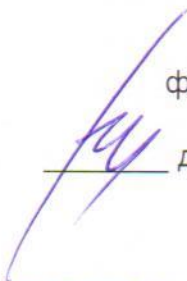


МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
Рекламы и дизайна
факультета журналистики


д.ф.н., проф. В.В.Тулупов
24.05.2018г.

**КОМПЛЕКТ КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ**

ПМ.02. Производство рекламной продукции

Код и наименование дисциплины в соответствии с Учебным планом

42.02.01. Реклама

Шифр и наименование специальности

гуманитарный

*Профиль подготовки (технический, естественнонаучный, социально-экономический,
гуманитарный)*

специалист по рекламе

Квалификация выпускника

очная

Форма обучения

Учебный год: **2018/2019**

Семестр(ы): 5,6

Рекомендована: НМС факультета журналистики

(Наименование рекомендующей структуры)

протокол от 24.05.2018 № 5

Составители программы: Цуканова М.И., доц.каф.телевизионной и
радиожурналистики, ф-та журналистики ВГУ

Гончаров В.В., преп. каф.рекламы и дизайна ф-та журналистики ВГУ

Дегтярев Б.В., преп. каф.рекламы и дизайна ф-та журналистики ВГУ

Лядова Н.И., канд.экон.наук, преп. каф.рекламы и дизайна ф-та журналистики ВГУ

Маслов А.С., доц. каф.рекламы и дизайна ф-та журналистики ВГУ

2018 г.

Общие положения

Результатом освоения профессионального модуля является готовность обучающегося к выполнению основного вида профессиональной деятельности специалиста по рекламе - производства рекламной продукции и составляющих его профессиональных компетенций, а также общие компетенции, формирующиеся в процессе освоения ОП в целом.

Формой аттестации по профессиональному модулю является экзамен (квалификационный). Итогом экзамена является однозначное решение: «вид профессиональной деятельности освоен / не освоен». Решение комиссии заносится преподавателем в зачетную книжку обучающегося по пятибалльной системе (кроме «неудовлетворительно») и экзаменационную ведомость (в т.ч. и «неудовлетворительно»).

1. Формы промежуточной аттестации по профессиональному модулю

Таблица 1

Элементы модуля, профессиональный модуль	Формы промежуточной аттестации
1	2
МДК.02.01 Выполнение рекламных проектов в материале	дифференцированный зачет
МДК.02.02 Проектная компьютерная графика и мультимедиа	дифференцированный зачет
МДК.02.03 Техника и технологии рекламной фотографии	экзамен
МДК.02.04 Техника и технологии рекламного видео	экзамен
МДК.02.05 Мультимедийные технологии	дифференцированный зачет
МДК.02.06 Обработка текстовой информации	дифференцированный зачет
УП.02.01 Выполнение рекламных проектов в материале	дифференцированный зачет
ПП.02.01 Производства рекламной продукции	дифференцированный зачет
ПМ. 02 Производство рекламной продукции	Экзамен квалификационный

2. Результаты освоения модуля, подлежащие проверке

2.1. Профессиональные и общие компетенции

В результате контроля и оценки по профессиональному модулю осуществляется комплексная проверка следующих профессиональных и общих компетенций:

Таблица 2

Профессиональные и общие компетенции, которые возможно сгруппировать для проверки	Показатели оценки результата
ПК 2.2. Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии ОК-1 Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии,	Умение выбирать технологии и создавать на их основе модели рекламного продукта. Понимание значимости и сущности профессии рекламиста, нацеленность на повышение квалификации.

<p>проявлять к ней устойчивый интерес. ОК-2 Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество. 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-9 Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности. ОК-10 Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.</p>	<p>Самостоятельное осуществление поиска рекламных идей. Организация собственной деятельности для осуществления рекламной идеи, проведение оценки эффективности собственной деятельности, используя методы проектирования рекламного продукта. Умелое использование информационно-коммуникативных технологий для поиска информации при реализации рекламной идеи. Ориентация в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности. Знание основ предпринимательской деятельности, умение применять их в профессиональной практике.</p>
<p>ПК 2.1. Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы. ПК 2.3. Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале. 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-9 Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности. ОК-11 Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.</p>	<p>Выбор и использование адекватных целям и задачам рекламной деятельности изобразительных средств и материалов. Грамотное исполнение оригиналов или отдельных элементов проекта в материале. Успешное проектирование рекламного продукта, применение оптимальных изобразительных и выразительных средств рекламы при осуществлении рекламной идеи. Самостоятельный выбор методов и способов проектирования рекламного продукта, используя различные информационно-коммуникативные технологии. Осуществление поиска и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного роста. Ориентация в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности. Владение экологической, информационной и коммуникативной культурой. Умение общения на иностранном языке в профессиональной области.</p>
<p>ПК 2.2. Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии. ПК 2.3. Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале. ОК-2 Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных</p>	<p>Грамотная разработка и исполнение в материале рекламного продукта на основе передовых технологий. Поиск информации и использование информационно-коммуникативных технологий при выборе идеи для авторского рекламного проекта. Организация собственной деятельности и выбор</p>

<p>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>типовых методов и способов разработки авторского рекламного проекта, оценивая его эффективность и качество, используя основные приемы и принципы разработки рекламного продукта.</p> <p>Ориентация в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.</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>

2.2 Требования к курсовой работе (проекту) как части экзамена квалификационного

Курсовая работа по дисциплине «Техника и технологии рекламной фотографии». Основной целью курсовой работы является формирование у студентов комплекса знаний и навыков по дисциплине «Техника и технологии рекламной фотографии», необходимых для производства рекламной продукции, определения содержания рекламных сообщений, включая их иллюстративную составляющую.

