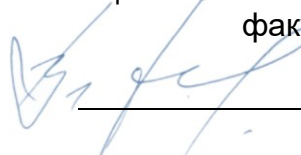


МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
связей с общественностью, рекламы и дизайна
факультета журналистики


д.ф.н., Тулупов В.В.

26.05.2023 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПРОГРАММЫ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА**

ПМ.02 «Производство рекламной продукции»

Код и наименование модуля в соответствии с Учебным планом

42.02.01 «Реклама»

Шифр и наименование специальности

гуманитарный

Профиль подготовки

специалист по рекламе

Квалификация выпускника

очная

Форма обучения

Учебный год: 2024 - 2025
2025 - 2026

Семестр(ы): 3-6

Рекомендована: НМС факультета журналистики

(Наименование рекомендующей структуры)

протокол от 19.05.2023 № 8

Составители программы:

Гончаров В.В. – преподаватель каф. связей с общественностью, рекламы и дизайна

Чаплыгина Е.А. – доцент каф. связей с общественностью, рекламы и дизайна

Андреева М.А. – преподаватель каф. связей с общественностью, рекламы и
дизайна

Цуканова М.И. - доцент каф. электронных СМИ и речевой коммуникации

Киселева А.В. – преподаватель каф. связей с общественностью, рекламы и
дизайна (по договору)

Ельшина О.И. - преподаватель каф. связей с общественностью, рекламы и
дизайна

2023 г.

СОДЕРЖАНИЕ

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

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.02 ПРОИЗВОДСТВО РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ

Программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (ФГОС СПО) по специальности 42.02.01 «Реклама», утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 мая 2014г. № 510 "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 «Реклама», входящей в укрупнённую группу специальностей 42.00.00 «Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело».

Программа учебной дисциплины реализуется с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

1.1. Область применения программы

Программа профессионального модуля (далее программа ПМ) – является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО 42.02.01 «Реклама», входящей в укрупнённую группу специальностей 42.00.00 «Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело» в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД):

ПМ 02. 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 обучающийся в ходе освоения профессионального модуля должен:

иметь практический опыт:

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

уметь:

- осуществлять фотосъемку для производства 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 – 1156 часов, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 976 часов, включая:

аудиторной учебной работы обучающегося – (обязательных учебных занятий) 659 часов;

внеаудиторной (самостоятельной) учебной работы обучающегося – 317 часов;

учебной и производственной практики – 180 часов.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности ПМ.02 «Производство рекламной продукции», в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код компетенции	Содержательная часть компетенции
ПК-2.1	Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.
ПК-2.2	Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.
ПК-2.3	Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.
ОК-1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК-2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК-3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК-4	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК-5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК-6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК-7	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.

ОК-8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК-9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.
ОК-10	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.
ОК-11	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Тематический план профессионального модуля 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		
			Аудиторная учебная работа обучающегося (обязательные учебные занятия)			Внеаудиторная (самостоятельная) учебная 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-2.1-2.3	Раздел 1. Изучение техники выполнение рекламных проектов в материале	114	76	76	-	38	-	-	-	
ПК-2.1-2.3	Раздел 2. Освоение техники и технологии рекламного видео	190	127	57	-	63	-	-	-	
ПК-2.1-2.3	Раздел 3. Освоение техники и технологии рекламной фотографии	264	176	166	-	88	-	-	-	
ПК-2.1-2.3	Раздел 4. Изучение мультимедийных технологий	90	64	32	-	26	-	-	-	
ПК-2.1-2.3	Раздел 5. Изучение методов проектной компьютерной графики и мультимедии	276	184	108	-	92	-	-	-	
ПК-2.1-2.3	Раздел 6. Изучение методов обработки текстовой информации	42	32	22	-	10	-	-	-	
ПК-2.1-2.3	Учебная практика, часов	72	-	-	-	-	-	72	-	
ПК-2.1-2.3	Производственная практика (по профилю специальности), часов	108								108
	Всего:	1156	659	461	0	317	0	72	108	

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, внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
Раздел 1. Изучение техники выполнения рекламных проектов в материале		114	
МДК.02.01 Выполнение рекламных проектов в материале		114	
Тема 1.1 Основы декоративной композиции	Содержание	4	
	1. Основные виды построения статистических, динамических композиций.		1
	2. Понятие модуля как единицы размерных построений.		1
	3. Целостность, гармоничность, соразмерность частей композиции.		1
	Практические занятия	2	
	1. Выполнение текстурных «пятен» с применением гуаши, масляных художественных красок		2
Лабораторные занятия	2		
1. Цветовое решение текстурных «пятен»		2	
Тема 1.2. Применение декоративного пятна в композиции	Содержание	4	
	1. Создание плоскостных модульных композиций, использование «пятна».		1
	2. Двойной модуль, графическое контрастное равновесие.		1
	Практические занятия	2	
	1. Выполнение декоративной композиции «Амфора» с применением декоративного «пятна»		2
	Лабораторные занятия	2	
1. Изготовление шаблонов к заданию	2		
Тема 1.3. Техника «отмывка»	Содержание	6	
	1. Греческие ордера.		1
	2. Отмывка архитектурных деталей.		1
	3. Применение техники «отмывки» в рекламных проектах.		1
	Практические занятия	2	
	1. Выполнение «отмывки» греческого ордера (на выбор) с применением техники «отмывки»		2
Лабораторные занятия	2		
1. Выполнение рисунка ордера к заданию		2	
Тема 1.4. Полуобъемная модульная	Содержание	6	
	1. Полуобъемные модульные композиции.		1

композиция с эффектом «свечения»	2. Пластическое изменение модуля (уплотнение, разрежение, изменение в размере).		1
	3. Методы выполнения полуобъемных композиций в материале.		1
	4. Применение цвета.		1
	5. Создание эффекта «свечения» композиции.		1
	6. Использование двойного модуля		1
	7. Надрез, прорез, загибы в практическом исполнении композиции		1
	Практические занятия	2	
	1. Выполнение полуобъемной композиции с эффектом «свечения»		2
	Лабораторные занятия	4	
1. Поиски вариантов модульных элементов		2	
Тема 1.5. Полуобъемная композиция «на ребро»	Содержание	6	
	1. Полуобъемная композиция «на ребро».		1
	2. Применение модульного элемента в композиции.		1
	3. Изменение модуля по высоте, ширине.		1
	4. Понятие масштабности элемента (модуля) и всей композиции, пластическое решение композиции «на ребро»		1
	Практические занятия	3	
1. Выполнение полуобъемной композиции «на ребро» по заранее подготовленному и продуманному эскизу		2,3	
Тема 1.6. Концептуальный проект рекламы торгового павильона	Содержание	4	
	1. Реклама и товар.		1
	2. Коммуникативные условия и художественные приемы в исполнении рекламного проекта.		1
	3. Разработка рекламного креатива.		1
	4. Зрелищный подход в графическом решении композиции.		1
	5. Выбор главной идеи, ассоциативность, обобщение, выявление типичного, образное решение темы.		1
	6. Необычность и привлекательность композиционного решения.		1
	Практические занятия	2	
	1. Выполнение эскизного варианта рекламного проекта образного композиционного решения.		2,3
	Лабораторные занятия	3	
1. Варианты применения модульных элементов		2	
Тема 1.7. Концептуальный проект рекламы торгового павильона (размещение рекламы)	Содержание	4	
	1. Название рекламной продукции, шрифтовая нагрузка.		1
	2. Объемные элементы фасада павильона.		1
	3. Размещение рекламы: крышные установки, штендеры, навесы, лайфборды. Айстоперы.		1
	Практические занятия	3	
1. Выполнение рекламного проекта фасада торгового павильона с применением ранее освоенных графических техник и приемов исполнения по выбору автора, с размещением рекламы		2,3	

