или видеофильма;
- основные понятия и термины, связанные с растровой и векторной графикой;
- назначение всех инструментов для рисования и редактирования изображений;
- инструменты пакета растровой и векторной графики для работы с объектами;
- сферу применения растровой и векторной графики;
- расширенные возможности пакетов растровой и векторной графики для создания прикладных материалов;
- тенденции развития пакетов векторной и растровой графики;
- интерфейс программ.

1.3. Рекомендуемое количество часов / зачетных единиц на освоение программы профессионального модуля:

Всего – 1207 часов, в том числе:

максимальной учебной нагрузки студента – 991 часов/зачетных единиц, включая:

- обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 665 часов;
- самостоятельной работы обучающегося – 326 часов;
- учебной и производственной практики – 216 часов/зачетных единиц.

Для реализации программы профессионального модуля при проведении лабораторных и практических занятий, группы обязательно делятся на подгруппы численностью не более 13 и не менее 8 человек, т.к. некоторые дисциплины требуют специфического оборудования, индивидуальной работы в компьютерных классах, фотолаборатории, фото и видеостудиях и ориентированы на выработку практических навыков и методики выполнения трудового действия включающего ряд этапов индивидуальной работы преподавателя со студентами.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение студентами видом профессиональной деятельности (ВПД) «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 1.1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 1.2.	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач. Оценивать их эффективность и качество.
ОК 1.3.	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК 1.4.	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 1.5.	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 1.6.	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 1.7.	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
ОК 1.8.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 1.9.	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.
ОК 1.11.	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Тематический план профессионального модуля «Производство рекламной продукции»

Код профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля*	Всего часов	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), ** часов
			Всего часов	в т.ч. 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, 2.2, 2.3	Раздел 1. Производственно-технологическая деятельность по созданию рекламной продукции.	195	159	74		52		36	108
ПК 2.1, 2.3	Раздел 2. Теоретические и практические основы проектной компьютерной графики и мультимедиа.	407	299	102		104			
ПК 2.2, 2.3	Раздел 3. Технические средства и технологии рекламной фотографии и рекламного видео.	435	363	223		170		36	36
	Производственная практика, (по профилю специальности), часов								
Всего:		1037	751	399		326		72	144

3.2. СОДЕРЖАНИЕ ОБУЧЕНИЯ ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ (ПМ)

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работ (проект)		Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4	
Раздел 1. Производственно-технологическая деятельность по созданию рекламной продукции				
МДК. 02. 01. Выполнение рекламных проектов в материале	Содержание	159		
	Теоретические занятия	19	2,3	
Тема 02.01.1 Рекламный плакат.	1	Художественное редактирование рекламного объявления, этапы и технологии. Особенности восприятия визуальной и вербальной рекламы. Типы рекламы в зависимости от вербальных и визуальных элементов. Задачи решаемые с помощью визуальных элементов. Диагональ чтения, оптический центр рекламного объявления. Расположение в объявлении визуальной и вербальной информации. Эффективность размещения иллюстраций.	4	2
	2	Проект рекламной листовки, плаката и баннера. Стилистическое единство шрифта и изображения. Этапы разработки композиции плаката, баннера. Шрифт в плакате. Критерии выбора шрифта. Кегль и гарнитура. Виды шрифтов используемые в текстовой основе и заголовках. Читаемость шрифта. Смысловое акцентирование шрифтом. Взаимосвязь формы объявления с его содержанием. Эффективные формы сочетания фигур. Использование различных типов шрифтов для графического оформления рекламных объявлений.	4	2
	3	Композиция афиши. Этапы разработки композиции афиши. Использование шрифта в афише. Критерии выбора шрифта и его цветовой гаммы для афиши. Виды шрифтов, используемые в текстовой основе и заголовках афиши. Контрастность фона, изображения и читаемость шрифта. Смысловое акцентирование изображением и шрифтом. Взаимосвязь формы объявления с его содержанием. Эффективные формы сочетания изображаемых фигур и шрифта. Использование различных типов шрифтов, фотографий, рисунков, для графического оформления рекламных объявлений.	4	2
	4	Создание рекламного плаката на товар и услуги. Роль копирайтера в процессе иллюстрирования. Основной критерий выбора иллюстрации. Финансовая реклама и размер эффективности эмоционального фона в страховой рекламе. Шрифт в промышленной рекламе. Баланс композиции в автомобильной рекламе. Выбор персонажа для рекламы женских товаров. Реклама продуктов питания.	4	2
	5	Этапы допечатной подготовки. Печать.	3	

		Послепечатные работы. Тиражирование. Способы печати рекламного продукта.		
	Практические занятия		19	3
	1	Разработка художественного оформления рекламного объявления. <u>Материалы</u> и техника исполнения исходя из замысла рекламного объявления.	2	3
	2	Разработка макета рекламного плаката или баннера с использованием стилистического единства шрифта и изображения. <u>Материал</u> и техника произвольные.	4	3
	3	Разработка макета афиши с использованием стилистического единства шрифта и изображения. <u>Материалы</u> : картон, клей ПВА, типографская краска, бумага.	4	3
	4	Разработка рекламного плаката на товар и услуги. <u>Материал</u> и техника произвольные.	4	3
	5	Печать. Выполнение этапов допечатной подготовки, печати, послепечатные работы. Тиражирование.	3	3
	Самостоятельная работа при изучении темы		19	3
	1	Подобрать материал по художественному оформлению рекламного объявления. Подготовка печатного рекламного объявления.	7	3
	2	Макет афиши с использованием стилистического единства шрифта и изображения.	6	3
	3	Рекламный плакат на товар и услуги.	6	3
Тема 02.01.2 Проектирование рекламного продукта	Содержание			
	Теоретические занятия		14	3,2
	1	Визуальный стиль бренда. Бренд как комплексный объект дизайна рекламы. Особенности бренда: стабильность, устойчивость, длительная «сохранность» образа в представлениях потребителя. Бренд – как интегративная проектная модель. Дизайн – конструктива брендинга. Носители визуального стиля бренда: товар, упаковка, сувениры, рекламная продукция.	4	3
	2	Дизайн – проект упаковки на товар (услуги). Основные этапы работы над упаковкой. Упаковка – основной показатель проектной культуры. История упаковки. Современная упаковка. Упаковочные материалы. Конструктивные схемы картонной упаковки. Единая модульная система картонной упаковки. Типы соединений: склейка, скрепление деталей кроя путем задвижки или их комбинаций. Формы выкроев. Основные этапы работы над упаковкой. Три фактора упаковки: 1) заметность, 2) вербальная и невербальная передача информации, 3) престижность. Маркировка упаковочной продукции. Штриховой код. Информационные знаки. Знаки соответствия стандартам.	4	3
	3	Оформление фасада. Оформление входа с использованием средств визуальной коммуникации суперграфики. Элементы визуальной коммуникации. Назначение здания и	4	3

	формирование его фасада. Организация пространства фасада здания и примыкающей территории. Общая композиция открытого пространства должна предусматривать условный «главный вход», т.е. иметь направление движения. Использование средств визуальной коммуникации при оформлении фасада. Цветовое решение фасада.		
4	Выставочная деятельность – основа наглядной рекламы. Виды рекламных выставок. Терминология в выставочной деятельности: выкладка, витринная коробка, витринный инвентарь. Специфика оформления рекламной выставки. Классификация витрин: по товарному признаку, по характеру оформления, по техническим средствам. Типы витрин: витрины –интерьеры (витринная коробка отсутствует, свободный обзор с улицы), витрины ленточного типа (застекленное пространство, но с обзором с улицы), витрины изолированные простенками окон (с задней стенкой).Использование природных материалов и декоративных цветов в оформлении витрин. Подсветка товаров: схемы размещения источников света в витрине. Выкладка товаров в витрине: ступенчатая, пирамидальная, горизонтальная, диагональная, наклонная, дугообразная, веерная и др. Принципы размещения товаров в витрине.	4	3
	Практические занятия	55	3
1	Визуальный стиль бренда. Разработать один из носителей визуального стиля бренда по выбору студента. <u>Материал и техника произвольные.</u>	3	3
2	Дизайн – проект упаковки на товар (услуги). Основные этапы работы над упаковкой. Выполнить дизайн – проект упаковки на товар, маркировку упаковки товара. Разработать дизайн – проект упаковки на товар (услуги). <u>Материал и техника произвольные.</u>	4	3
3	Оформление фасада. Выполнить макет оформления входа с использованием средств визуальной коммуникации суперграфики (знак, логотип, эмблема как опорный элемент разработки). <u>Материал и техника произвольные.</u>	3	3
4	Оформление витрины. Разработать макет и графическое изображение оформления витрины. <u>Материал и техника произвольные.</u>	4	3
5	Технологии выставочной деятельности. Общая характеристика выставочной деятельности. Организация экспозиции. Выставочное оборудование. Организация рекламы выставки: Разработка дизайна выставочного стенда, Разработка POS продукции выставочного стенда.	3	3
5	Дизайн транспортных средств. Реклама на транспорте – одна из форм городской	4	3