Проверяемые результаты 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 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
- 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

Основные требования:

Требования к структуре и оформлению проекта (работы)

Курсовая работа должна:

- носить характер самостоятельного исследования, выполненного лично студентом;
- представлять собой научную разработку конкретной практической проблемы в области проектирования рекламного продукта;
- базироваться на фундаментальных трудах исследователей общих и специальных вопросов теории и практики рекламы;

- содержать конкретные научные выводы и предложения по дальнейшему развитию исследуемой проблемы;
- иметь все необходимые и неотъемлемые атрибуты и соответствующую структуру.

Объем курсовой работы должен быть в пределах 25-35 страниц, набранного компьютере (без приложений), формата А4 машинописного текста.

Тема, объект и предмет исследования, умение студента работать со специальной литературой определяют структурные особенности курсовой работы, которая должна быть выполнена по единой схеме. Требования единства относятся только к форме построения основных структурных частей курсовой работы, но не к содержанию. Курсовая работа должна состоять из следующих структурных частей (разделов):

- титульный лист;
- содержание;
- введение (2 с.);
- теоретико-методологический раздел (10-12 с.);
- аналитический раздел (10-12 с.);
- разработанные рекламный продукт, рекламные мероприятия, рекомендации по совершенствованию рекламы предприятия (фирмы, организации) (10-12 с.);
- заключение (2-3 с.);
- список использованных источников (20-25 работ);
- приложения

Титульный лист является первой страницей курсовой работы и заполняется по строго определенным правилам

Текст работы должен быть отпечатан на компьютере на одной стороне белой бумаги размером 210×297 (формат А 4), шрифтом Times New Roman, кегль не менее 12; межстрочный интервал полуторный; отступ абзаца 1,25 см; автоматическая расстановка переносов, выравнивание текста - по ширине. Размеры полей: левое – не менее 30 мм; правое – не менее 10 мм; верхнее – не менее 20 мм; нижнее – не менее 20 мм.

В содержании указываются «ВВЕДЕНИЕ», номера и названия разделов, подразделов (параграфов), «ЗАКЛЮЧЕНИЕ», «СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ» и «ПРИЛОЖЕНИЯ», а также страницы, на которых эти разделы размещены.

Текст основной части курсовой работы делят на разделы, подразделы (параграфы), пункты и подпункты. Разделы должны иметь сквозную нумерацию в пределах всей работы и обозначаться арабскими цифрами. Каждый раздел следует начинать с нового листа (страницы). После номера раздела точку не ставят.

Подразделы (параграфы) следует нумеровать арабскими цифрами в пределах каждого раздела. Номер подраздела состоит из номера раздела, в который входит данный подраздел, и порядкового номера этого подраздела, разделенных точкой (например: первый подраздел второго раздела – 2.1). После номера подраздела точку не ставят.

Пункты нумеруют в пределах каждого подраздела. Номер пункта состоит из номера раздела, подраздела и пункта, разделенных точками (например: второй пункт первого подраздела первого раздела – 1.1.2). После номера пункта точку не ставят.

Разделы, подразделы, пункты и подпункты должны иметь заголовки, отражающие их содержание.

Страницы курсовой работы нумеруются арабскими цифрами по центру в верхней части листа без точки. Нумерация – сквозная, начинается с титульного листа. Титульный лист и содержание включаются в общую нумерацию, но номер на титульном листе не ставится

Цифровой материал рекомендуется помещать в работе в виде таблиц.

Все иллюстрации (графики, схемы, диаграммы, чертежи, фотографии и пр.), должны быть расположены в курсовой работе непосредственно после текста, в котором они упоминаются впервые, или на следующей странице.

На все иллюстрации должны быть даны ссылки в курсовой работе. Рисунки нумеруются последовательно в пределах всей курсовой работы арабскими цифрами. Допускается нумерация в пределах раздела. В этом случае номер иллюстрации состоит из номера раздела и порядкового номера иллюстрации, разделенных точкой.

При ссылке на источник после упоминания о нем в тексте курсовой работы проставляют номер (в квадратных скобках), под которым он значится в библиографическом списке. В необходимых случаях (обычно при использовании цифровых данных или цитаты) указываются и страницы, на которых помещаются используемые данные, например: [12, с. 4-5]. Ссылки на таблицы, рисунки, приложения берутся в круглые скобки.

Список использованных источников, имеющих порядковую нумерацию, приводится автором в конце работы. Библиографический список оформляется в соответствии с ГОСТ 7.1-2003 «Библиографические записи. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления». Сведения об источниках следует нумеровать арабскими цифрами и печатать с абзацного отступа. Библиография оформляется на том языке, на котором опубликован или написан сам источник.

Требования к защите проекта (работы)

Курсовая работа должна быть представлена руководителю не позднее, чем за десять дней до назначенного срока защиты.