	Лабораторные занятия	3	
	1. Выполнение рисунка фасада павильона.		2,3
Тема 1.8. Фасад павильона, шрифтовая нагрузка	Содержание	4	
	1. Входная группа торгового павильона.		1
	2. Роль шрифта в рекламе товара.		1
	3. Виды шрифтов, их применение в рекламных проектах.		1
	4. Выбор наиболее эффективного графического исполнения.		1
	Практические занятия	3	
	1. Выполнение вариантов разного шрифтового композиционного решения (название павильона или продукции) в графическом, цветном, полубъемном исполнении.		2
	Лабораторные занятия	3	
	1. Выбор рекламных шрифтов		2
Внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа при изучении раздела 1 по темам: Графические средства исполнения композиций Средства выразительности композиции: «пятно». Архитектурные детали в графическом исполнении. Модульные полубъемные композиции и их применение в рекламных проектах . Полубъемные пластические композиции «на ребро». Пространственные связи в композиции. Совмещение силуэтного и объемного, обобщенного и детализированного образа. Пространственная среда в композиционной плоскости рекламы. Реклама в торговых павильонах. Графические средства исполнения. Подготовка к промежуточной аттестации – дифференцированный зачет (4 семестр)		38	2,3
Раздел 2. Освоение техники и технологии рекламного видео		190	
МДК.02.04. Техника и технологии рекламного видео		190	
Тема 2.1. Телевидение. Основные параметры.	Содержание		
	1. Технические характеристики		1
	2. Специфика и основные параметры (цвет, экран, восприятие и т.п.)	11	1
	3. Особенности телевизионной рекламы (плюсы, минусы, эффективность)		1
	Лабораторные занятия	4	
	1. Просмотр роликов.		1
	2. Выявление недостатков телерекламы.		2,3
	Практические занятия:	5	
1. Просмотр роликов.		1	
2. Выявление недостатков телерекламы.		2,3	

	3. Анализ профессиональных конкурсов телерекламы		2,3
Тема 2.2. Типология телевизионной рекламы	Содержание	11	1
	1. Классификация роликов по территориальному охвату, по режиссерской форме подачи материала, по времени и характеру передачи информации		
	2. Product Placement в современной телевизионной продукции.	5	1
	Практические занятия:		
	1. Просмотр роликов.		
	2. Анализ по изученным типам	5	2
	3. Найти примеры каждого вида телерекламы (обсуждение)		
	Лабораторные занятия		
	1. Просмотр роликов.	5	1
	2. Анализ по изученным типам		
Тема 2.3. Разработка концепции рекламного видео	Содержание	12	1
	1. Бриф.		
	2. Важность и значение брифа.		
	3. Выбор концепции идеи.		
	4. Сценарий. Его составляющие. (таблица).		
	5. Схема построения драматического произведения в применении к рекламному фильму.	5	2
	Лабораторные занятия:		
	1. Изучение литературных сценариев рекламного ролика, его составляющие		
	Практические занятия:	5	2
	1. Изучение литературных сценариев рекламного ролика, его составляющие		
	2. Выбор темы и разработка литературного сценария для авторского телеролика	5	3
	Содержание		
	1.. Три вида сюжетов в сценариях рекламных роликов: драматические, исторические, поэтические.		
2. Раскадровка, ее виды и особенности.			
Лабораторные занятия:	5	2	
1. Обсуждение известных работ.			
2. Анализ и сравнение раскадровок и готовых рекламных роликов.	5	2	
Практические занятия:			
1. Обсуждение известных работ.			
2. Анализ и сравнение раскадровок и готовых рекламных роликов.	5	2	
3. Создание авторского сценария			
Тема 2.5. Работа над звукообразом Работа с актерами на съемочной площадке	Содержание	12	1
	1. Поиск звукового и визуального образов.		
	2. Работа у микрофона.		
	3. Работа в кадре и за кадром.		

	4. Работа в фонотеке и фильмотеке.		1
	5. Работа с актерами, режиссером, оператором.		1
	Практические занятия:	5	
	1. Обсуждение сценариев.		2
	2. Проработка раскадровки.		2
	3. Работа над авторскими роликами		2
	Лабораторные занятия:	5	
	1. Обсуждение сценариев.		2
	2. Проработка раскадровки.		2
Тема 2.6. Съёмка, операторское искусство. Монтаж.	Содержание	12	
	1. Место съёмки, декорации, свет и т.п.		1
	2. Операторское искусство (законы кадра, план, крупность и т.п.)		1
	3. Художественный и технический аудио и видеомонтаж, его виды.		1
	4. Специальные аудио и видеопрограммы.		1
	Практические занятия:	4	
	1. Съёмка по авторским сценариям, монтаж		2
	2. Работа над авторскими роликами		2
	Лабораторные занятия:	4	
1. Съёмка по авторским сценариям, монтаж		2	
Внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа при изучении раздела 4.		63	2,3
Работа с учебной литературой.			
Найти примеры каждого вида телерекламы.			
Выбор темы и разработка литературного сценария для авторского телеролика.			
Создание авторского сценария.			
Работа над авторскими роликами.			
Подготовка к экзамену (в 5 семестре).			
Раздел 3. Освоение техники и технологии рекламной фотографии		264	
МДК.02.03 Техника и технологии рекламной фотографии		264	
Раздел 3.1. Рекламная фотография: исторический аспект		18	
Тема 3.1.1. Введение. Понятие рекламной фотографии.	Содержание	6	
	1. Роль и место дисциплины в системе среднего профессионального образования.		
	2. Определение рекламной фотографии.		1
	3. Категориальный аппарат теории фоторекламы.		1
	4. Объект и предмет дисциплины.	1	