	<p>рекламы. Использование постеров в автобусах и поездах, аэропортах и станциях метро. Требования к оформлению постеров. Напоминающая функция транспортной рекламы. Преимущества и недостатки наружной рекламы. Аудитория рекламы на транспорте. Два вида рекламы на транспорте (внутренняя и внешняя). Тип внутренней рекламы – автомобильный планшет. Способы изготовления изображения на транспортных средствах: полиграфия-серийное размещение плакатов на специализированной бумаге или пленке для наружного применения, аппликация самоклеющимися пленками, цифровая широкоформатная печать-срочное изготовление единичных плакатов больших размеров.</p> <p>Разработать дизайн транспортных средств.</p> <p><u>Материалы:</u> бумага, картон, клей ПВА, гуашь, акварель, типографская краска.</p>		
6	<p>Динамический товарный знак в рекламе (2D-анимация).</p> <p>Основы 2D анимации. Основные понятия и термины. Покадровая анимация. Анимация движения. Анимация формы. Анимация текста. Символы. Интерактивность с использованием простых сценариев в кадре.</p> <p>Разработать анимационный логотип (2D-анимация).</p> <p><u>Материалы:</u> использование программ Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, GIMP.</p>	3	3
7	<p>Дизайн рекламной или поздравительной открытки (2D-анимация).</p> <p>Принципы классической мультипликации. Секреты анимации персонажей. Этапы создания анимационных фильмов. Литературный и режиссерский сценарий. Раскадровка. Звуковой ряд. Создание рекламной поздравительной открытки.</p> <p><u>Материалы:</u> использование программы Flash, Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, GIMP.</p>	4	3
8	<p>Презентации.</p> <p>Основы создания мультимедийных презентаций. Разработка концепции. Создание сценария. Раскадровка. Подбор и редактирование фотоматериалов. Разметка слайда и дизайн слайда. Создание динамического двухмерного или трехмерного логотипа. Подбор и разработка текстовой информации проекта. Сбор материала в единое целое. Настройка анимации. Эффекты анимации. Смена слайдов. Анализ проделанной работы. Запись на цифровые носители. Создание презентации.</p> <p><u>Материалы:</u> использование программ по выбору.</p>	7	3
9	<p>Видеореклама с использованием 3D моделирования.</p> <p>Моделирование реальных объектов или помещения в трехмерной компьютерной графике (по чертежам или отснятому фото или видео материалу). Создание анимации.</p> <p>Создание реалистического освещения. Визуализация</p>	20	3

	<p>ролика (компьютерный расчет всех кадров будущего фильма: нанесение теней, отражений и т.п.). Компьютерный монтаж полученного на предыдущем этапе видео ряда и наложение спецэффектов. Основы трехмерного моделирования. Основные способы работы с материалами. Работа с источниками света и виртуальными визуализации. Разработать рекламный проект товаров с использованием 3D анимации. Материалы : Macromedia Drem Weaver, Adobe Illustrator, 3D max, Flash (3D-анимация).</p>		
	Самостоятельная работа при изучении темы	52	3
	1 Разработка макета сувенира для бренда товара.	5	3
	2 Разработка макета упаковки с использованием средств визуальной коммуникации, и маркерovacных знаков.	6	3
	3 Разработка макета оформления фасада здания супермаркета с использованием средств визуальной коммуникации.	5	3
	4 Разработка макета модели витринного инвентаря.	5	3
	5 Разработка макета дизайна транспортного средства.	6	3
	6 Разработка сценария динамического товарного знака.	6	3
	7 Разработка сценария рекламной или поздравительной открытки.	5	3
	8 Разработка сценария презентации.	7	2
	9 Разработка сценария рекламного проекта.	7	3
Раздел 2. Теоретические и практические основы проектной компьютерной графики и мультимедиа.			
МДК. 02. 02. Проектная компьютерная графика и мультимедиа		299	
Тема 02.02.1 Теоретические основы компьютерной графики	Содержание	48	
	Теоретические занятия	16	2,3
	1 Введение в предмет. Виртуальный мир рекламы. Что такое графический дизайн. Компьютерная графика и решаемые ею задачи. Компьютер для дизайнера. Выбор программного обеспечения.	1	2
	2 Компьютерная графика. Программные средства компьютерной графики. История появления компьютерной графики и область ее применения. Разновидности компьютерной графики. Методы представления графических объектов. Программные средства компьютерной графики. Инструментальные средства компьютерной графики. Инструментальные средства по типам. Растровая и	4	2

	векторная компьютерная графика.		
3	Компьютер для работы с графикой. Технические средства компьютерной графики. Структура и комплектация компьютера. Графическая система компьютера. Устройство ввода графических данных.	4	2
4	Разрешение и графические форматы. Форматы графических редакторов.	2	2
5	Интерфейс графических редакторов. Обзор графических редакторов. Программные средства компьютерной графики. Инструментальные средства компьютерной графики. Интерфейс MS Paint. Основные принципы работы программы. Свойства рисующих инструментов. Основные параметры изображения.	2	3
6	Основы работы с цветом. Основные понятия теории цвета. Свет и цвет. Характеристики источника света. Особенности восприятия цвета человеком. Цветовой тон, яркость, насыщенность. Цветовая температура. Контраст светлости и контраст цветности. Цвет в рекламе: типы рекламных изображений, психология цвета и печатная реклама, семантика спектральных цветов.	4	2
7	Представление цвета в компьютере. Цветовые модели. Цветовые модели, системы соответствия цветов и режимы. Понятие цветовой модели. Типы цветовых моделей. Аддитивные цветовые модели. Субтрактивные цветовые модели. Перцепционные цветовые модели. Цветовые режимы: режим черно-белой графики, режим Grayscale (градации серого), режим Duotone (дуплекс), режим RGB Color, режим Paletted (палитра), режим CMYK Color, режим Lab Color, режим Multichannel (многоканальный), режим NTSC RGB и PAL RGB.	4	2
8	Средства композиции в компьютерной графике. Основные приемы композиции: композиционный центр, симметрия и асимметрия, равновесие, ритм, передача движения, перспектива. Средства композиции: линия, пятно, тон.	4	2
9	Рисование и трансформация изображения. Расширение и графические форматы. Разрешение и размер изображения. Пространственное расширение. Яркостное (цветовое) разрешение. Изменение разрешения и размеров изображения. Форматы графических файлов: растровые форматы, универсальные и векторные графические форматы.	4	3
Практические занятия		16	3
1	Создание эскиза творческой композиции, используя графические средства и материалы. Создание творческой композиции, с опорой на имеющийся эскиз, в программе MS Paint.	2	3
2	Разработка композиции в: 1) теплой гамме; 2) холодной гамме; 3) используя контрастность.	2	3

		Создание композиции в цвете в графической программе .		
	3	Работа над созданием коллажа	2	3
	4	Рисование и трансформация изображения.	2	3
	Самостоятельная работа при изучении темы		16	3
	1	Написать реферат на тему: «Аппаратное обеспечение ПК для работы с графикой».	5	
	2	Создание эскиза творческой композиции, используя графические материалы.	4	
	3	Разработка коллажа	5	
	4	Разработка проекта на тему: «Изображение созданное по средствам компьютерной графики может ли быть произведением искусства?».	5	
Тема 02.02.2. Средства растровой графики.	Содержание		48	
	Теоретические занятия		16	2
	1	Основы растровой графики. Что такое растровая графика, ее достоинства и недостатки. Введение в растровую графику. Основные понятия и термины.	2	2
	2	Обзор растровых графических редакторов.	2	2
	3	Средства растровой графики. Программные средства компьютерной графики. Источники и способы получения растровых изображений. Обработка растрового рисунка с помощью пакета Adobe Photoshop и Gimp.	4	2
	4	Интерфейс Gimp. Настройка. Интерфейс Adobe Photoshop. Adobe Photoshop и Gimp. Возможности программ. Установка Gimp и Adobe Photoshop. Основные параметры изображения. Инструменты выделения. Маски. Инструменты ретуширования. Слои. Фильтры. Основные принципы работы программы. Модели цвета. Типы растровых изображений. Свойства рисующих инструментов. Выделение областей. Работа с каналами. Использование слоев.	6	2
	5	Тоновая и цветовая коррекция изображений. Цветовая коррекция изображений Цветовой баланс	2	2
	6	Текст. Работа с текстом. Оформление текста. Текстовые эффекты. Улучшение качества изображения.	1	2
	7	Фотомонтаж. Обработка изображения с помощью графического редактора Photoshop. Работа с многослойным изображением в Gimp.	2	2
	Практические занятия		16	2
	1	Упражнение по освоению принципов работы GIMP. Создание нового изображения. Изменение размеров холста. Изменение разрешения изображения.	1	2

	2	Работа со слоями Работа с режимами наложения. Фотомонтаж двух и более изображений. Маски слоя.	2	2
	3	Выполнение упражнений по освоению рисующих инструментов. Рисование кистями в Photoshop и GIMP.	2	2
	4	Выделение области изображения Инструменты для выделения областей. Операции над выделенными областями.	2	2
	5	Тоновая и цветовая коррекция изображений Цветовая коррекция изображений. Цветовой баланс	2	2
	6	Работа со шрифтами. Создание различных текстовых эффектов с помощью стилей слоя и фильтров. Надпись огнем, водой, льдом, стекающая краска, ломаный текст, лазерная надпись, буквы под снегом.	2	2
	7	Создание изображений: - Создание коллажа. - Разработка рекламной листовки, визитки. - Разработка рекламной открытки. - Создание плаката.	8	2
	Самостоятельная работа при изучении темы		16	3
	1	Подготовить сообщение на тему: «Виды растровых графических редакторов»	4	3
	2	Написание собственного имени и фамилии, применяя текстовые эффекты.	4	3
	3	Разработка компьютерной версии одного из продуктов печатной рекламы.	6	3
	4	Создание изображения посвященного колледжу.	5	3
Тема 02.02.3. Мультимедиа технологии	Содержание		57	
	Теоретические занятия		19	2
	1	Основные понятия мультимедиа: Понятие мультимедиа технологии. Классификация и области применения мультимедиа приложений. Применения мультимедиа приложений.	1	2
	2	Работа с цифровым фотоаппаратом, сканером, цифровой видеокамерой.	1	2
	3	Работа с внешними устройствами: правила работы. Разновидности и характеристика внешних устройств.	1	2
	4	Звуковое программное обеспечение: стандарты сжатия звуковых файлов. Цифровой интерфейс музыкальных инструментов, качество звучания, спецэффекты, ввод и распознавание речи, управление голосом.	2	3
	5	Видео-информация: каналы передачи видео - информации. Стандарты хранения видео данных.	1	2
	6	Интегрированные программные среды: инструментальные интегрированные программные среды разработчика мультимедиа продуктов.	2	2
	7	Создание мультимедиа продуктов: этапы и технология создания мультимедиа продуктов, реализация статических и динамических процессов с использованием средств мультимедиа, технология сохранения мультимедийной информации. Программы для разработки мультимедийных	3	3