При защите курсовой работы студентом должна использоваться слайдовая презентация для визуализации материала.

При защите курсовой работы оценивается:

1. глубокая теоретическая проработка исследуемых проблем на основе анализа используемых источников;
2. инициатива и творческий подход к разработке темы;
3. аргументированность выводов, обоснованность предложений и рекомендаций;
4. литературное, логически последовательное и самостоятельное изложение материала;
5. оформление материала в соответствии с установленными требованиями.

Показатели оценки курсовой работы (проекта)

Таблица 3

Коды и наименования проверяемых компетенций или их сочетаний	Показатели оценки результата	Оценка
ПК 2.1. Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.	Степень раскрытия темы. Полнота охвата литературы. Аккуратность и внимательность при выполнении работы	Шкала оценки (3 «удовлетворительно», 4 «хорошо», 5 «отлично»)
ПК 2.2. Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.	Наличие и качество выводов в заключении. Соблюдение сроков выполнения, своевременность сдачи. Качество оформления, соответствие требованиям методических указаний.	Шкала оценки (3 «удовлетворительно», 4 «хорошо», 5 «отлично»)
ПК 2.3. Исполнять оригиналы или	Применение теоретических	Шкала оценки (3

отдельные элементы проекта в материале.	знаний Последовательность и логика изложения материала.	«удовлетворительно», 4 «хорошо», 5 «отлично»)
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Правильность изложения целей и задач курсовой работы Качество оформления, соответствие требованиям методических указаний	Шкала оценки (3 «удовлетворительно», 4 «хорошо», 5 «отлично»)

Показатели оценки защиты курсовой работы (проекта)

Таблица 4

Коды и наименования проверяемых компетенций или их сочетаний	Показатели оценки результата	Оценка
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Правильность оформления работы Полнота раскрытия темы Содержательность выводов и рекомендаций Соблюдение сроков выполнения курсовой работы (проекта)	Шкала оценки (3 «удовлетворительно», 4 «хорошо», 5 «отлично»)
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	Полнота списка использованной литературы Презентация курсовой работы (проекта)	Шкала оценки (3 «удовлетворительно», 4 «хорошо», 5 «отлично»)

3. Оценка освоения теоретического курса профессионального модуля

3.1. Типовые задания для оценки освоения МДК

3.3.1. Типовые задания для оценки освоения МДК.02.01. Выполнение рекламных проектов в материале

Задание 1:

Проверяемые результаты обучения:

Проверяемый раздел дисциплины: **Тема 1.2** Применение декоративного пятна в композиции

Проверяемые компетенции: ПК 2.1., ПК 2.2., ПК 2.3.

Текст задания:

Выполните декоративную композицию «Амфора» с применением декоративного «пятна».

Критерии оценки:

Задание оценивается по 10-балльной шкале.

Оценка «отлично» выставляется студенту, если он набрал 9-10 баллов, профессионально владеет практическими навыками выполнения декоративной композиции, правильно применяет знания в графическом исполнении полу объёмной композиции, умеет четко и грамотно выполнить варианты композиций с эффектом «свечения» и «на ребро», профессионально подготовить эскизное решение фасада торгового объекта с рекламой товара и вариантами шрифтовой насыщенности

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он набрал 6-8 баллов, владеет практическими навыками графического решения композиции рекламного содержания, в целом умеет правильно графическими методами выполнить варианты композиций с

эффектом «свечения» и на «ребро», исполнить в хорошем графическом варианте фасад торгового павильона с рекламируемым товаром

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он набрал 3-5 баллов, в практическом исполнении выполняет декоративные композиции с нарушениями законов композиции, владеет общими знаниями графического исполнения рекламы торгового павильона, имеет поверхностное представление о целях и задаче графического решения композиции с рекламируемым товаром, плохо знает методику выполнения учебных заданий

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он набрал 0-2 балла, в практическом исполнении выполняет композиции с многочисленными нарушениями законов композиции и графического решения, имеет слабые представления о последовательности и закономерностях выполнения учебных заданий, отсутствуют теоретические знания по учебной дисциплине

Задание 2:

Проверяемые результаты обучения:

Проверяемый раздел дисциплины: **Тема 1.3** Техника «отмывка»

Проверяемые компетенции: ПК 2.1., ПК 2.2., ПК 2.3.

Текст задания:

Выполните в графическом исполнении греческий ордер (на выбор) с применением техники «отмывки»

Критерии оценки:

Задание оценивается по 10-балльной шкале.