	Практические занятия	2	
	1. Специфика рекламной фотографии.		1,2
	Лабораторные занятия	4	
	1. Современная рекламная фотография: тенденции развития.		1,2
Тема 3.1.2. История развития рекламной фотографии.	Содержание	2	
	1. Возникновение рекламной фотографии.		1
	2. Западный опыт фоторекламы.		1
	3. Особенности отечественной школы фоторекламы.		
	Практические занятия	2	
	1. Развитие рекламной фотографии в России.		1,2
	2. Современной состояние отечественной школы рекламной фотографии.		1,2
	Лабораторные занятия	2	
	1. Особенности западной школы фоторекламы.		1,2
Раздел 3.2. Техника рекламной фотографии.		49	
Тема 3.2.1. Устройство цифрового фотоаппарата.	Содержание	4	
	1. Цифровые фотокамеры: от возникновения до современности.		1
	2. Особенности устройства цифрового фотоаппарата и принципы работы.		1
	3. Отличие цифровых и пленочных фотокамер.		1
	Практические занятия	4	
	1. Отработка принципов работы с различными типами фотоаппаратов		1,2
	Лабораторные занятия	6	
	1. Типы современных фотокамер. Правила работы с ними. Специфика областей применения.		1,2
Тема 3.2.2. Безупречная техника съемки – залог удачного рекламного снимка.	Содержание	4	
	1. Экспонетрия.		1
	2. Диафрагма.		1
	3. Выдержка.		1
	4. Светочувствительность.		1
	5. Определение экспозиции снимка.		1
	6. Выдержка, скорость срабатывания затвора.		1
	7. Диафрагма, относительное отверстие объектива.		1
	8. Светочувствительность и экспонетрия.		1
	9. Режимы фотосъемки.		1
	Практические занятия	9	
	1. Использование различных режимов фотосъемки рекламным фотографом		1,2
	Лабораторные занятия	4	
	1. Принципы экспонетрии.		1,2
	2. Определение экспозиции снимка.		1,2
3. Диафрагма.		1,2	

	4. Выдержка.		1,2
Тема 3.2.3. Техническое оснащение как составляющая успеха рекламного фотографа.	Содержание	6	1,2
	1. Различные типы объективов и их применение.		
	2. Фильтры и насадки.		
	3. Вспышки.		
	4. Студийное оборудование.	6	1,2
	Практические занятия		
	1. Студийная рекламная фотография	6	1,2
	Лабораторные занятия		
1. Работа с разными типами объективов, фильтров и насадок.			
2. Фотография со вспышкой.		1,2	
Раздел 3.3 Технология рекламной фотографии		56	
Тема 3.3.1. Разработка идеи рекламного снимка.	Содержание	6	1,2
	1. Изобразительные средства в рекламной фотографии.		
	2. Классицизм и новаторство: грани разумного.		
	3. Свет как основное выразительное средство.		
	4. Цветовое решение рекламной фотографии.	10	1,2
	Практические занятия		
	1. Цвет в рекламной фотографии.	10	1,2
	2. Принципы цветового решения в рекламной фотографии.		
	Лабораторные занятия	10	1,2
	1. Изобразительные средства в рекламной фотографии.		
2. Использование света как выразительного средства.		1,2	
Тема 3.3.2. Жанры рекламной фотографии.	Содержание	8	1,2
	1. Понятие жанра.		
	2. Рекламный портрет.		
	3. Рекламный натюрморт.		
	4. Фотопейзаж в рекламе.		
	5. Спортивная съемка.		
	6. Съемка животных.		
	7. Комбинированные съемки.		
	8. Особенности работы с моделью.		
	Практические занятия	12	1,2
	1. Спортивная фотосъемка. Особенности. Техника.		
	2. Спортивная фотография в рекламе.	10	1,2
	Лабораторные занятия		
	1. Портретная рекламная фотография.		
2. «Низкий ключ». «Высокий ключ».		1,2	

	3. Работа с моделью.		1,2
Раздел 3.4. Обработка фотографии		68	
Тема 3.4.1. Графические редакторы.	Содержание	6	
	1. Знакомство с современным программным обеспечением.		1
	2. Калибровка рабочих устройств.		1
	3. Photoshop как основной инструмент в руках рекламного фотографа.		1
	4. Профиль устройства.		1
	5. Цветовые модели.		1
	6. Цветоделение и цветовосприятие.	1	
	Практические занятия	8	
	1. Цветовые модели.		1,2
	2. Цветоделение и цветовосприятие.	1,2	
	Лабораторные занятия	6	
	1. Калибровка рабочих устройств.		1,2
2. Профиль устройства.	1,2		
Тема 3.4.2. Работа в программе Adobe Photoshop.	Содержание	3	
	1. Настройка программы.		1
	2. Инструменты выделения.		1
	3. Световая и тоновая коррекции.		1
	4. Работа с цветом.		1
	5. Инструменты ретуши.		1
	6. Художественные фильтры.	1	
	Практические занятия	13	
	1. Техника рекламной фотографии: работа с цветом.		1,2
	2. Ретушь в рекламной фотографии. Инструменты ретуши.	1,2	
	Лабораторные занятия	12	
	1. Инструменты выделения в программе Adobe Photoshop.		1,2
2. Световая и тоновая коррекции.	1,2		
3. Использование художественных фильтров.	1,2		
Тема 3.4.3. Подготовка рекламной фотографии к публикации.	Содержание	6	
	1. Разрешение и размер снимка.		1
	2. Публикация рекламного снимка в сети Интернет.		1
	3. Журнальная фотореклама.		1
	4. Подготовка снимка для наружных носителей.	1	
	Практические занятия	4	
	1. Рекламная фотография в сети Интернет: специфика публикации, правила подготовки к публикации.		1,2
	2. Фотография в журнальной рекламе. «Глянец».		1,2
3. Рекламная фотография в газетах.	1,2		

	4. Учет особенности и возможностей полиграфии.		1,2
	Лабораторные занятия	10	
	1. Технические особенности подготовки рекламной фотографии к публикации.		1,2
	2. Разрешение и размер снимка.		1,2
	3. Специфика подготовки фотографии в наружной рекламе.		1,2
	4. Особенности фотографии для транзитной рекламы.		1,2
	5. Рекламная фотография в сети Интернет: специфика публикации, правила подготовки к публикации.		1,2
Внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа при изучении раздела 3.		88	2.3
Работа с литературой			
Отработка жанров рекламной фотографии			
Освоение на практике приемов работы с графическими редакторами			
Подготовка к промежуточной аттестации – дифференцированный зачет (в 5 семестре)			
Написание курсовых работ (в 6 семестре)			
Подготовка к итоговой аттестации – экзамен (в 6 семестре)			
Раздел 4. Изучение мультимедийных технологий		90	
МДК.02.05. Мультимедийные технологии		90	
Тема 4.1. Мультимедиа: основные понятия.	Содержание.	2	1
	1. Мультимедийность. История развития. Технологии мультимедиа.		1
	Практические занятия	4	
	1. Просмотр видеоматериалов на тему «История развития мультимедийных технологий».		1,2
	Лабораторные занятия	4	
	1. Анализ видеоматериалов на тему «История развития мультимедийных технологий». Обсуждение в группе.		1,2
Тема 4.2. Интернет как мультимедийная среда	Содержание. Особенности сетевой среды.		
	1. Гипертекстуальность, интерактивность, мультимедийность.		1
	2. Специфика интернет-СМИ.	2	
	Практические занятия		
	1. Анализ особенностей выбранного веб-текста.	4	1,2
	2. Групповое задание на тему «Рассмотрение особенностей и анализ интернет-СМИ».		1,2
	Лабораторные занятия		
	1.Задание на тему «Специфика веб-текста как рекламный ресурс».	4	1,2
Тема 4.3. Звук и его возможности.	Содержание		
	1. Запись и редактирование аудиоматериалов.Монтаж. Подкасты.	2	1
	Практические занятия		