	продуктов		
8	Издательские системы, их виды назначение.	2	3
9	Мультимедийные средства- проекционное оборудование: мультимедиа проекторы, проекционные экраны. Аудиоаппаратура и её характеристика. Кинопроекционная аппаратура и техника съёмки.	2	3
10	PowerPoint, назначение, возможности программы. Movie Maker, назначение и возможности программы. Создание творческих проектов средствами презентационной графики.	3	2
11	Правовые аспекты создания и использования мультимедиа.	1	2
Практические занятия		19	3
1	Применения мультимедиа приложений. Классификация и области применения мультимедиа приложений.	1	3
2	Работа с цифровым фотоаппаратом, сканером, цифровой видеокамерой	1	3
3	Стандарты сжатия звуковых файлов. Ввод и распознавание речи, управление голосом	1	3
4	Передача видео - информации. Сжатие и восстановление данных.	2	3
5	Создание мультимедиа продуктов	1	3
6	Создание HTML-страниц	2	3
7	Создание гиперссылок в HTML-страниц.	3	3
8	Создание макета страницы с фреймами	2	3
9	Создание текстовых документов с использованием различных видов стилей. Автоматическое оглавление	2	3
10	Создание творческих проектов средствами презентационной графики.	4	3
Самостоятельная работа при изучении темы		19	3
1	Доклад на тему «Мультимедийные лекции. Запись попури»	1	3
2	Реферат на тему: Сравнительная характеристика (ZIP, RAR) (1ч.); Характеристика ОС DOS;(1ч.) «Принтеры и программная поддержка их работы», (2 часа) Составить тест по теме: «Цифровой фотоаппарат» (2 часа)	6	3
3	Составить кроссворд по теме: «Звуковое программное обеспечение»	2	3
4	Творческое задание: съемка мини- видеоклипа; Обработка видеоклипа; Наложение звука (2 часа)	4	3
5	Реферат на тему: «Основы работы с видео в программе PowerDirector» .	1	3
6	Создание презентации по теме с применением аудио, видео и анимационными эффектами.	1	3
8	Сообщения на темы: «Создание «звуковых дорожек»; «Средства ввода и вывода звуковой информации».	2	3
9	Создание коллажа по заданной теме	1	

	10	Разработка учебного пособия по теме: «Мультимедийное оборудование»	1	
Тема 02.02.4. Средства векторной графики.	Содержание		92	
	Теоретические занятия		28	2,3
	1	Основы векторной графики. Интерфейс Corel Draw. Назначение, возможности, достоинства и недостатки редактора векторной графики CorelDraw. Главное меню. Панель инструментов. Панель управления, Панель свойств, Панель состояния. Основные файловые операции. Настройки. Сохранение документа, типы файлов. Инструменты. Прямоугольник, Эллипс, Многоугольник, Звезда.	2	2
	2	Рисование и редактирование векторных объектов в Corel Draw. Построение прямых и кривых линий инструментами Свободная форма, Полилиния, Линия по 2-м точкам, линия по 3-м точкам, Перо, Кривая Безье. Редактирование кривых. Замыкание контуров. Масштабирование объектов. Отражение, поворот, наклон объектов. Копирование и дублирование объектов. Удаление объектов. Геометрические операции с фигурами: соединение, пересечение, обрезка, упрощение. Порядок наложения объектов. Редактирование контура объекта с помощью инструмента Форма. Типы узлов и сегментов. Добавление, удаление и редактирование узлов и сегментов. Замыкание и размыкание контуров. Группирование объектов. Выравнивание по направляющим, по сетке. Выравнивание по объектам. Выравнивание и распределение объектов. Страницы. Добавление, удаление, переименование страниц. Шаблоны-страницы Диспетчер объектов. Слои. Атрибуты слоя. Отображение диспетчером объектов иерархической структуры всех объектов, слоев, страниц документа. Перемещение объектов между слоями, страницами. Перемещение слоев. Сведение слоев	6	2
	3	Способы заливки в программе Corel DRAW. Задание параметров абриса и заливки. Однородная, градиентная и текстурная заливки. Заливка узором. Способы интерактивного изменения цветовых оттенков. Панели атрибутов. Прозрачность и заливка.	2	2
	4	Работа с текстом в Corel Draw. Работа с текстом. Форматы шрифтовых файлов. Применение к текстовым объектам специальных эффектов.	2	3
	5	Специальные эффекты. Создание изображения с использованием специальных эффектов. Имитация перспективы, эффекта ореола, использования линз, фигурной обрезки, искажения объектов др.	4	3
	6	Художественные средства. Создание изображения с использованием художественных средств. Работа с текстом. Проектное задание в Corel Draw.	4	3

		Draw.		
	7	Редактирование растровых изображений. Импорт растровых изображений. Корректировка и изменение растровых изображений. Трассировка растровых изображений в векторные. Эффекты, применяемые к растровым изображениям.	6	3
		Практические занятия	28	2,3
	1	Рисование и редактирование векторных объектов в Corel Draw.	4	3
	2	Взаимодействие объектов.	2	3
	3	Преобразование объектов в кривые.	2	3
	4	Редактирование кривых.	2	3
	5	Абрис объектов. Заливки объектов.	2	3
	6	Операции с объектами.	2	3
	7	Работа над авторским шрифтом. Создание логотипа или торгового знака с использованием пакета Corel Draw.	2	3
	8	Создание изображения с использованием специальных эффектов.	4	3
	9	Создание изображения с использованием художественных средств.	4	3
	10	Корректировка и преобразование растровых изображений. Спецэффекты для растровых изображений.	4	3
		Самостоятельная работа при изучении темы	36	2,3
	1	Написать реферат на тему: «Что такое Хага?»	3	3
	2	Создание векторного изображения с применением специальных эффектов.	7	3
	3	Подбор материала для создания фирменного стиля (бренда, логотипа). Обрисовка логотипа в Corel Draw.	14	2
	4	Подбор материала для рекламного буклета, листовки. Корректировка рекламного, листовки.	12	2
Тема 02.02.4. Графические программы		Содержание	41	2,3
		Теоретические занятия	14	
	1	Виды компьютерной графики. Двухмерная графика: векторная, растровая и фрактальная графика. Понятие фрактала и история появления фрактальной графики. Геометрические фракталы. Алгебраические фракталы. Стохастические фракталы. Фракталы и хаос	2	2
	2	Анимация. 2D анимация	2	3
	3	Основные понятия трехмерной графики	1	2
	4	3D- графика и компьютерная анимация	2	2
	5	Базовые сведения 3DS Max.	1	3
	6	САПР и деловая графика. Основы Arhi CAD. Введение в пакет. Требования к системе.	2	2
	7	Полиграфия. Графические редакторы используемые для верстки текстовой и графической информации	4	3
		Практические занятия	14	
	1	Обзор графических редакторов двухмерной графики	2	
	2	Разработка рисованной анимации в GIMP.	2	

	3	Программные средства обработки трехмерной графики	1	
	4	Основы создание мультипликационного фильма, анимация	2	
	5	Запуск интерфейс 3DS Max. Классификация объектов.	1	
	6	Интерфейс Auto CAD. Назначение программы. Элементы.	2	
	7	Верстка текстовой и графической информации в графических редакторах	4	
	Самостоятельная работа при изучении темы		13	3
	1	Написать реферат на тему: «Особенности фрактальной графики и графические редакторы для работы с ней».	2	3
	2	Написать реферат на тему: «Применение Auto CAD в рекламной деятельности».	3	3
	3	Разработка упаковки в 3DS Max.	4	3
	4	Разработка витрины в 3DS Max.	4	3
Тема 02.02.5. Практические разработки	Содержание		15	3
	Практические занятия.		9	3
	1.	Креатив в рекламе. Особенности разработки рекламного продукта для основных медиаканалов и директ-мейл. Правила разработки и оформления рекламного текста. Правила разработки изобразительной части рекламного обращения. Выбор тематики творческой работы. Подбор информации. Исполнение макета	3	3
	2.	Технологии в производстве рекламного продукта. Приемы увеличения эффективности рекламного обращения Разработка дизайн-проекта по созданию рекламного продукта	1	3
	3.	Создание каркаса рекламного продукта. Заливка цветом. Работа со шрифтом	1	3
	4.	Создание рекламного продукта в материале. Послепечатные процессы в производстве рекламного продукта	2	3
	5.	Оформление дизайн-проекта рекламного продукта. Анализ и оформление дизайн-проекта рекламного продукта	2	2
	Самостоятельная работа при изучении темы		6	3
	1	Анализ рекламных дизайн-проектов.	2	3
	2	Подбор материала к разработке творческого проекта и его описание.	2	3
	3	Рассмотрение программного обеспечения для создания презентации.	2	3
Раздел 3. Технические средства и технологии рекламной фотографии и рекламного видео				
МДК.02.03. Техника и технология рекламной фотографии			261	
Тема 02.03.1. Творческие и	Содержание		48	
	Теоретические занятия		16	2