Оценка «отлично» выставляется студенту, если он набрал 9-10 баллов, профессионально владеет практическими навыками выполнения декоративной композиции, правильно применяет знания в графическом исполнении полу объёмной композиции, умеет четко и грамотно выполнить варианты композиций с эффектом «свечения» и «на ребро», профессионально подготовить эскизное решение фасада торгового объекта с рекламой товара и вариантами шрифтовой насыщенности

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он набрал 6-8 баллов, владеет практическими навыками графического решения композиции рекламного содержания, в целом умеет правильно графическими методами выполнить варианты композиций с эффектом «свечения» и на «ребро», исполнить в хорошем графическом варианте фасад торгового павильона с рекламируемым товаром

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он набрал 3-5 баллов, в практическом исполнении выполняет декоративные композиции с нарушениями законов композиции, владеет общими знаниями графического исполнения рекламы торгового павильона, имеет поверхностное представление о целях и задаче графического решения композиции с рекламируемым товаром, плохо знает методику выполнения учебных заданий

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он набрал 0-2 балла, в практическом исполнении выполняет композиции с многочисленными нарушениями законов композиции и графического решения, имеет слабые представления о последовательности и закономерностях выполнения учебных заданий, отсутствуют теоретические знания по учебной дисциплине

Задание 3:

Проверяемые результаты обучения:

Проверяемый раздел дисциплины: **Тема 1.4** Полуобъёмная модульная композиция с эффектом «свечения»

Проверяемые компетенции: ПК 2.1., ПК 2.2., ПК 2.3.

Текст задания:

Выполните полуобъемную композицию с эффектом «свечения». Продемонстрируйте использование двойного модуля. Покажите «надрез», «прорез», «загибы» в практическом исполнении композиции.

Критерии оценки:

Задание оценивается по 10-балльной шкале.

Оценка «отлично» выставляется студенту, если он набрал 9-10 баллов, профессионально владеет практическими навыками выполнения декоративной композиции, правильно применяет знания в графическом исполнении полу объемной композиции, умеет четко и грамотно выполнить варианты композиций с эффектом «свечения» и «на ребро», профессионально подготовить эскизное решение фасада торгового объекта с рекламой товара и вариантами шрифтовой насыщенности

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он набрал 6-8 баллов, владеет практическими навыками графического решения композиции рекламного содержания, в целом умеет правильно графическими методами выполнить варианты композиций с эффектом «свечения» и на «ребро», исполнить в хорошем графическом варианте фасад торгового павильона с рекламируемым товаром

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он набрал 3-5 баллов, в практическом исполнении выполняет декоративные композиции с нарушениями законов композиции, владеет общими знаниями графического исполнения рекламы торгового павильона, имеет поверхностное представление о целях и задаче графического решения композиции с рекламируемым товаром, плохо знает методику выполнения учебных заданий

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он набрал 0-2 балла, в практическом исполнении выполняет композиции с многочисленными нарушениями законов композиции и графического решения, имеет слабые представления о последовательности и закономерностях выполнения учебных заданий, отсутствуют теоретические знания по учебной дисциплине

Задание 4:

Проверяемые результаты обучения:

Проверяемый раздел дисциплины: **Тема 1.5.** Полуобъемная композиция «на ребро»

Проверяемые компетенции: ПК 2.1., ПК 2.2., ПК 2.3.

Текст задания:

Выполните полуобъемную композицию «на ребро» по заранее подготовленному и продуманному эскизу.

Критерии оценки:

Задание оценивается по 10-балльной шкале.

Оценка «отлично» выставляется студенту, если он набрал 9-10 баллов, профессионально владеет практическими навыками выполнения декоративной композиции, правильно применяет знания в графическом исполнении полу объемной композиции, умеет четко и грамотно выполнить варианты композиций с эффектом «свечения» и «на ребро», профессионально подготовить эскизное решение фасада торгового объекта с рекламой товара и вариантами шрифтовой насыщенности

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он набрал 6-8 баллов, владеет практическими навыками графического решения композиции рекламного содержания, в целом умеет правильно графическими методами выполнить варианты композиций с эффектом «свечения» и на «ребро», исполнить в хорошем графическом варианте фасад торгового павильона с рекламируемым товаром

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он набрал 3-5 баллов, в практическом исполнении выполняет декоративные композиции с нарушениями законов композиции, владеет общими знаниями графического исполнения рекламы торгового павильона, имеет поверхностное представление о целях и задаче

графического решения композиции с рекламируемым товаром , плохо знает методику выполнения учебных заданий

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он набрал 0-2 балла, в практическом исполнении выполняет композиции с многочисленными нарушениями законов композиции и графического решения, имеет слабые представления о последовательности и закономерностях выполнения учебных заданий, отсутствуют теоретические знания по учебной дисциплине

Задание 5:

Проверяемые результаты обучения:

Проверяемый раздел дисциплины: **Тема 1.6.** Концептуальный проект рекламы торгового павильона.

Проверяемые компетенции: ПК 2.1., ПК 2.2., ПК 2.3.

Текст задания:

Выполните эскизный вариант рекламного проекта образного композиционного решения

Критерии оценки:

Задание оценивается по 10-балльной шкале.