	1. Правила записи звука.		1,2
	2. Звуковые редакторы.	4	1,2
	3. Формы использования монтажа.		1,2
	4. Использование звуков и шумов.		1,2
	5. Групповое задание на тему «Прослушивание и анализ аудиоматериалов»		1,2
	Лабораторные занятия		
	1. Создание аудиоматериалов с использованием различных возможностей звука.	4	1,2
	2. Запись в студии		1,2
	3. Анализ записанных работ.		1,2
Тема 4.4. Видео и его возможности.	Содержание		
	1. Телевидение и история его развития.		1
	2. Видео: основные понятия.		1
	3.Изобразительно-звуковой образ.		1
	4. Основы видеосъемки.		1
	5. Звук на экране.	4	1
	6. Монтаж.		1
	7. Принципы, правила и виды монтажа.		1
	8. Режиссура как профессия.		1
	9. Особенности монтажа в производстве рекламного ролика.		1
	10. Выразительные средства режиссуры рекламного видео.		1
	Практические занятия	6	
	1. Просмотр видео об истории ТВ.		1,2
	2. Групповое обсуждение видеоматериалов.		1,2
	3. Просмотр видео. Анализ приемов монтажа.		1,2
	4. Просмотр видео. Анализ использованных выразительных средств.		1,2
	5. Правила видеосъемки: практическая работа.		1,2
	Лабораторные занятия	6	
	1. Создание видеоматериалов с использованием художественных средств: съемка.		1,2
	2. Создание видеоматериалов с использованием художественных средств: монтаж.		1,2
3. Создание видеоматериалов с использованием художественных средств: редакция.		1,2	
4. Создание видеоматериалов с использованием художественных средств: просмотр и обсуждение.		1,2	
Тема 4.5. Фото, гиф, инфографика: понятия и возможности.	Содержание		
	1. Мультимедийность как единство текста и изображения.		1
	2.Правила соотношения текста и изображения.		1
	3.Фото: основные понятия.	4	1
	4. Гиф: основные понятия.		1
	5. Инфографика: основные понятия.		1
	6. Создание инфографики на основе предложенных материалов.		1
Тема 4.6.	Содержание		

Планирование и создание мультимедийного контента.	Практические занятия	4	
	1. Этапы создания медиатекста: общий анализ.		1,2
	2. Этап определения общего смысла.		1,2
	3. Этап формулирования замысла.		1,2
	4. Этап языкового оформления.		1,2
	5. Подготовка к съемке. Подготовка к монтажу.	1,2	
	Лабораторные занятия	4	
	1. Тема и идея материала: поиск и оформление.		1,2
	2. Разработка визуального сопровождения материала.		1,2
	3. Основные методы получения информации.		1,2
4. Редактура материала: основные принципы.	1,2		
Тема 4.7. Рекламные возможности мультимедиа.	Содержание	2	
	1. Аудио, видео и рекламные возможности.		1
	2. Интернет как рекламный ресурс.	1	
	Практические занятия	4	
	1. Изучение рекламных материалов разных типов СМИ.		1,2
	2. Просмотр и анализ представленных материалов.		1,2
	3. Создание доклада на тему: «Форматы видеорекламы в интернете».	1,2	
	Лабораторные занятия	4	
	1. Сбор материала для создания мультимедийного материала.		1,2
	2. Создание мультимедийного материала.		1,2
3. Анализ проведенной работы.	1,2		
Тема 4.8. Текст как элемент мультимедийного контента	Содержание	2	
	1. Структура современного медиатекста.		1
	2. Особенности печатного и интернет-текста.		1
	3. Особенности радио- и тв-текста. Рекламный текст.	1	
	Практические занятия	4	
	1. Анализ структуры представленного текста.		1,2
	2. Анализ интернет-текста.		1,2
3. Анализ телевизионного текста и его возможностей.	1,2		
4. Анализ телевизионного и радиийного текста и их возможностей.	1,2		
5. Групповое задание на тему «Сравнительный анализ печатного и видеоматериалов».	1,2		
Лабораторные занятия	4		
1. Анализ рекламного текста.		1,2	
2. Создание печатного текста с внедрением графического компонента.		1,2	
3. Анализ представленных материалов.	1,2		
Тема 4.9. Мультимедиа и социальные сети	Содержание	1	
	1. Мультимедийные возможности основных социальных сетей: видео и аудио.		1
	2. Мультимедийные возможности основных социальных сетей: текст и	1	

	изображение..		
	Практические занятия:		
	1. Анализ представленных материалов.	5	1,2
	2.Разработка и планирование мультимедийного контента для соцсетей.		1,2
	Лабораторные занятия		
	1. Планирование и запись контента для соцсетей.	5	1,2
	2. Обсуждение и анализ, разработка продвижения контента.		1,2
	Внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа при изучении раздела 4:	26	2,3
	- Работа с учебной литературой - Составление отчетов по лабораторному практикуму - Комплексное использование возможностей современных технологий для создания мультимедийного контента - Разработка концепций создания мультимедийного контента - Работа над индивидуальным творческим заданием - Работа в радиостудии - Знакомство с лабораторией учебного телевидения - Подготовка к итоговой аттестации – контрольная работа (в 7 семестре)		
Раздел 5. Изучение методов проектной компьютерной графики и мультимедии		276	
МДК.02.02 Проектная компьютерная графика и мультимедиа		276	
Тема 5.1. Введение в компьютерную геометрию и графику	Содержание	6	
	1. Определение, основные задачи компьютерной графики и геометрического моделирования.		1
	2. Роль и место компьютерной графики и геометрического моделирования в информационных технологиях.		1
	3. Применение интерактивной графики в информационных системах.		1
	4. Классификация видов компьютерной графики.		1
	5. Рендеринг и этапы получения изображения.		1