технические приемы фотосъемки	1	История фотографии. Рождение фотографии. Светопись, как новый способ получения изображения. Современная фотография и реклама.	2	2
	2	Виды фотосъемки. Портретная фотосъемка. Натюрморт. Фотопейзаж. Съемка строительства и архитектуры. Фотографирование интерьеров и отдельных предметов. Скульптура. Подвижные объекты. Жанровая фотография. Фоторепортаж. Репродуцирование.	2	2
	3	Основные требования к фотосъемке. Знакомство с фотографией. Фотография – особая область образного творчества. Элементы фотографического процесса. Устройство фотоаппарата. Материалы для фотографии. Светочувствительные материалы. Химические вещества. Негативные и позитивные фотоматериалы и техника фотографии.	3	2
	4	Фотокомпозиция. Композиция кадра, как одно из изобразительных средств фотографии. Определение границы кадра. Стоповой и изобразительный центр кадра. Принцип равновесия при заполнении картинной плоскости. Ритмический рисунок кадра, объект и фон в кадре. Физиология восприятия изображения. Законы композиции в фотографии. Теплые и холодные цвета.	3	2
	5	Свет, как объект съемки. Световые решения снимка. Жесткий и мягкий свет. Влияние природы на процесс фотосъемки. Виды освещения в фотографии. Изобразительная задача фотоосвещения. Светотеневой рисунок изображения. Светотональный рисунок изображения. Контровой свет. Эффект освещения. Свет и композиция кадра.	3	2
	6	Методика подготовки и проведения фотосъемки. Съёмочный процесс. Выбор кадра. Объект. Точка съемки. Освещение. Получение резкого изображения. Наводка на резкость. Глубина резкоизображаемого пространства. Дифрагмирование. Экспонирование. Экспозиция. Величина выдержки.	3	3
	Практические занятия		16	2,3
	1	Методика создание коллажа по истории фотографии.	2	2
	2	Методика выполнение упражнений по различным видам фотосъемки.	2	2
	3	Методика работы с основными частями фотографического аппарата, с цифровыми аппаратами и сканером.	3	2
	4	Методика составление различных фотокомпозиций на заданную тему.	3	3
	5	Методика использования различных световых решений при фотосъемке.	3	2
	6	Методика использования фотографического аппарата при проведении съёмочного процесса и овладение техникой экспонирования.	3	3
	Самостоятельная работа при изучении темы		16	2

	1	Подобрать различные фотоснимки, вырезки из газет и журналов.	2	2
	2	Выполнение эскизов фотографий по различным видам фотосъемки.	5	2
	3	Составление фотоколлажа из различных эскизов фотографий по различным видам фотосъемки	4	2
	4	Выполнение фотосъемки различных объектов с использованием изученных методик	5	2
Тема 02.03.2 Технологии съемочных работ по различным видам фотосъемки	Содержание		77	
	Теоретические занятия		16	2
	1	Творческие и технические приемы.	1	2
	2	Фотографирование интерьера и отдельных предметов.	1	2
	3	Студийные технологии. Натюрморт. Различные методы фотосъемки в студии. Знаковая система в снимке.	2	2
	4	Портретная съемка. Позы и жесты портретируемого. Студийные технологии при съемке портрета (выставление света).	2	2
	5	Фотопейзаж.	1	2
	6	Ночная съемка.	1	2
	7	Архитектурная тематика Скульптура.	2	2
	8	Документалистика. Репортажная съемка.	2	2
	9	Макросъемка	1	2
	10	Спорт. Фотосъемка во время путешествия	1	2
	11	Художественная фотография. Рекламная фотография.	2	2
	Практические занятия		32	2,3
	1	Рекомендации по выполнению фотосъемки (выбор точки съемки, освещения, наводка на резкость...).	2	2
	2	Фотографирование внутренних видов помещений. (точка съемки, освещение, снаряжение, наводка на резкость, выдержка). Фотографирование отдельных предметов (фон, освещение, передача фактуры материалов, съемка блестящих предметов). Съемка контрастных предметов.	2	3
	2	Построение натюрморта. Построение натюрмортных силуэтов. Выразительность натюрморта. Фотографирование еды, готовых блюд, продуктов. Дары природы.	4	3
	3	Портрет. Индивидуальный портрет. Поза портретируемого. Фон. Освещение. Точка съемки. Наводка на резкость. Групповой портрет. Фрагменты фигуры. Фантастические образы. Выделение красоты. Снимки с зеркалом. Практическое выполнение и обсуждение фоторабот. Достижение главной цели портрета – достижения образности. Обсуждение целесообразности применения художественных приемов в фотопортрете.	4	3
	4	Пейзажная съемка. Настроение в пейзаже. Передача перспективы. Фотосъемка облаков. Черно-белые пейзажи. Съемка против света. Ускользящий свет в пейзаже. «Эффект тоннеля». «Эффект замочной скважины». Практическое занятие «Поэтика пейзажа».	2	3

		Подбор поэтического «сопровождение. Использование фотофильтров.		
	5	Ночная съемка. Городские ночные пейзажи.	2	3
		Эмоционального настроения выполненной пейзажной фотографии. Выявление ошибок при выполнении фотографии в темное время суток.		
	6	Съемка отдельных архитектурных деталей. Съемка здания. Форма и деталь. Отдаленные объекты. Рукотворный узор. Передача объемности. Линейная правильность воспроизведения. Точка съемки. Окружения объекта. Анализ выполненных самостоятельно фоторабот с изображением архитектурных сооружений. Выбор самых эффективных точек съемки.	4	3
	7	Документалистика. Среда обитания человека. Сельская жизнь. Портрет в фотоочерке. Съемка детей. Свадебный альбом. Новобрачные. Фотографии на документ.	4	3
	8	Макросъемка. Атмосфера сада. Воздействие цветов. Природное однообразие. В саду. Универсальная оптика. Птицы и звери. Практическое занятие « Братья наши меньшие у нас дома». Письменная творческая работа «Как я сделал эту фотографию».	2	3
	9	Спортивная жизнь. Особенности съемки спорта. Ощущение скорости. Спорт на воде. Отображение эмоций. Фотосъемка во время путешествия. Демонстрация полученных фотографий. Письменный анализ снимка с изображением движения.	2	3
	10	Художественная фотография. Рекламная фотография. Съемка визуальной рекламы на улицах города. Анализ снимков.	4	3
	Самостоятельная работа при изучении темы		24	2,3
	1	Съемка отдельных предметов и различных интерьеров.	2	2
	2	Выполнение естественного натюрморта. Съемка натюрморта для рекламы различных товаров.	3	3
	3	Выполнение фотографии портрета человека различных видов, тематического или исторического фотопортрета.	3	3
	4	Выполнение фотографии различного состояния природы.	3	3
	5	Выполнение фотографии ночного пейзажа.	2	3
	6	Выполнение фотографии с архитектурными деталями.	2	3
	7	Выполнение документальной фотографии по индивидуальному заданию.	3	3
	8	Выполнение фотографий в стиле открытки с изображением цветов, птиц, зверей, насекомых.	3	3
	9	Выполнение фотомонтажа соревнований проводимых в колледже.	3	3
Тема 2.03.3. Цифровая фотография	Содержание		141	
	Теоретические занятия		38	
	1	Цифровая фотография по сравнению с традиционной. Преимущество цифровой фотографии. Преимущество пленочной фотографии. Гибридная цифровая фотография. Характеристики оцифрованных изображений.	2	2

2	Условная классификация цифровых фотоаппаратов	2	2
3	Устройство цифрового фотоаппарата. Анализ узлов цифрового фотоаппарата	2	2
4	Цифровая фотокамера и аксессуары	2	2
5	Использование оптических средств в художественной фотографии. Основы художественной фотографии.	2	2
6	Программное обеспечение для цифровой фотографии. Обзор графических редакторов для обработки фото	2	2
7	Ретуширование	2	2
8	Выбор цветовых диапазонов	2	2
9	Создание специальных изображений Стилизация фото изображения	4	3
10	Способы распространения фотографий. (Пересылка фотографий по электронной почте. Загрузка фотографий в Интернет. Создание слайд-шоу. Внедрение изображений в файл программы Microsoft Word. Ввод фотографий в презентацию программы Microsoft PowerPoint.)	2	3
11	Фотографика.	2	2
12	Фотоколлаж	2	2
13	Фотоплакат – особый вид фотоискусства. Визуальные образы в фотоплакатах.	2	2
14	Фото- иллюстрации в рекламе	2	2
15	Техника и стиль фотографии. Печать цифровых фотографий.	4	3
Практические занятия		57	
1	Преобразование аналогового изображения в цифровое. Сканеры и программное обеспечение для работы с ними. Принтеры. Многофункциональные устройства. Печать цифровых фотографий. Запись фото на CD и DVD, флеш-карты.	3	3
2	Фотосъемка цифровым фотоаппаратом. Эффективная работа с цифровыми фотоаппаратами. Разрешение изображения. Качество объектива. Размер светочувствительного элемента. Глубина изображения. Обработка изображений. Автоматический режим. Полное ручное управление. Выбор наилучшего снимка. Панорамная съемка. Управление насыщенностью и контрастом. Выбор светочувствительного элемента. Тип цифровой «пленки». Типы используемых аккумуляторов. Подключение внешних вспышек. Передача фотографий из фотоаппарата на компьютер. Устройство для чтения изображений, используемые при передачи изображений.	6	3
3	Выбор и установка оптических и экспозиционных параметров.	1	3
4	Съемка визуальной рекламы на улицах города и транспорта. Автоматический режим. Полное ручное управление.	2	3
5	Выполнение художественных фотографий для декорирования определенного стиля интерьера.	3	3
6	Быстрая коррекция фото изображений. Кадрирование. Масштабирование...	3	3