Оценка «отлично» выставляется студенту, если он набрал 9-10 баллов, профессионально владеет практическими навыками выполнения декоративной композиции, правильно применяет знания в графическом исполнении полу объёмной композиции, умеет четко и грамотно выполнить варианты композиций с эффектом «свечения» и «на ребро», профессионально подготовить эскизное решение фасада торгового объекта с рекламой товара и вариантами шрифтовой насыщенности

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он набрал 6-8 баллов, владеет практическими навыками графического решения композиции рекламного содержания, в целом умеет правильно графическими методами выполнить варианты композиций с эффектом «свечения» и на «ребро», исполнить в хорошем графическом варианте фасад торгового павильона с рекламируемым товаром

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он набрал 3-5 баллов, в практическом исполнении выполняет декоративные композиции с нарушениями законов композиции, владеет общими знаниями графического исполнения рекламы торгового павильона, имеет поверхностное представление о целях и задаче графического решения композиции с рекламируемым товаром , плохо знает методику выполнения учебных заданий

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он набрал 0-2 балла, в практическом исполнении выполняет композиции с многочисленными нарушениями законов композиции и графического решения, имеет слабые представления о последовательности и закономерностях выполнения учебных заданий, отсутствуют теоретические знания по учебной дисциплине

Задание 6:

Проверяемые результаты обучения:

Проверяемый раздел дисциплины: **Тема 1.7.** Концептуальный проект рекламы торгового павильона

Проверяемые компетенции: ПК 2.1., ПК 2.2., ПК 2.3.

Текст задания:

Выполните рекламный проект фасада торгового павильона с применением ранее освоенных графических техник и приемов исполнения по выбору автора, с размещением рекламы

Критерии оценки:

Задание оценивается по 10-балльной шкале.

Оценка «отлично» выставляется студенту, если он набрал 9-10 баллов, профессионально владеет практическими навыками выполнения декоративной

композиции, правильно применяет знания в графическом исполнении полу объёмной композиции, умеет четко и грамотно выполнить варианты композиций с эффектом «свечения» и «на ребро», профессионально подготовить эскизное решение фасада торгового объекта с рекламой товара и вариантами шрифтовой насыщенности

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он набрал 6-8 баллов, владеет практическими навыками графического решения композиции рекламного содержания, в целом умеет правильно графическими методами выполнить варианты композиций с эффектом «свечения» и на «ребро», исполнить в хорошем графическом варианте фасад торгового павильона с рекламируемым товаром

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он набрал 3-5 баллов, в практическом исполнении выполняет декоративные композиции с нарушениями законов композиции, владеет общими знаниями графического исполнения рекламы торгового павильона, имеет поверхностное представление о целях и задаче графического решения композиции с рекламируемым товаром, плохо знает методику выполнения учебных заданий

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он набрал 0-2 балла, в практическом исполнении выполняет композиции с многочисленными нарушениями законов композиции и графического решения, имеет слабые представления о последовательности и закономерностях выполнения учебных заданий, отсутствуют теоретические знания по учебной дисциплине

Задание 7:

Проверяемые результаты обучения:

Проверяемый раздел дисциплины: **Тема 1.8.** Фасад павильона, шрифтовая нагрузка

Проверяемые компетенции: ПК 2.1., ПК 2.2., ПК 2.3.

Текст задания:

Выполните варианты разного шрифтового композиционного решения (название павильона или продукции) в графическом, цветном, полубъёмном исполнении.

Критерии оценки:

Задание оценивается по 10-балльной шкале.

Оценка «отлично» выставляется студенту, если он набрал 9-10 баллов, профессионально владеет практическими навыками выполнения декоративной композиции, правильно применяет знания в графическом исполнении полу объёмной композиции, умеет четко и грамотно выполнить варианты композиций с эффектом «свечения» и «на ребро», профессионально подготовить эскизное решение фасада торгового объекта с рекламой товара и вариантами шрифтовой насыщенности

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он набрал 6-8 баллов, владеет практическими навыками графического решения композиции рекламного содержания, в целом умеет правильно графическими методами выполнить варианты композиций с эффектом «свечения» и на «ребро», исполнить в хорошем графическом варианте фасад торгового павильона с рекламируемым товаром

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он набрал 3-5 баллов, в практическом исполнении выполняет декоративные композиции с нарушениями законов композиции, владеет общими знаниями графического исполнения рекламы торгового павильона, имеет поверхностное представление о целях и задаче графического решения композиции с рекламируемым товаром, плохо знает методику выполнения учебных заданий

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он набрал 0-2 балла, в практическом исполнении выполняет композиции с многочисленными нарушениями законов композиции и графического решения, имеет слабые представления о последовательности и закономерностях выполнения учебных заданий, отсутствуют теоретические знания по учебной дисциплине

3.3.2. Типовые задания для оценки освоения МДК.02.02. Проектная компьютерная графика и мультимедиа

Задание 1:

Проверяемые результаты обучения:

Проверяемый раздел дисциплины: Все разделы дисциплины

Проверяемые компетенции: ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 6, ОК 9, ОК 10, ОК 11, ПК 2.1., ПК 2.2., ПК 2.3.

Текст задания:

Выполните групповые/индивидуальные задания на следующие темы:

1. Применение интерактивной графики в информационных системах
2. Масштабирование изображений. Выборка изображений. Интерполяция. Методы сжатия растровых изображений
3. Методы заливки граней

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если выполнены все задания. Выявлено глубокое знание дисциплины, полное соответствие поставленной задачи;
- оценка «хорошо» выставляется, если выполнены все задания, показано хорошее знание задачи, присутствуют неточности в работах;
- оценка «удовлетворительно» выставляется, если часть заданий выполнена с грубыми ошибками, показано плохое знание задачи;
- оценка «неудовлетворительно» выставляется, если не выполнено половина заданий, присутствие грубых ошибок, полное незнание поставленных задач

3.3.3. Типовые задания для оценки освоения МДК.02.03. Техника и технология рекламной фотографии