	6. Сферы применения компьютерной графики.		1
	7. Краткая история компьютерной графики		1
	Лабораторные занятия	6	
	1. Применение интерактивной графики в информационных системах.		2
	2. Рендеринг и этапы получения изображения.		2
	Практические занятия	4	
	1. Знакомство с ПО SketchUP 2015, ПО CorelDraw X7		2
Тема 5.2. Векторная графика	Содержание	8	
	1. Векторная графика. Объекты, их атрибуты.		1
	2. Структура векторных файлов.		1
	3. Форматы векторных файлов.		1
	4. Достоинства и недостатки векторной графики.		1
	Лабораторные занятия	6	
	1. Векторная графика. Объекты, их атрибуты.		2
	2. Структура векторных файлов.		2
	3. Форматы векторных файлов.		2
	4. Достоинства и недостатки векторной графики.		2
	5. Групповое задание на тему «Применение интерактивной графики в информационных системах»		2,3
	Практические занятия	4	
	1. ПО CorelDraw X7 изучение графического интерфейса		2
Тема 5.3. Геометрические преобразования в векторной графике	Содержание	8	
	1. Системы координат в компьютерной графике.		1
	2. Аффинные преобразования.		1
	3. Двумерные геометрические преобразования в компьютерной графике.		1
	4. Трехмерные геометрические преобразования в компьютерной графике.		1
	5. Перспектива.		1
	6. Элементы дифференциальной геометрии.		1
	7. Интерполяция кривых и поверхностей.		1
	8. Алгоритмы удаления невидимых поверхностей и получения реалистичных изображений		1
	Лабораторные занятия	6	
	1. Системы координат в компьютерной графике.		2
	2. Аффинные преобразования.		2
	3. Двумерные геометрические преобразования в компьютерной графике.		2
	4. Трехмерные геометрические преобразования в компьютерной графике.		2
	5. Перспектива.		2
6. Элементы дифференциальной геометрии.		2	
7. Интерполяция кривых и поверхностей.		2	
8. Алгоритмы удаления невидимых поверхностей и получения реалистичных		2	

	изображений		
	Практические занятия	6	
	1. ПО SketchUP 2015 изучение графического интерфейса		2,3
Тема 5.4. Геометрические примитивы	Содержание	8	
	1. Прямая.		1
	2. Плоскость.		1
	3. Нормаль к плоскости.		1
	4. Точка пересечения двух прямых.		1
	5. Точка пересечения отрезка с плоскостью.	1	
	Лабораторные занятия	6	
	1. Прямая.		2
	2. Плоскость.		2
	3. Нормаль к плоскости.		2
	4. Нахождение точки пересечения двух прямых.		2
	5. Нахождение точки пересечения отрезка с плоскостью.	2	
	Практические занятия	4	
	1. ПО CorelDraw X7 выполнение построений геометрических примитивов		2
Тема 5.5. Растровая графика	Содержание	8	
	1. Пиксели.		1
	2. Битовая глубина, определение числа доступных цветов в изображении.		1
	3. Типы изображений.		1
	4. Факторы, влияющие на количество памяти, занимаемой растровым изображением.		1
	5. Представление видеoinформации и ее машинная генерация.		1
	6. Графические языки.		1
	7. Метафайлы.		1
	8. Структура и форматы растровых файлов.		1
	9. Алгоритмы растеризации.		1
	10. Масштабирование изображений.		1
	11. Выборка изображений.		1
	12. Интерполяция.		1
	13. Методы сжатия растровых изображений.		1
	14. Достоинства и недостатки растровой графики.	1	
	Лабораторные занятия	6	
	1. Пиксели.		2
	2. Битовая глубина, определение числа доступных цветов в изображении.		2
	3. Типы изображений.		2
	4. Факторы, влияющие на количество памяти, занимаемой растровым изображением.		2

	5. Представление видеоинформации и ее машинная генерация.		2
	6. Графические языки.		2
	7. Метафайлы.		2
	8. Структура и форматы растровых файлов.		2
	9. Алгоритмы растеризации.		2
	10. Масштабирование изображений.		2
	11. Выборка изображений.		2
	12. Интерполяция.		2
	13. Методы сжатия растровых изображений.		2
	14. Достоинства и недостатки растровой графики.		2
	15. Групповое задание на тему «Масштабирование изображений. Выборка изображений. Интерполяция. Методы сжатия растровых изображений»		2,3
	Практические занятия	4	
	1. ПО CorelDraw X7 построение двенадцатичастного цветового круга		2
Тема 5.6. Цвет в компьютерной графике	Содержание	8	
	1. Понятие цвета.		1
	2. Цветовые модели.		1
	3. Глубина цвета.		1
	4. Таблицы цветов.		1
	5. Проблема цветового охвата.		1
	6. Управление цветами.		1
	7. Цветоделение.		1
	8. Цвета монитора и принтера.		1
	9. Цветовые профили.		1
	10. Калибровка устройств		1
	Лабораторные занятия	4	
	1. Понятие цвета.		2
	2. Цветовые модели.		2
	3. Глубина цвета.		2
	4. Таблицы цветов.		2
	5. Проблема цветового охвата.		2
	6. Управление цветами.		2
	7. Цветоделение.		2
	8. Цвета монитора и принтера.		2
	9. Цветовые профили.		2
	10. Калибровка устройств		2
	11. Групповое задание на тему «Методы заливки граней»		2
Практические занятия	4		
1. ПО CorelDraw X7 построение двенадцатичастного цветового круга и применение цвета		2	

Тема 5.7. Модели расчета освещенности граней трехмерных объектов	Содержание	8	
	1. Цветовая модель компьютерной графики.		1
	2. Учет прозрачных свойств материала.		1
	3. Методы заливки граней	1	
	Лабораторные занятия	4	
	1. Цветовая модель компьютерной графики.		2
	2. Учет прозрачных свойств материала.		2
	3. Методы заливки граней	2	
	Практические занятия	6	
1. ПО SketchUP 2015 создание объемных геометрических примитивов	2		
Внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа при изучении раздела 5. Работа с учебным материалом, конспектом лекций. Задания для самостоятельной работы: - Построение фигур (примитивы). - Построение линий. - Построение сложных объектов. - Интерактивное перетекание. Имитация объема. - POWERCLIP. Обработка растровых изображений. - Интерактивный объем. - Интерактивное искажение. Имитация объема. - Трассировка в растр. Подготовка к групповым заданиям. Подготовка к промежуточной аттестации – дифференцированный зачет (в 7 семестре.)		92	2,3
Раздел 6. Изучение методов обработки текстовой информации		42	
МДК.02.06 Обработка текстовой информации		42	
	Содержание	4	1
	1. Информация и её свойства. Понятие, виды и функции информации.		1
	2. Место информации в научном мировоззрении.		1
	3. Понятие информации. Человек и информация.		1
	4. Различные формы представления информации.		1
	5. Информационные процессы: получение, передача, преобразование, хранение и использование информации.		1
	6. Информационная деятельность человека.		1
	7. Информационное общество.		1
	8. Роль информационных технологий в современном обществе.		1
	9. Защита информации.		1
Тема 6.2. Технологии и средства обработки	Содержание	14	
1. Основные структурные элементы текста. Представление текста в памяти	1		