	7	Выполнение ретуширования Устранение эффекта «красных глаз». Устранение дефектов кожи, нанесение макияжа	3	3
	8	Черно-белые преобразования. Цветовая коррекция фотоснимков.	3	3
	9	Фоторисование. Создание специальных изображений Стилизация фото изображения	6	3
	10	Редактирование фотографического изображения для сайта в Интернете	1	3
	11	Фотографическое изображение. Выполнение фотографии.	5	3
	12	Создание фотоколлажа. Используя шаблоны.	3	3
	13	Создание рекламного фотоплаката Выбор темы. Смысловый центр плаката. Масштабность. Подбор визуального материала.	3	3
	14	Разработка рекламного продукта (печатная, наружная, интернет реклама) с использованием фото-изображений. Макет рекламного продукта проиллюстрированный фотографией.	3	3
	15	Разработка рекламного продукта (печатная, наружная, интернет реклама) с использованием фото-изображений. Предпечатная подготовка продукта. Печать.	3	3
	16	Создание фотоснимков в различных стилях: модерн, авангард,...Подготовка фотографий к печати. Способы печати.	6	3
	Самостоятельная работа при изучении темы		46	3
	1	Выполнение и проведения анализа полученных фотографий, используя различные режимы цифрового фотоаппарата	1	3
	2	Выполнение сканирование на разных типах сканеров и произвести сравнительный анализ полученных фотографий.	1	3
	3	Провести анализ программного обеспечения с целью выбора наиболее удобного интерфейса.	1	3
	4	Выполнить коррекцию изображений, используя различные виды команд и специальные эффекты.	1	3
	5	Выполнить ретуширование фотографий, используя различные виды команд, специальные эффекты и рекламные трюки.	2	3
	6	Проект «Фотостудия- моей мечты»	3	3
	7	Выполнить рекламную фотографию, используя различные виды команд, специальные эффекты и рекламные трюки.	3	3
	8	Создание фотографий в старинной стилистике.	2	3
	9	Создание фоторисунков на свободную тему.	3	3
	10	Создание фоновых заготовок для рекламных продуктов.	3	3
	11	Создать и отредактировать фотоколлаж на тему: «Улицы моего города», используя различные приемы.	2	3
	12	Создание фоновых заготовок для рекламных продуктов.	2	2
	13	Создание фотоколлажа на основе автопортрета.	2	3
	14	Создание эмблемы колледжа.	2	3

	15	Создание фотографий в старинной стилистике.	2	3
	16	Создание рекламных лозунгов.	2	3
	17	Создание фоторисунков на свободную тему.	2	3
	18	Съемка визуальной рекламы на улицах города, транспорте. Печать фотоснимков.	4	2
	19	Выбор темы, фотоматериалов для создания фотоколлажа.	3	2
	20	Предварительный выбор сюжета для фотографий. Подготовка фотоматериала.	3	3
	21	Предварительный выбор тема для рекламного фотоплаката. Подготовка фотоматериала.	2	2
МДК. 02. 04. Техника и технология рекламного видео			533	
Тема 02.04.2 Технические средства и технологии процессов видеосъемки и видеопроекции	Содержание		140	
	Теоретические занятия		14	2
	1	Цифровое видео. История цифрового видео. Обзор цифровых видеотехнологий. Развитие цифрового видео и его влияние на телевидение, кино, мультимедиа и Интернет. Создание цифрового видео как творческий и технический процесс.	1	2
	2	Линейный и нелинейный монтаж. Понятие линейного и нелинейного монтажа. Программы для нелинейного монтажа. Редактирование отснятого видеоматериала с помощью компьютера.	2	2
	3	Телевизионное вещание, мультимедиа. Стандарты телевизионного вещания и мультимедиа (разрешение видео, частота смены кадров, глубина цвета, качество звукового сопровождения). Чересстрочная и прогрессивная развертки.	1	2
	4	Знакомство с видеокамерой. Возможности видеосъемки. Аналоговые и цифровые видеокамеры (их технические характеристики и отличия). Факторы, определяющие стоимость и качество видеокамеры. Специальные возможности профессиональных видеокамер.	2	2
	5	Критерии выбора видеокамеры. Функциональные возможности видеокамеры, частота ее использования. Технические характеристики (ПЗС, видеоискатель, ЖК-панель, микрофон, объектив, трансфокатор и т.д.) и дополнительное оборудование.	2	2
	6	Профессиональное обращение с видеокамерой. Хранение и эксплуатация профессиональной цифровой видеокамеры. Эффективность ее использования. Обслуживание и ремонт.	2	2
	7	Видеооборудование и аксессуары. Монтаж без помощи компьютера (специализированная система монтажа). Компьютерная система монтажа. Оборудование (световое оборудование, монитор, микрофоны, аккумуляторы, цифровые видеокамеры и видеоустройства). Их назначение и принципы работы.	2	2
	8	Основные правила движения видеокамерой. Съемка предметов и людей при статичном их положении. Съемка движущихся предметов. Основные принципы съемки.	2	2

	Видеосъемка «с руки», с помощью штатива.		
9	Специфика языка кино. Кадр как самая маленькая часть фильма. План – масштаб изображения, ракурс – точка зрения камеры. Монтаж – создание фильма из отдельных кадров.	1	3
	Самостоятельная работа при изучении темы	6	3
1	Знакомство с видеокамерой. Возможности видеосъемки Сравните два метода дискретизации цифровой видеоинформации. Проанализируйте какие характеристики видеокамер относятся к освещению.	2	3
2	Критерии выбора видеокамеры Проанализируйте и сравните технические характеристики видеокамер для домашней съемки (съемка семейных событий, отдыха, путешествий) и производственной съемки (рекламные ролики, короткометражные, документальные фильмы). Выявите в чем их основное отличие.	2	3
3	Профессиональное обращение с видеокамерой. Определите основные защитные элементы цифровой видеокамеры. На примере бытовой и профессиональной видеокамер сравнить эти элементы и дать им краткую характеристику.	2	3
Практические занятия		82	2
1	Развитие представления о кадре: план, ракурс. Разный масштаб изображения – для чего это нужно? Крупный, средний и общий планы. Рисование раскадрировки по фрагменту фильма. Ракурс как точка зрения камеры – когда это нужно? Просмотр фрагментов художественных игровых фильмов.	4	2
2	Кадр как часть фильма: кинематографический кадр. Кадрик на пленке и продолжительность кинематографического кадра. Движение в кадре. Границы кадра. Работа с фрагментами художественных и мультипликационных фильмов.	4	2
3	Видеосъемка в интерьере, в павильоне, на натуре. Правила съемки различными камерами при разном освещении.	4	2
4	Виды монтажа при видеосъемке. Общие принципы работы в монтажных программах. Программы, для работы с видео. Нелинейный монтаж в программах Sony Vegas 6.0., Adobe Premiere 1.5., Pinnacle Studio 11.0. Интерфейс, настройка и работа в этих программах. Их сходство и отличия.	4	3
5	Подключение оборудования и оцифровка видео. Основные этапы подключения оборудования для оцифровки видео. Несколько способов оцифровки видео, с использованием разных устройств. Необходимое оборудование для оцифровки видео.	4	2
6	Производство цифрового видео. Типы видео- и аудиоаппаратуры, включая осветительную. Основные принципы видеопроизводства. Синий и зеленый экраны.	4	2
7	Звуковое сопровождение РВР. Голосовые комментарии.	4	2

		Запись реалистического звука на съёмочной площадке. Члены съёмочной группы, имеющее отношение к звукозаписи. Выбор профессиональных микрофонов. Характеристики микрофона. Типы микрофонов. Средства контроля и записи звука. Система двойной и одиночной звукозаписи. Методы записи звука.		
8		Видеосъёмка фильма. Съёмка под монтаж с точки зрения оператора. Требования к видеосъёмке с точки зрения монтажёра. Видеосъёмка в примерах. Комбинированные съёмки. Съёмка с пониженной и повышенной частотой. Обратная съёмка и “стоп-приём”. Съёмка с наклоненной кинокамерой. Перспективное совмещение. Съёмка макетов. Применение зеркал. Мультипликация. Видеосъёмка по утвержденному сценарию.	6	3
9		Монтаж и озвучивание РВР. Члены съёмочной группы, имеющее отношение к звукозаписи. Выбор профессиональных микрофонов. Характеристики микрофона. Типы микрофонов. Средства контроля и записи звука. Система двойной и одиночной звукозаписи.	4	3
10		Творческая работа по усвоению языка РВР. Монтажная запись. Монтажные и дополнительные программы. Общие принципы работы в монтажных программах. Линейный и нелинейный монтаж и устройство компьютерной видеостудии.	4	3
11		Съёмка по монтажной записи. Съёмка разговора двух людей (Видеосъёмка двух стоящих (или сидящих) людей друг против друга и разговаривающих. Разработка сценария. Правило восьмёрки. Линия внимания - рот, такая композиция кадра подходит для кино и видео. При необходимости установить освещение для видеосъёмки.) Съёмка творческой процесса студента или группы студентов при создании работы. (Оператор выполняет фильм, как последовательность сцен, снятых статичной камерой. Лучше, если она будет на штативе. Необходимо создавать кадры без ”грязи”, менять ракурс, использовать перебивки кадрами, чередовать планы. Классическое правило чередования: один общий план, два крупных с различных ракурсов. Перебивки важны в домашнем и репортажном видео).__Съёмка в помещении и на природе. Съёмка при искусственном освещении. (Съёмка свадьбы, торжества, юбилея. Возможна съёмка внутриколледжного мероприятия. Выяснить главную цель работы. Использовать при необходимости боковой, контровой, рисующей свет или световую компиляции. Применять комбинированные съёмки. При необходимости использовать постановочные кадры. Интересным бывают съёмки за кулисами. Сосредотачивать внимание на средних и крупных планах, не забывать об общих планах съёмки.).	4	3
12		Видеосъёмка в интерьере, в павильоне, на натуре. Отработка навыка съёмки и выполнение различных задач, поставленных преподавателем.	4	3
13		Просмотр отснятого материала. Обсуждение. Монтаж РВР, подготовка к демонстрации. Просмотр снятого материала в группе. Обсуждение, организация обсуждения в группе. Рекомендации по	4	3