Задание 1:

Проверяемые результаты обучения:

Проверяемый раздел дисциплины: Раздел 3.1. Рекламная фотография: исторический аспект

Проверяемые компетенции: ОК-1, ОК-5

Текст задания:

Подготовьте реферат на одну из предложенных тем:

1. Рекламные фотографы современности: жизнь и творчество.
2. Рекламная фотография и рекламный образ.
3. Рекламная фотография: история возникновения и развития.
4. Отечественная школа фоторекламы: история и современность.
5. Западная школа фоторекламы: история и современность.
6. Отделы «рекламного искусства» в издательствах и РА первой половины XX века.
7. Искусство рекламной фотографии сегодня.
8. История формирования основных видов рекламной фотографии.
9. История применения фотографии в рекламном графическом дизайне.
10. Начальный этап применения фотографии в графической рекламе (вторая половина XIX века).
11. Гильдия рекламных фотографов в России: история создания и современная деятельность.
12. Международный Фестиваль Рекламы (ММФР): роль в развитии рекламной фотографии.
13. Особенности рекламной фотографии: ретроспективный анализ.
14. Имиджевая рекламная фотография: история развития.
15. Портретный жанр в рекламной фотографии: история и современность.

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если он продемонстрировал владение терминологическим аппаратом, отличное знание литературных источников, умение обобщать и систематизировать теоретический материал, грамотно цитирует источники, аргументированно излагает свою точку зрения по проблеме;

- оценка «хорошо» выставляется студенту, если он продемонстрировал владение терминологическим аппаратом, знание основных литературных источников, умение обобщать теоретический материал, цитировать источники, однако испытывает некоторые затруднения при аргументированном изложении своей точки зрения по проблеме;

- оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он слабо владеет терминологическим аппаратом, использовал ограниченное количество литературных источников, плохо обобщает теоретический материал, цитирование источников сводит к пересказу опубликованного, не приводит свою точку зрения по проблеме;

- оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если содержание реферата не соответствует теме.

Задание 2:

Проверяемые результаты обучения:

Проверяемый раздел дисциплины: Раздел 2. Техника рекламной фотографии

Проверяемые компетенции: ОК-2, ОК-3, ОК-9, ПК-2.1, ПК-2.3

Текст задания:

Ответьте на вопросы теста.

Задание с выбором одного верного ответа.

1. Верно ли, что экспозиция — это суммарный световой поток, который попадает на матрицу за время выдержки?

- да
- нет

2. Недоэкспонированный кадр получится:

- слишком темным
- слишком светлым
- обычным (не слишком темным и не слишком светлым)

3. Экспозиция задается:

- выдержкой
- выдержкой, диафрагмой, чувствительностью ISO
- диафрагмой и выдержкой
- диафрагмой и чувствительностью ISO
- выдержкой и чувствительностью ISO

4. Что не относится к видам алгоритма замера экспозиции?

- Интегральный (матричный) замер
- Ситуационный замер
- Частичный и точечный замер
- Центральное-взвешенный замер

5. В случае, когда ключевой объект по своей освещенности сильно отличается от общего фона и должен быть хорошо проработан, применяется:

- Интегральный (матричный) замер
- Ситуационный замер
- Частичный и точечный замер

Центрально-взвешенный замер

6. Объективы делятся на широкоугольные, нормальные и телеобъективы:

- в зависимости от фирмы-производителя
- в зависимости от угла обзора
- в зависимости от дистанции до объекта фокусировки

7. Объективы с большим фокусным расстоянием применяются:

- когда нет возможности близко к объекту съемки
- когда надо сделать снимок с высоким разрешением
- когда приходится снимать в условиях недостаточного освещения

8. На фокусном расстоянии от 135 мм лучше снимать:

- пейзаж, интерьер
- людей во весь рост
- крупные удаленные объекты
- мелкие удаленные объекты

9. Что такое ГРИП?

- область пространства, в которой объекты съемки получаются четкими
- область пространства, доступная для съемки при достаточном освещении
- область пространства, объекты которой остаются за пределами кадра при

съемке

10. Чем сильнее зажата диафрагма (большое диафрагменное число):

- тем больше глубина резко изображаемого пространства
- тем темнее получается фотография
- тем светлее получается фотография

Критерии оценки:

оценка «отлично» выставляется студенту, если он правильно ответил на 90% и более вопросов;

оценка «хорошо» выставляется студенту, если он правильно ответил на 70-89% вопросов;

оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он правильно ответил на 50-69% вопросов;

оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он правильно ответил менее, чем на 50%.

Задание 3:

Проверяемые результаты обучения:

Проверяемый раздел дисциплины: Раздел 3.3. Технология рекламной фотографии

Проверяемые компетенции: ОК-5, ОК-6, ОК-9, ПК-2.2

Текст задания:

Ответьте на вопросы теста.

Задание с выбором одного верного ответа.

1. Верно ли, что регулировать цветопередачу можно двумя способами: снимать в формате JPEG и использовать настройки фотоаппарата — баланс белого, насыщенность, яркость, контрастность изображения; снимать в формате RAW (если аппарат дает такую возможность) и настраивать цветопередачу при обработке фотографий на ПК?