текстовой информации	компьютера.		
	2. Эволюция средств обработки текстовой информации. Основные этапы обработки текстовой информации: набор, редактирование, форматирование, верстка.		1
	3. Современные аппаратные средства обработки текстовой информации. Современные программные средства обработки информации. HTML. Состав пакета MS Office.		1
	4. Общие сведения о системах подготовки текстовых документов.		1
	5. Знакомство с интерфейсом текстового процессора Microsoft Word. Основные функции. Возможные форматы.		1
	6. Редактированием и форматирования документа в Microsoft WORD.		1
	7. Таблицы как инструмент форматирования текста. Способы создания и редактирования таблиц.		1
	8. Форматирование таблицы. Вычисления в таблицах.		1
	9. Создание и использование стилей в документе. Оглавление в документе.		1
	10. Этапы создания составного документа (слияние).		1
	11. Основные характеристики и параметры шрифта.		1
	12. Этапы создания текстовых документов. Порядок создания нового документа. Оформление текстовых документов.		1
	13. Проверка орфографии. Перемещение по документу.		1
	14. Закладки. Гиперссылки. Поиск и замена текста.		1
	15. Работа с файлами. Основные принципы практической работы.		1
	16. Печать документов.		1
Тема 6.3. Технологии и средства обработки числовой информации	Содержание	6	
	1. Представление числовой информации в памяти компьютера. Эволюция средств обработки числовой информации.		1
	2. Современные аппаратные средства обработки числовой информации.		1
	3. Современные программные средства обработки числовой информации: электронные таблицы и математические пакеты. Основные функции.		1
	4. Структура электронных таблиц. Объединение электронных таблиц.		1
	5. Ячейки их адресация. Диапазон ячеек.		1
	6. Ввод, редактирование и форматирование ячеек.		1
	7. Вычисления в электронных таблицах. Формулы. Технические и программные ограничения, влияющие на точность вычислений.		1
	8. Ссылки в формулах. Операторы в формулах		1
	9. Диаграммы. Порядок создания.		1
	10. Взаимодействие с Microsoft WORD.		1
Тема 6.4. Технологии и средства обработки графической информации	Содержание	4	
	1. Представление графической информации на мониторе.		1
	2. Представление графической информации в памяти компьютера.		1
	3. Растровая, векторная и фрактальная графика.		1

	4. Современные аппаратные средства обработки графической информации.		1
	5. Способы представления цветных изображений, цветовые модели.		1
	6. Современные программные средства обработки графической информации.		1
Тема 6.5. Модели процессов обработки и защиты текстовой информации	Содержание	4	
	1. Использование Internet для обработки текстовой информации. Основные принципы функционирования. Поиск информации		1
	2. Понятие технического обеспечения процессов обработки текстовой информации его состав		1
	3. Организационные формы использования ПК для обработке информации.		1
	4. Модели процессов извлечения информации.		1
	5. Модели процессов обработки информации		1
	6. Модели процессов хранения информации		1
	7. Модели процессов представление и использование информации		1
	8. Понятие информационной безопасности. Основные требования защиты данных при обработке текстовой информации.		1
9. Направления использования знаний в области обработки текстовой информации в профессиональной деятельности.	1		
Внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа при изучении раздела 6: изучение конспектов лекций, учебной литературы; подготовка сообщения на тему «Информационная деятельность человека»; подготовка доклада с презентацией на тему «Технологии и средства обработки текстовой информации»; подготовка доклада с презентацией на тему «Использование в профессиональной деятельности технологий обработки числовой информации»; подготовка доклада с презентацией на тему «Технологии и средства обработки графической информации»; подготовка логических схем процессов обработки и защиты текстовой информации; подготовка к итоговой аттестации – контрольная работа (в 7 семестре).		10	2,3
УП.01.01 Учебная практика. Практические основы разработки и создания дизайна рекламного продукта. Виды работ: Знакомство с основными принципами отбора изобразительных средств и материалов Знакомство со спецификой работы рекламного оборудования		72	
ПП.01.01 Производственная практика. Разработка и создание дизайна рекламного продукта. Виды работ: Знакомство с основными принципами отбора изобразительных средств и материалов Знакомство со спецификой работы рекламного оборудования Знакомство с основными принципами написания сценария Знакомство с основными принципами создания макетов Знакомство с основными принципами реализации рекламных проектов		108	
Всего		1156	

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. Материально-техническое обеспечение

Реализация программы дисциплины требует наличия учебных кабинетов проектирования рекламного продукта, шрифтовой и художественной графики; фотолаборатории, фотостудии.

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета: - учебные места по количеству обучающихся;

- рабочее место преподавателя;
- комплект учебно-методической документации;
- учебные фильмы/презентации/плакаты по разделам дисциплины.
- мольберты, дневное освещение, реквизит, драпировки, предметы, гипсовые элементы, литература по искусству, копии работ великих мастеров

Оборудование лаборатории и рабочих мест лаборатории: фото-принтер,, проектор, экран, доска информационная, колонки, вспышка, ресивер, стойка студийная, зонт студийный, софтбокс, штатив, фон студийный бумажный.

Аудитории для проведения занятий лекционного типа. Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор View Sonic; ПК (i5/4Gb/HDD 1Tb); экран настенный с электроприводом CS 244*244; акустическая система BEHRINGER B115D, микшер UB 1204 FX, микрофон B-1. Программное обеспечение: WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdm; OfficeSTd 2013 RUS OLP NL Acdm; Неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite Комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite; СПС «ГАРАНТ- Образование».

Аудитории для проведения занятий семинарского типа, текущего контроля и промежуточной аттестации. Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор BenQ, экран настенный CS 244*244; переносной ноутбук 15*Packard Bell. Программное обеспечение: WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdm; OfficeSTd 2013 RUS OLP NL Acdm; Неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite Комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite; СПС «ГАРАНТ- Образование».

Аудитории для самостоятельной работы студентов. Используются компьютерные классы: ауд. 115 ([Воронеж, ул. Хользунова, 40-а](#)). Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор BenQ MX511; экран настенный CS 244*244; интерактивная доска Promethean, ПК (i5/4Gb/HDD 1Tb) (11 шт.);

ауд. 126 ([Воронеж, ул. Хользунова, 40-а](#)). Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор BenQ MX511; ПК (Razer 5/4Gb/1Tb) (10 шт.); экран настенный CS 244*244, интерактивная доска Promethean.

Программное обеспечение: WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdm; OfficeSTd 2013 RUS OLP NL Acdm; Неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite Комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite; СПС «ГАРАНТ- Образование».