		выстраиванию отснятых кадров в соответствии с режиссерским замыслом. Обсуждение возможных вариантов титров (цвет, цвет букв, цвет фона). Монтаж РВР с позиции режиссера РВР, подготовка к демонстрации.		
14		Практическая работа над записью звука в РВР.	4	3
15		Практическая работа по съемке, обработке, монтажу, озвучиванию любительского РВР. Работа с позиции оператора, режиссера по заранее утвержденному сценарию, разработанному студентом. Оператор выполняет фильм или РВР, как последовательность сцен, снятых статичной камерой. Лучше, если она будет на штативе. Необходимо создавать кадры без "грязи", менять ракурс, использовать перебивки кадрами, чередовать планы. Выяснить главную цель работы. Использовать при необходимости боковой, контровой, рисующей свет или световую компиляции. Применять комбинированные съёмки. При необходимости использовать постановочные кадры. Съёмка достопримечательностей Волгограда и области. Съёмка путешествия, экскурсии, пикника. Фильм лучше всего построить в виде видеорассказа или очерка. Увлекаясь красотами природы, не забывайте снимать людей и их впечатления. Воспользуйтесь иллюстрированным путеводителем.	10	3
16		Практическая работа по созданию индивидуального любительского РВР. выбор темы; подбор материала; написание сценария; режиссерская разработка; съемка; обработка киноматериалов; монтаж видеоряда; озвучивание;	10	3
17		Демонстрация РВР. Обсуждение. Организация демонстрации РВР студентов в группе. Обсуждение студенческих работ, оценка и анализ результатов работы.	4	3
Самостоятельная работа при изучении темы			44	3
1		Знакомство с видеокамерой. Возможности видеосъемки	1	3
2		Сравните два метода дискретизации цифровой видеоинформации.	1	3
3		Проанализируйте какие характеристики видеокамер относятся к освещению.	1	3
4		Сделать раскадровку фильма (по заданию преподавателя). Зарисовать свой РВР по кадрам. «Раскадровка»	4	3
5		Подобрать фон для съемки короткометражного фильма, а также музыкальное звуковое сопровождение, соответствующее данному сценарному плану.	2	3
6		Видеосъемка в интерьере, в павильоне, на натуре: Выполнить индивидуальное задание по съемке РВР (дается преподавателем), в соответствии с раскадровкой, выбором ракурсов съемки, освещения и т.д.	4	3
7		Виды монтажа при видеосъемке. Общие принципы работы в монтажных программах: Монтаж одного и того же РВР в программах Sony Vegas 6.0., Adobe Premiere 1.5., Pinnacle Studio 11.0. В чем преимущества одних перед другими.	4	3
8		Производство цифрового видео: Съемка с помощью синего и зеленого экрана. Пробный	4	3

		монтаж.		
	9	Творческая работа по усвоению языка РВР. Монтажная запись: Практическая самостоятельная работа над созданием монтажной записи индивидуального РВР. Разработать прием монтажа и его художественное воплощение.	4	3
	10	Съемка по монтажной записи: Практическая работа по реализации утвержденного и самостоятельно разработанного сценария РВР и фильма.	4	3
	11	Видеосъемка фильма: - Проведите съёмку в домашней обстановке. Необходимо учитывать расположение источников света, чередовать планы, менять ракурс съёмки. Дайте эпизодам интересные названия. - Съёмка достопримечательностей Волгограда и области. Необходимо учитывать расположение источников света, чередовать планы, менять ракурс съёмки. Дайте эпизодам интересные названия. - Съёмка путешествия, экскурсии, пикника. (Фильм лучше всего построить в виде видеорассказа или очерка. Увлекаясь красотами природы, не забывайте снимать людей и их впечатления. Воспользуйтесь иллюстрированным путеводителем).	4	3
	12	Музыкальное оформление РВР: Практическая работа над музыкальным оформлением РВР. Выбор музыкальных фонограмм, разработка естественного фона (интершум); подбор и создание звуковых отбивок.	2	3
	13	Звуковое сопровождение РВР: Выполнение практического задания, данного преподавателем. Варианты: - Разработка и практическая реализация голосового комментария. - Запись реалистического звука на съёмочной площадке.	2	3
	14	Монтаж и озвучивание РВР : Практическая реализация монтажных работ на основе отснятого материала индивидуального РВР. Практическая работа по озвучиванию индивидуального РВР (создание текста, репетиция с артистом, запись, монтаж).	4	3
	15	Музыкальное оформление РВР : Практическая работа над музыкальным оформлением РВР. Выбор музыкальных фонограмм, разработка естественного фона (интершум); подбор и создание звуковых отбивок.	2	3
	16	Композиция кадра Мизансцена в видеокадре (2 час): Разработать и зарисовать 3-4 вида мизансцен в видеокадре отснять их.	2	3
	17	Практическая работа по съемке, обработке, монтажу, озвучиванию любительского РВР: - Работа по съемке РВР согласно утвержденного сценария; - Самостоятельная обработка отснятого материала, - Монтаж сцен и кадров. - Озвучивание РВР с позиции артиста и звукорежиссера.	4	3
Тема 02.04.2 Основы драматургии и режиссуры рекламного	Содержание		132	
	Теоретические занятия		56	2
	1	Введение. Предмет и задачи курса. Цели и задачи курса. Требования к предмету. Условия и пути овладения профессией видеорежиссера и создателя	1	2

ролика		видеоролика.		
	2	Роль аудиовизуальной рекламы в современной жизни. Характеристика различных аспектов значения рекламы. Распространенные формы аудиовизуальной, телевизионной, визуально-зрелищной рекламы	1	2
	3	Пути развития и основные направления видеорекламы. Пути развития российской видеорекламы. Основные «тенденции» в развитии видеорекламы у нас в стране.	1	2
	4	Понятие, виды аудиовизуальной, экранной, телевизионной рекламы. Их классификация и характеристика. Классификация средств рекламы. Экранная реклама, основные виды и характеристика. реклама на ТВ. Реклама в кино.	1	2
	5	Продакт плейсмент: способы размещения, коммуникационные характеристики. Сущность «продакт плейсмент». Основные способы размещения рекламного ролика. Коммуникационные характеристики рекламного ролика.	2	2
	6	Особенности рекламных кампаний на ТВ. телевизионная реклама. Формы телевизионной рекламы. Преимущества телевидения. Недостатки телевидения. телевизионная аудитория.	2	2
	7	Творчество в рекламной деятельности при разработке РВР. Сущность, основные характеристики понятия «творчество» в рекламной деятельности. Понятие «главная идея». Методики для создания нестандартных идей. Творческая концепция в рекламной деятельности творчество и стратегия при разработке РВР.	2	2
	8	Творческая личность. Особенности творческой личности. Способность к визуализации. «Открытость к новому». Самодиагностика. Понятие «творческое мышление», методики развития творческого мышления, тренировка творческого мышления.	2	2
	9	Творческие роли. Творческая реклама – продукт коллективной работы. Творческая роль копирайтера в создании РВР. Творческая роль художника в создании РВР. Творческая роль художественного редактора. Практические советы.	2	2
	10	Творческая команда. Состав творческой команды. Обязанности работников различных специальностей (копирайтер, продюсер, художественный редактор, режиссер, композитор, оранжировщик, музыкант, редактор монтажа.	2	2
	11	Творческий процесс Этапы и стадии творческого процесса. Творческая стратегия, способы разработки. Коммерческие предпосылки. Творческая платформа. Эффективность творческой рекламы.	2	2
	1	Этапы создания телерекламы. Типичный план рекламы. Планирование производства видеорекламы (продолжительность, сцены, ключевой кадр). Специфические элементы исполнения. Художественная редакция ТВ.	2	2