- да
- нет

2. Название формата JPEG произошло от:

сокращения названия организации Joint Photographic Experts Group, создавшей этот формат

сокращения имени создателя формата – Jon-Piter Eliot Gram

сокращения названия организации Jast Photo Experiment Group, первой получившей патент на этот формат

3. Какие уровни качества изображения может иметь фотоаппарат?

плохое (malum, infelicis)

стандартное (standart, normal)

хорошее (good)

наилучшее (fine, superfine)

4. Какие этапы включает настройка цветопередачи?

установка баланса белого

установка баланса черного

настройка параметров изображения (контрастности, насыщенности)

установка качества и степени сжатия

5. Верно ли, что при использовании формата RAW, сигнал, снятый с матрицы, пишется в виде файла на «флешку»:

да

нет

6. При съемке в JPEG информация о цвете пикселя кодируется:

24 битами

30 битами

42 битами

7. В зависимости от расположения источника света направленное освещение бывает:

фронтальное

боковое

заднее

двустороннее

контровое

8. При применении техники получения HDR-изображений:

делают два кадра вместо одного

делают три кадра вместо одного

делают четыре кадра вместо одного

9. Основная характеристика вспышки:

ее ведущее число

ее размер

ее источник питания

10. Встроенные вспышки, как правило, имеют ведущее число:

не более 10

не более 20

от 20 до 40

более 40

Критерии оценки:

оценка «отлично» выставляется студенту, если он правильно ответил на 90% и более вопросов;

оценка «хорошо» выставляется студенту, если он правильно ответил на 70-89% вопросов;

оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он правильно ответил на 50-69% вопросов;

оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он правильно ответил менее, чем на 50%.

Задание 4:

Проверяемые результаты обучения:

Проверяемый раздел дисциплины: Раздел 4. Обработка фотографии

Проверяемые компетенции: ОК-5, ОК-8, ПК-2.1, ПК-2.3.

Текст задания:

Ответьте на вопросы теста.

Задание с выбором одного верного ответа.

1. Основные факторы, вызывающие появление смазанности картинки при фотографировании:

- съемка при плохой освещенности без штатива и без вспышки
- съемка при плохой погоде (дождь, туман)
- съемка в движении, например, из окна автомобиля
- съемка быстро движущихся объектов
- съемка с маленьким фокусным расстоянием
- съемка с большим фокусным расстоянием (с сильным "приближением")

2. Стабилизатор изображения (IS, VR, Antishake) удлиняет безопасную выдержку:

- в 2-3 раза
- в 4-5 раз
- в 6-7 раз

3. Явление, когда автофокус постоянно стремится навестись чуть ближе, чем нужно, называется:

- фронтфокус
- бэкфокус

4. Кривизна поля изображения – это:

- врожденный дефект объектива
- спецэффект фотографии
- возможность расширить границы снимка

5. Чтобы избежать потери резкости от сотрясения корпуса фотоаппарата при срабатывании зеркального затвора, надо

- использовать функцию «блокировка зеркала»
- использовать функцию «предварительный подъем зеркала»
- использовать функцию «автоматическая установка резкости»
- использовать функцию «автозеркало»

6. В композиции снимка верхний горизонт используется:

- для сюжетов с подчеркнутым передним планом
- для сюжетов с подчеркнутым центральным планом

для сюжетов с подчеркнутым задним планом

7. Какие недостатки характерны для режима LiveView?

- крайне низкая скорость автофокуса
- высокая вероятность «шевеленки»
- высокое энергопотребление

8. Датчики фокусировки бывают следующих видов:

- линейный фазовый датчик
- крестообразный датчик
- двойной крестообразный датчик
- нелинейный фазовый датчик
- тройной крестообразный датчик

9. Верно ли, что разрядность, или глубина цветности, определяет, сколько уникальных оттенков цвета доступны в палитре изображения в терминах количества двоичных 0 и 1, или «бит», используемых для определения каждого цвета

- да
- нет

10. Постеризация возникает, когда:

- глубина цветности изображения упала настолько, что это проявилось визуально
- глубина цветности изображения высокая
- глубина цветности изображения специально задана фотографом

Критерии оценки:

оценка «отлично» выставляется студенту, если он правильно ответил на 90% и более вопросов;

оценка «хорошо» выставляется студенту, если он правильно ответил на 70-89% вопросов;

оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он правильно ответил на 50-69% вопросов;

оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он правильно ответил менее, чем на 50%.

Задание 5:

Проверяемые результаты обучения:

Проверяемый раздел дисциплины: Разделы 3.2-3.4 Техника рекламной фотографии
Технология рекламной фотографии
Обработка фотографии

Проверяемые компетенции: ОК-2, ОК-3, ОК-5, ОК-6, ОК-8, ОК-9, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3.

Текст задания:

Выполните серию фотоснимков в соответствии со следующими рекомендациями.

1. Поэкспериментируйте с режимами замера экспозиции. Получите отчет на вопрос, какие сюжеты лучше получаются в режиме интегрального замера, какие — в режиме точечного или частичного. Подтвердите вывод конкретными снимками.

2. Сделайте снимки одного сюжета с положительной и отрицательной экспокоррекцией, проследите за изменениями гистограммы.