4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

При реализации дисциплины используются различные типы лекций (вводная, обзорная и т.д.), семинарские задания (проблемные, дискуссионные и т.д.), применяются дистанционные образовательные технологии в части освоения лекционного и практического материала, проведения текущей аттестации, самостоятельной работы по дисциплине или отдельным ее разделам и т.д.

Основные источники:

1. Антипов, К. В. Основы рекламы : учебник / К. В. Антипов. – 5-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2021. – 326 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684193> (дата обращения: 16.02.2021). – ISBN 978-5-394-04207-2. – Текст : электронный.
2. Молочков, В. П. Основы фотографии : [12+] / В. П. Молочков. – 2-е изд., испр. – Москва : Национальный Открытый Университет «ИНТУИТ», 2016. – 401 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=429069> (дата обращения: 16.02.2021). – Текст : электронный.
3. Реклама и связи с общественностью: теория и практика : / [Е.В. Маслова и др.] ; Воронеж. гос. ун-т. — Воронеж : Издательский дом ВГУ, 2015. — 370 с.

Дополнительные источники:

1. Годин А. М., Дашков И. К. «Брендинг: учебное пособие 2013
2. Шарков Ф. И., Дашков И. К. «Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике. Учебное пособие, 2014
3. Гаймакова Б.Д., Макарова С.К., Новикова В.И., Оссовская М.П. Мастерство эфирного выступления: Учеб.пособие. – М.: Аспект Пресс, 2004. (Серия «Телевизионный мастер-класс»). – 283 с. ***
4. Коханенко А.И. Имидж рекламных персонажей. – М.: ИКЦ «МарТ», Ростов н/Д.: Издательский центр «МарТ», 2004. – 143 с. ***
5. Ляшенко Б. Как надо и как не надо говорить в эфире/ Программы фонда независимого радио М. 2000. - С. 110.***
6. Митта А. Н. Кино между адом и раем : Кино по Эйзенштейну, Чехову, Шекспиру, Курасаве, Феллини, Хичкоку, Тарковскому / А. Митта. – М. : Подкова, 2000. – 471 с. ***
7. Муратов С. А. Пристрастная камера : учеб. пособие для студ. вузов / С. А. Муратов. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Аспект Пресс, 2004. – 185 с. ***
8. Шарков Ф.И., Гостенина В.И. Разработка и технологии производства рекламного продукта: Учеб. пособие. Под общ. ред. Ф. И. Шаркова. - М.: ИТК Дашков и К, 2007. – 340 с. ***

9. Шубина И.Б. Основы драматургии и режиссуры рекламного видео: Творческая мастерская рекламиста. – М.: ИКЦ «МарТ», Ростов н/Д.: Издательский центр «МарТ», 2004. – 320 с. ***
10. Баластов А. В. Практическое применение информационных технологий при обучении взрослых профессионально ориентированному иноязычному общению в условиях неязыкового вуза // Вестн. Том. гос. пед. ун-та. – 2012. – № 4. – С. 167-170.
11. Гончарик Н. Г. Цифровые мультимедийные технологии – смысловые средства передачи информационного содержания // Проблемы создания информационных технологий : сб. науч. тр. – 2012. – Вып. 21. – С. 74-76.
12. Джашитов В. Э. Мультимедийные информационно-компьютерные технологии в научно-образовательных курсах лекций и экспресс-контроле знаний по точным наукам / В. Э. Джашитов, В. М. Панкратов, А. В. Голиков // Информ. технологии. – 2011. – № 1. – С. 44-48.
13. Информационные технологии в культуре : курс лекций / Е. С. Толмачева, С. Л. Замковец, Ю. В. Виланский, Н. Л. Гончарова. – Минск : Современ. знания, 2010. – 264 с. ***
14. Карп Е. И. Роль интерактивных мультимедийных систем в вопросе информационного обеспечения деятельности управленческих структур // Вестн. акад. права и упр. – 2010. – № 21. – С. 159-165. ***
15. Лобанова Ю. В. От телевидения к интернету: открытая стратегия коммуникации // Упр. мегаполисом. – 2011. – № 2. – С. 129-132.
16. Мухлаев В. А. Использование информационных технологий в развитии познавательной активности учащихся // Образование и саморазвитие. – 2012. – Т. 1, № 29. – С. 50-55.
17. Попова И. Н. Технология формирования профессиональной компетентности студентов инженерных специальностей в области технологий мультимедиа // Современ. проблемы науки и образования. – 2013. – № 2. – С. 249.
18. Стяблина А. В. Электронные технологии в формировании информационной среды // Вестн. Тамбов. ун-та. Сер.: Гуманитар. науки. – 2011. – Т. 103, № 11. – С. 207-211.
19. Холин А. Н. Ситуационные центры: перспективы цифровых технологий. Площадка для апробации цифровых технологий // Науч. периодика: проблемы и решения. – 2011. – № 6. – С. 6-9.
20. Бердышев С. Н. Эффективная наружная реклама : практическое пособие / С.Н. Бердышев .— 2-е изд. — М. : Дашков и Ко, 2012 .— 130, [1] с
21. Годин А.А. Интернет-реклама : учебное пособие / А.А. Годин, А.М. Годин, В.М. Комаров .— 2-е изд. — М. : Дашков и Ко, 2012 .— 167, [1] с.
22. Реклама в СМИ / [ред. Г.Ю. Арапова ; авт.-сост.: С.И. Кузеванова и др.] .— 2-е изд., испр. и доп. — Воронеж : Элист, 2012 .— 129, [1] с.
23. Анатомия рекламного образа / Под общ.ред. А.В. Овруцкого. – СПб.: Питер, 2004. – 224 с. ***
24. Евстафьев В. А. Журналистика и реклама: основы взаимодействия: (Опыт теоретического исследования) – М. : ИМА-пресс, 2001. – 264с.***
25. Ефимова Н.Н, Звук в эфире: Учебное пособие для вузов – М.: Аспект-пресс, 2005. -142 с. ***
26. Меерзон Б.Я. Акустические основы звукорежиссуры.- М. 2004. - 204 с***
27. Полукаров В.Л. Телерадиореклама. Инновационные технологии. – М.: «Издательство ПРИОР», 1998. – 388 с. ***

28. Полукаров В.Л. Телерадиореклама. - М., 2002. – 200 с. ***
29. Утилова Н.И. Монтаж Н.И.Утилова. М., 2004. 168 с.***

Информационные электронно-образовательные ресурсы:

1. Техника и технология рекламной фотографии.
<https://edu.vsu.ru/enrol/index.php?id=11026>
2. Техника и технологии рекламного видео.
<https://edu.vsu.ru/enrol/index.php?id=8001>
3. Пакет программ Microsoft Office и Adobe Creative Suite Master Collection
4. <https://www.figma.com/>
5. <http://www.microsoft.com/>
6. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:
7. Поисковые системы:
 1. <http://www.yandex.ru/>
 2. <http://www.rambler.ru/>
 3. <http://www.google.ru/>
8. <http://ru.wikipedia.org/wiki/Википедия>
9. <http://www.chaynikam.info/foto.html> Компьютер для «чайников»
10. <http://urist.fatal.ru/Book/Glava8/Glava8.htm> Электронные презентации
11. Полнотекстовая база «Университетская библиотека» – образовательный ресурс. – URL:<http://www.biblioclub.ru>.
12. Электронный каталог Научной библиотеки Воронежского государственного университета. – URL:<http://www.lib.vsu.ru>.
13. <http://www.shutterstock.com/video>
14. <https://www.youtube.com/playlist?list=PLDkboCqONPRDWUEaYm3Sau2mYWw6ugHVu>

***- литература не переиздавалась

4.3. Организация образовательного процесса

В соответствии с требованиями ФГОС СПО по специальности 42.02.01. Реклама реализация компетентного подхода предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий: компьютерных симуляций групповых дискуссий, деловых и ролевых игр, разбора конкретных ситуаций, психологических и иных тренингов, индивидуальных и групповых проектов – в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития требуемых компетенций обучающихся.

Дисциплины и модули, для которых освоение данного профессионального модуля необходимо как предшествующее: ОП.05 Сервисная деятельность, ОП.07 Документационное обеспечение управления, ОП.08 Социология рекламной деятельности, ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламного продукта.

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических (инженерно-педагогических) кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу (курсам): Реализация ППССЗ по специальности обеспечивается педагогическими кадрами, имеющими высшее образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины (модуля).

У преподавателей, отвечающих за освоение обучающимся профессионального учебного цикла, имеется опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы.

Преподаватели получают дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой:

Преподаватели имеют высшее образование, соответствующее профилю профессионального модуля.

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

Контроль и оценка результатов освоения МДК осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий и лабораторных работ, контрольных работ, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, исследований.

Итоговый контроль по профессиональному модулю - экзамен (квалификационный).

Критерии оценки результата итогового контроля по итогам освоения МДК:

- **отлично**: знание основного материала дисциплины, умение самостоятельно использовать его для решения прикладных задач, успешное выполнение тестов;
- **хорошо**: знание большей части материала дисциплины и методов его использования, умение решать типовые задачи, успешное выполнение тестов;
- **удовлетворительно**: наличие представления об основных положениях материала дисциплины, умение использовать его для решения простейших задач, неполное выполнение тестов;
- **неудовлетворительно**: отсутствие практических навыков при слабом представлении о содержании дисциплины, невыполнение тестов.

Зачтено: выполненные в срок все намеченные объёмы работ и программа практики, в том числе представленные к защите индивидуальные творческие задания;

Не зачтено: не выполненная программа практики.

Результаты (освоенные профессиональные и общие компетенции)	Основные показатели оценки результата
<p>ПК-2.1 Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.</p> <p>ОК-2 Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.</p> <p>ОК-4 Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного</p>	<p>Умелое осуществление фотосъемки для производства рекламного продукта;</p> <p>профессиональное использование техники и технических средств фотосъемки в рекламе;</p> <p>профессиональное использование технических и программных средств для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации</p> <p>Организация собственной деятельности для осуществления рекламной идеи, проведение оценки эффективности собственной деятельности, выбирая и используя</p>

<p>выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.</p> <p>ОК-5 Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.</p> <p>ОК-9 Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.</p>	<p>инструменты, оборудование и основные изобразительные средства и материалы при исполнении рекламного продукта.</p> <p>Умелое использование информационно-коммуникативных технологий с применением мультимедийных и web-технологий для разработки и внедрения рекламного продукта.</p> <p>Осуществление поиска и использование информации, необходимой для построения модели объекта, при подготовке к производству рекламного продукта, при производстве рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков.</p> <p>Использование компьютерных технологий при создании печатного рекламного продукта, ориентируясь в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.</p>
<p>ПК-2.2 Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.</p> <p>ОК-2 Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.</p> <p>ОК-4 Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.</p> <p>ОК-5 Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.</p> <p>ОК-9 Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.</p>	<p>Умелое использование профессиональных пакетов программного обеспечения для создания макетов;</p> <p>профессиональное создание сценария с учетом аспектов психологического воздействия;</p> <p>самостоятельная разработка сценария для съемок и монтажа рекламы</p> <p>Самостоятельный выбор методов и способов эскизирования для осуществления рекламной идеи, используя различные информационно-коммуникативные технологии.</p> <p>Осуществление поиска и использования информации, необходимой для эффективного выполнения художественного эскизирования и выборе оптимальных изобразительных средств рекламы.</p> <p>Использование информационно-коммуникационных технологий при создании интернет-рекламы, ориентируясь в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.</p>
<p>ПК-2.3 Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.</p> <p>ОК-2 Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.</p> <p>ОК-4 Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.</p>	<p>Умелое использование технических и программных средств для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации;</p> <p>Уверенное осуществление аппаратного и программного обеспечения</p> <p>Поиск информации и использование информационно-коммуникативных технологий при выборе идеи для авторского рекламного проекта, организовывая собственную деятельность.</p> <p>Осуществление поиска и использования информации, необходимой для эффективного выполнения авторского проекта.</p> <p>Использование информационно-</p>

<p>ОК-5 Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.</p> <p>ОК-9 Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.</p>	<p>коммуникативных технологий при внедрении авторского рекламного проекта.</p> <p>Ориентация в условиях частой смены технологий, применяя технические программные средства для создания печатного рекламного продукта.</p>
<p>ОК-1 Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.</p>	<p>Самостоятельный выбор студента своей будущей профессии в сфере журналистики, проявление к ней устойчивого интереса.</p> <p>Верное определение задач будущей профессии и методов их осуществления.</p>
<p>ОК-3 Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.</p>	<p>Быстрая оценка стандартных и нестандартных ситуаций.</p> <p>Самостоятельное осуществление действий для решения различных ситуаций.</p> <p>Проявление ответственности за свои действия в различных ситуациях.</p>
<p>ОК-6 Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.</p> <p>ОК-7 Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.</p>	<p>Успешная работа в коллективе и команде.</p> <p>Правильная постановка задач и их оценка при общении с коллегами, руководством, потребителями.</p> <p>Проявление ответственности за действия членов команды (подчиненных).</p> <p>Проявление ответственности за результат выполнения задания.</p>
<p>ОК-8 Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.</p>	<p>Корректное определение задач профессионального и личностного развития.</p> <p>Самостоятельное изучение новых направлений и инноваций в профессии.</p> <p>Проявление желания повысить свою квалификацию.</p>
<p>ОК-10 Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.</p>	<p>Успешное владение основами предпринимательской деятельности и применение этих основ в профессиональной деятельности.</p>
<p>ОК-11 Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.</p>	<p>Корректное проявление экологической, информационной и коммуникативной культуры, базовых основ общения на иностранном языке.</p>