2	Планирование производства РВР. Планирование производства РВР как процесс. Классификация работы по группам. Разработка рекламного обращения. Подготовка к производству. Съемка. Послесъемочные работы.	2	2
3	Сценарий - литературная основа РВР Основные компоненты сценарного замысла РВР. Подготовительный этап, его формы (предложения, предварительный сценарий, киносценарий, ТВ сценарий, видеосценарий, закадровый сценарий). Понятие «Основная идея». Типы конфликтов. Парадигма драматического сценария. Схема создания оригинальной истории.	4	2
4	Методика работы над сценарием РВР. Литературный и режиссерский сценарий РВР. основные этапы написания сценария РВР. рекомендации по подготовке сценария. Методика работы над сценарием фильма.	2	2
5	Монтаж как основной метод создания РВР. Монтаж: сущность, свойства, художественный код, функции. Знаменитые кинорежиссеры о монтаже как высокохудожественном приеме. Основные приемы монтажа: контрастность, параллелизм, одновременность, лейтмотив, перспектива, ретроспектива.	2	2
6	Основы языка кино: кадр. Сценарий и раскадровка. Основные характеристики кадра. Планы кадра. Эффект 25 кадра.	2	2
7	Сюжет РВР, поступки и характер героя. теоретическое обоснование необходимости создания сюжета в РВР. Типичные подходы к написанию сценария РВР. рекомендации по написанию психологически эффективного РВР. Композиция кадра. Виды сюжетов РВР. Типичные герои РВР. Звуковое решение и конфликт в сценарии РВР.	2	2
8	Знакомство с жанрами РВР. Основные виды рекламных РВР: игровой, документальный, научно-популярный, анимационный. Особенности каждого вида РВР. Жанры РВР.	2	2
9	Ассоциации и их виды. Образное решение РВР. Художественный образ рекламируемого товара. Ассоциации и их виды.	2	2
10	Стереотипы ролей. Игры в рекламе. Герой рекламы. «Свидетельства». Стереотипы ролей, используемых в рекламе. Практическая работа над созданием сценария РВР, подбор героев и разработка их характера. Использование игры в рекламе и РВР. Герой рекламы. Прием «Свидетельства».	2	2
11	Создание текста для РВР. Психология рекламного обращения (теплые и холодные слова; значение и смысл; факторы, влияющие на характеристику текста; краткость). Структура рекламного текста. Негативные факторы и приемы рекламного текста: вычурность, зазывание, скучный текст.	2	2
12	Режиссерский замысел РВР. Профессия видеорежиссер, ее проблемы и рекомендации по развитию режиссерских способностей. Принятие решения о	4	2

	работе над РВР. раскадровка – важный этап в замысле режиссера. Документальный РВР, игровой ролик. Подбор съемочной группы и работа с ней. Рекомендации начинающему режиссеру.		
13	Пробы на роли. Репетиции. Работа с героем. Обязанности режиссера. Пробы на роли. Язык режиссерских заданий. Принципы работы с актером. Формы организации режиссерского задания.	2	2
14	Подбор съемочной группы и работа с ней. Примерный состав съемочной группы. Требования к ним. Практическая работа над созданием съемочной группы на курсе. Анализ выбора и распределение обязанностей.	2	2
15	Композиция кадра Мизансцена в видеокадре. Мизансцена – «язык» режиссера. Виды и типы мизансцен.	2	2
16	Музыкальное оформление РВР. Музыка; естественный фон (интершум); звуковые отбивки.	2	2
17	Усилия восприятия в рекламе: цвет, национальные традиции, настроение, юмор.	2	2
18	Детерминанты привлечения внимания.	2	2
Практические занятия		36	3
1	Практическое освоение приемов монтажа в сценарии РВР.	2	3
2	Работа над образным решением рекламного видеоролика. Создание художественного образа рекламируемого товара.	2	3
3	Практические творческие задания и упражнения на развития образного мышления.	1	3
4	Организация жизни персонажа в кадре.	1	3
5	Практическая работа над творческими заданиями по усилению восприятия в РВР.	2	3
6	Практическая работа над созданием мизансцены в кадре.	2	3
7	Практическая работа над созданием текста к рекламе.	2	3
8	Сочинение небольших сюжетов РВР. Самостоятельная практическая творческая работа над созданием небольших видеосюжетов РВР	6	3
9	Работа над режиссерским сценарием РВР. Работа согласно этапам написания сценарного замысла. Разработка сценарной идеи. Работа над композицией. Выбор сюжета, героя. Разработка конфликта, работа над раскадровкой согласно сценария, утвержденного педагогом. Создание монолога, диалога, разработка дикторского текста	14	3
10	Работа над визуально-зрелищным средством рекламы (рекламным мероприятием): - Разработка замысла рекламного мероприятия. - Выбор формы. Распределение задания по созданию рекламных роликов. - Написание сценария рекламного мероприятия. - Проведение репетиций. Подготовка к реализации.	4	
Самостоятельная работа при изучении темы		40	3
1	Понятие, виды аудиовизуальной, экранной, телевизионной рекламы. Их классификация и характеристика: проанализируйте 3-4 рекламных видеоролика, увиденных ранее с точки зрения классификационных средств, видов и характеристики экранной рекламы.	2	3

2	Творческая личность: -На основе метода тренировки мышления, разработанной Линдой Конвей Коррел, выполните письменно упражнения «Факты», «Новое название», «Сходство», «Новое определение». - Работа над дневником наблюдения	3	3
3	Творческий процесс: -Выберите рекламу в газете или журнале, которую вы считаете слабой и не впечатляющей. Составьте к ней два новых текста: первый – в стиле «жесткой» продажи, второй – «мягкой». - Работа над содержанием творческой папки режиссера	3	3
4	Монтаж как основной метод создания РВР: Приведите примеры удачного или неудачного использования художественных приемов монтажа в современных ТВ рекламных видеороликах (контрастность, параллелизм, одновременность, лейтмотив, перспектива, ретроспектива). Создание видеосюжетов на основе приемов монтажа.	2	3
6	Сюжет РВР, поступки и характер героя. Разработайте сюжет РВР любого из предложенных видов по теме «ВСПК – основа успешной карьеры»	2	3
7	Ассоциации и их виды. Образное решение РВР. Художественный образ рекламируемого товара: Привести 3-4 примера, использования приема ассоциации в ТВ рекламе, кинофильме, печатной продукции. Разработайте художественный образ товара, предложенного преподавателем.	2	3
8	Стереотипы ролей. Игры в рекламе. Герой рекламы. “Свидетельства”: Приведите примеры использования стереотипов ролей, игры в ТВ рекламе. Создайте текст рекламы какой-либо услуги по выбору, используя прием «свидетельства».	2	3
9	Создание текста для РВР: Работа над текстом к сценарию 60-секундного РВР товара или услуги, которые не пользуются спросом у покупателя.	2	3
10	Сочинение небольших сюжетов РВР: Вспомните анекдот, сказку или короткую сценку из рассказа. Напишите киносценарий на двух или трех страницах.	2	3
11	Усилия восприятия в рекламе: Продумайте праздничные слоганы к своему сюжету (тематика по выбору)	1	3
12	Детерминанты привлечения внимания: Написать сценарную идею (сюжет) любого неординарного продукта с использованием национальных традиций.	1	3
13	Создание текста для РВР: Разработать дикторский текст к РВР. Разработать монолог к РВР. Разработать диалог к РВР	3	3
14	Режиссерский замысел РВР: Работа над режиссерским дневником наблюдения. Выполнение творческих заданий преподавателя (впечатления, события, шумы и звуки, конфликтная ситуация). Организация наблюдения. Запись, анализ.	3	3

	15	Работа над режиссерским сценарием РВР: Опираясь на основные этапы написания сценария, создайте оригинальный сюжет 60-секундного рекламного видеоролика. Вид, жанр, прием создания, типичные герои, звуковое решение выбирается самостоятельно. Предоставьте письменно ход работы по всем этапам, литературный и режиссерский сценарий, раскадровку.	3	3
	16	Работа над сценарием социальной рекламы по заданию преподавателя. Составление режиссерской документации	4	3
	17	Работа над сценарием рекламы продукта по выбору студента. Составление режиссерской документации	4	3
	18.	Работа над сценарием рекламы кинофильма по выбору студента. Составление режиссерской документации	4	3
	19.	Работа над сценарием рекламного мероприятия и его воплощением «Час пожирателей рекламы»	4	3
Учебная практика: - практика для получения первичных профессиональных навыков по технике и технологии фотографии Виды работ: - фотосъемка учебного натюрморта; - фотосъемка рекламного натюрморта; - фотопортрет студийный; 4.19. Работа над визуально-зрелищным средством рекламы (рекламным мероприятием): - <i>Разработка замысла рекламного мероприятия.</i> - <i>Выбор формы. Распределение задания по созданию рекламных роликов.</i> - <i>Написание сценария рекламного мероприятия.</i> - <i>Проведение репетиций. Подготовка к реализации.</i> - фотосъемка на натуре; - знакомство с основами цифровой обработки изображения; - разработка идеи снимка, текста, работа со слоями; - выполнение фотоколлажа.			36	3
Практика по профилю специальности для получения первичных профессиональных навыков по технике и технологии фотографии Виды работ: - знакомство со студийной фотосъемкой; - знакомство с оборудованием для фотосъемки; - знакомство со студийной фотосъемкой; - выполнение студийной фотосъемки			36	
Учебная практика: по профилю специальности в образовательном учреждении Виды работ: - выполнение рекламного плаката; - разработка идеи плаката; - разработка черно-белого форэскиза; - разработка графического стиля; - разработка хроматической идеи; - выполнение оригинала рекламного плаката по выбранной теме; - оцифровка готового варианта плаката без текста; - выполнение электронной версии текстового сопровождения плаката; - подготовка файла плаката к печати, распечатка файла на листе формата А-4 в цвете.			108	

Практика по профилю специальности на предприятии Виды практики: - изучение технологического процесса производства рекламного продукта согласно заданию по практике; - проектирование, разработка и изготовление рекламного продукта; - разработка дизайнерского макета заказа, обсуждение рекламного продукта и результатов практики.		
---	--	--

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

- 1 - ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
- 2 - репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством);
- 3 – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач)

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению:

Реализация программы модуля предполагает наличие учебного кабинета

Кабинет шрифтовой и художественной графики:

художественное оформление кабинета, наглядные пособия, литература по спец. дисциплинам, методическое обеспечение.

Кабинет проектирования рекламного продукта:

учебно-методический материал,

видеокамера-1 шт.,

компьютер-14 шт.,

монитор-1 шт.,

системный блок-1 шт.,

видеоплейер-1 шт.,

телевизор-монитор-1 шт.,

ПО: операционная система Windows XP, Corel Draw, Photoshop, Open Office, ArhiCad, MX Flash.

Все компьютеры объединены в локальную сеть.

Видеостудия:

графический планшет-5 шт.,

компьютер (macbook)- 15 шт.,

тележка для компьютеров-1 шт.;

ПО: операционные системы Macintosh и Windows, Corel Imaging, iChat, iPhoto, Safari, MacOffice

Лаборатория информационных технологий:

монитор-10 шт.,

системный блок-10 шт.,

принтер-1 шт.,

сканер-1 шт.,

ПО: операционные системы, Microsoft Office, информационно-поисковые системы «Гарант» и «Консультант плюс».

Все компьютеры объединены в локальной сеть

художественный фонд, методическое обеспечение.

Кабинет рисунка с основами перспективы: мольберты, натурный фонд, наглядные пособия.

Кабинет живописи с основами цветоведения: мольберты, натурный фонд, наглядные пособия, художественный фонд, методическое обеспечение

Багетная мастерская: токарный станок по дереву, наборы заготовок, инструментов, приспособлений, комплект плакатов, комплект учебно-методической документации.

Реализация программы модуля предполагает обязательную производственную и учебную практику, которые рекомендуется проводить рассредоточено.

4.2. Информационное обеспечение модуля.

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

Учебники и учебные пособия:

1. Аржаков И.П. История рекламы М.: Студцентр, 2018.
2. Воуциц С.С. Эстетика пропорций в дизайне. - М., 2015.
3. Визер В.И. Система цвета. - М.: 2010.

4. Головкин В.П. Иллюстрирование рекламы. - М., 2012.
5. Дегтярев А.Р. Изобразительные средства рекламы. Слово композиция стиль цвет. - М.: ФАИР-ПРЕСС, 2006
6. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования. Учебное пособие. Под ред. Овчинникова Р.Ю.; Дмитриева Л.М. - М.:ЮНИТИ, 2010
7. Ильин Н.М. Эстетика товаров. - М., 2006.
8. Каминский В.П., Георгиевский О.В. Строительное черчение.- М.: Архитектура, 2006
9. Кевин МакКлауд, Выбираем цвет. - М.: Арт-родник, 2018.
10. Кнышова Е.Н. Маркетинг. Учебник. - М., 2015.
11. Костина А.В. Эстетика рекламы. - М., 2005
12. Катернюк А.В. Практическая реклама.- Ростов н/Д, Феникс, 2012.
13. Костина А.В. Основы рекламы. учебное пособие - 2-е изд., доп. - М.: КНОРУС, 2008.
14. Кузин В.С. Рисунок: Наброски и зарисовки. 1-е изд. Учебное пособие. - М.: Архитектура, 2006
15. Кузин В.С. Психология живописи. - М.: Оникс 21 век, 2013
16. Курушин В.Д. Дизайн и реклама. Самоучитель. - М.: ДМК-Пресс, 2006.
17. Логвиненко Г.М. Декоративная композиция. - М.: Владос, 20014
18. Мищенко А.П. Маркетинг. Учебное пособие. - М.: Кнорус, 20015.
19. Марта Джилл, Гармония цвета. - М.: АСТ. Астрель, 2019.
20. Назайкин А.Н. Иллюстрированная реклама. - М., 2015.
21. Панкратов Ф.Г. Основы рекламы. - М., 2007.
22. Пендикова И.Г., Ракитина Л.С. Архетип и символ в рекламе. Учебное пособие. - М.:ЮНИТИ, 2008
23. Ромат Е.В. Реклама. Учебное пособие. - СПб: ИД «Питер, 2006.
24. Райтер А. Ф. Создание эффективной рекламы. - М., 2005.
25. Рамендик Д.М. Управленческая психология. - М., 2006
26. Розенсон И.А. Основы теории дизайна. Учебник для вузов. - СПб.: Питер, 2006
27. Сурина М. Цвет и символ в искусстве, дизайне, архитектуре. - М., 2006.
28. Тулупов А.А. Дизайн периодических изданий Учебник. - М.: Омега- Л, 2008
29. Устин В.Б. Композиция в дизайне. Учебник. Высшая школа. - М.: ООО "Издательство АСТ", 2008
30. Ученкова В.В. Социальная реклама. Учебное пособие. - М., 2016.
31. Уэллс У. Реклама. Принципы и правила. - СПб: Питер. 2018
32. Фильштинский И.А. Иконы. Графический дизайн в XXI век. - М.: ООО «Издательство АСТ», 2008
33. Флинт Т. Анатомия д/худ. Фигура человека в движении. - М.: ООО "Издательство АСТ", 2004
34. Фарбей Э. Эффективная рекламная кампания. - Днепропетровск: Баланс-клуб, 2005.
35. Шарков Ф.И. Разработка и технология производства рекламного продукта. - М., 2007.

Дополнительные источники:

1. Автоматизированное проектирование упаковки: учебное пособие. Н.Ф.Ефремов, А.С.Грозов, Д.Н.Ефремов и др. - М.:ЛОГОС, 2008
2. Библиотека дизайна: упаковка. - М.: Архитектура, 2008
3. Бернштейн Б. Визуальный образ и мир искусства: исторические очерки. - СПб.: Петрополис, 2006
4. Визер В.И. Система цвета. - М.: 2014.
5. Водниц С.С. Эстетика пропорций в дизайне. Учебное пособие. - М.: Техносфера, 2007

6. Туэмлоу Э. Графический дизайн: фирменный стиль. – М.: ООО "Издательство АСТ", 2006
7. Кошаев В.Б. Композиция в русском народном искусстве. - М.: ВЛАДОС, 2016
8. Лучший дизайн визитных карточек. - М.: РИП-холдинг, 2008
9. Павловская Е. И.. Дизайн рекламы. - М., 2004.
10. Пронин С.И. Рекламисту о дизайне. Дизайнеру о рекламе. - М., 2010.
11. Симмонс Кристофер Дизайн логотипов и бланков 9 *. – М.: РИП- ХОЛДИНГ, 2009
12. Хембри Райн Графический дизайн. Самый полный справочник. – М.: ООО "Издательство АСТ", 2008
13. Шарлотта Риверз. Book- art. Лучший дизайн книг. - М.: РИП-холдинг, 2007
14. Шпаков В.Н. История всемирных выставок. – М.: ООО "Издательство АСТ", 2008
15. В. Шевчук Орнамент буквенный и искусство шрифта
16. 1000 идей для продажи. От логотипа до бренда. - М.: РИП-холдинг, 2005

Отечественные журналы:

1. Мелихов Ю.Е., Малуев П.А. Дизайн в рекламе. - М.: ООО Журнал Управления персоналом, 2006
2. «Практическая реклама»

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Обязательным условием допуска к производственной практике (по профилю специальности) в рамках профессионального модуля «Разработка и создание дизайна рекламной продукции» является освоение учебной практики для получения первичных профессиональных навыков в рамках профессионального модуля «Разработка и создание дизайна рекламной продукции».

При работе над курсовой работой (проектом) обучающимся оказываются консультации.

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических (инженерно-педагогических) кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу (курсам):

- наличие профессионального высшего образования, соответствующего профилю модуля «Разработка и создание дизайна рекламной продукции»;
- опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы;
- преподаватели должны проходить стажировку в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой:

педагогический состав: дипломированные специалисты – преподаватели междисциплинарных курсов, а также общепрофессиональных дисциплин: «Композиция, шрифтовая и художественная графика»; «Проектирование рекламного продукта»; «Основы проектной графики»; «История рекламы»; «Моделирование в рекламе», «Русский язык и культура речи».

**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.	Выбор и использование инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта.	Тесты Текущий контроль
ПК 2.2. Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.	Использует выразительные и художественно – изобразительные средства для создания образа в соответствии с законами композиции, цветоведения... Строит модели (макета, сценария) объекта с учетом выбранной технологии.	Представление образа и его концепции в форме презентации
ПК 2.3. Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.	Владеет подготовкой и производством рекламного продукта. Анализирует основные принципы конструирования рекламы, представленные различными школами. Разрабатывает атрибут авторского бренда в соответствии с этапами создания бренда. Грамотно осуществляет вариативность подачи рекламного проекта.	Представление проекта и его концепции в форме презентации Тесты

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 1.1 Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	– демонстрирует устойчивый интерес к будущей профессии	Экспертное наблюдение и оценка деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении
ОК 1.2 Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных	- эффективно применяет методы и способы решения профессиональных задач в области рекламы; - организывает самостоятельно собственную деятельность оценивает ее эффективность и качество;	

задач. Оценивать их эффективность и качество.		работ по учебной и производственной практике
ОК 1.3 Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	- принимает решение стандартных и нестандартных профессиональных задач в области разработки рекламы;	
ОК 1.4 Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	- осуществляет эффективный поиск необходимой информации для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития; – использует информационные технологии для поиска информации в гиперсредах;	
ОК 1.5 Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	– использует информационно-коммуникационные технологии для поиска информации в области рекламы; – применяет информационно-коммуникационные в профессиональной деятельности;	
ОК 1.6 Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	– взаимодействует с обучающимися, преподавателями в ходе обучения, выполнения практических работ, в рамках профессионального модуля;	
ОК 1.7 Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	– грамотно планирует свою работу (и членов команды), оценивает ее качество и результаты;	
ОК 1.8 Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	– рационально организует самостоятельные занятия при изучении профессионального модуля; – грамотно пользуется приобретенными знаниями для решения профессиональных задач в области рекламы;	
ОК 1.9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	– умеет ориентироваться в потоке информации в области рекламы;	

ОК 1.11. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.	– владеет основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в области рекламы;	
ОК 1.12 Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.	– владеет базовыми умениями общения на иностранном языке в области рекламы; – обладает экологической, информационной и коммуникативной культурами в профессиональной деятельности.	