3. Попробуйте сфотографировать кого-нибудь или что-нибудь с одинаковым масштабом, но разными фокусными расстояниями (зафиксировав при этом диафрагму). Для этого вам придется менять и точку съемки. Как при этом меняется ГРИП?

4. Сделайте несколько снимков в формате RAW+JPEG. Если съемка происходит в помещении, постарайтесь обойтись без вспышки. Оцените полученный результат.

5. Скачайте результат съемок (см. задание 4) на ПК и обработайте файлы RAW в установленной программе. Установите правильный баланс белого (по белому участку изображения), яркость, контрастность, уровень шумоподавления. Сравните полученные результаты с картинками в формате JPEG.

6. Поэкспериментируйте со стилями изображения — меняйте яркость, контраст, насыщенность, цветовой оттенок. Сохраните наиболее понравившиеся настройки как пользовательский режим.

7. Попробуйте сделать снимок со штатива с длинной выдержкой с включенным и выключенным стабилизатором, сравните результаты и сделайте выводы

8. Попробуйте снять один и тот же сюжет с разными значениями диафрагмы (со штатива). Выясните, при каких значениях диафрагмы ваш объектив дает самую резкую картинку.

9. Сделайте несколько снимков при дневном освещении с включенным и выключенным стабилизатором (в широкоугольном положении). Аргументируйте вывод о целесообразности/нецелесообразности использования стабилизатора при хорошей освещенности и небольшом фокусном расстоянии.

10. Сделайте несколько пейзажных композиций из 1, 2, 3 объектов по правилам «третьей» и «3 треугольников».

Критерии оценки:

Оценка «отлично» выставляется студенту, если он хорошо усвоил весь материал темы (дисциплины), умеет грамотно и правильно использовать его при выполнении фотографий

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он усвоил большую часть материала темы (дисциплины). Имеет практические навыки и методы его использования при выполнении фотографий

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он имеет представления об основных положениях материала темы (дисциплины), умеет использовать его для решения простейших задач при выполнении фотографий

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если у него отсутствуют практические навыки выполнения фотографий, представление о содержании темы (дисциплины) слабое.

3.3.4. Типовые задания для оценки освоения МДК.02.04. Техника и технологии рекламного видео

Задание 1: Устный опрос

Проверяемые результаты обучения:

Проверяемый раздел дисциплины: Темы 2.1- 2.3 Телевидение. Основные параметры.

Типология телевизионной рекламы.

Разработка концепции рекламного видео

Проверяемые компетенции: ОК-1, ОК-4, ОК-5

Текст задания:

Ответьте на вопросы:

1. Телевидение. Основные параметры. Технические характеристики.
2. Типология телевизионной рекламы
3. Телевизионная строка
4. Особенности телевизионной рекламы (плюсы, минусы, эффективность)
5. Недостатки телерекламы.
6. Классификация телевизионной рекламы (по территориальному охвату, по режиссерской форме подачи материала, по времени и характеру передачи информации.
7. Product Placement в современной телевизионной продукции.
8. Бриф. Его важность и значение.

9. Сценарий. Его составляющие. (таблица)
10. Схема построения драматического произведения в применении к рекламному фильму.
11. Этапы написания литературного сценария рекламного ролика.
12. Раскадровка. Ее особенности.
13. План. Его виды - ДАЛЬНИЙ, ОБЩИЙ, СРЕДНИЙ, КРУПНЫЙ, ДЕТАЛЬ.
14. Три вида сюжетов в сценариях рекламных роликов (примеры реклам).
15. Выбор персонажа в рекламном ролике. Типичные примеры персонажей современной рекламы.
16. Съёмка, операторское искусство.
17. Работа над звукообразом. Его составляющие.
18. Монтаж. Его виды.
19. Авторское начало в производстве телевизионной рекламы. (примеры режиссеров и т.п.)
20. Профессиональные конкурсы телерекламы. Их задачи и функции.

Критерии оценки:

оценка «зачтено» выставляется студенту, если есть полнота и точность в ответе
оценка «не зачтено» если вопрос не раскрыт

Задание 2: Реферат

Проверяемые результаты обучения:

Проверяемый раздел дисциплины: Разделы 4-6: 4. Виды сюжетов в сценариях рекламных роликов. Раскадровка. 6. Работа над звукообразом Работа с актерами на съемочной площадке. 7. Съёмка, операторское искусство. Монтаж.

Проверяемые компетенции: ОК-6, ОК-3, ОК-9, ОК-10

Текст задания:

Подготовьте реферат на одну из предложенных тем:

- 1 История телевизионной рекламы
2. Особенности региональной телерекламы
- 3 Особенности драматургического построения телеролика
4. Классификация телевизионной рекламы и ее влияние на практическое использование.
5. Product Placement в современной телевизионной продукции.
8. Бриф. Его важность и значение.
9. Сценарий. Его составляющие. (на примере конкретного ролика)

Критерии оценки:

Оценка «отлично» ставится, если выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.

Оценка «хорошо» – основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём реферата; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы.

Оценка «удовлетворительно» – имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности: тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата или при ответе на дополнительные вопросы; во время защиты отсутствует вывод.

Оценка «неудовлетворительно», продвинутый уровень не достигнут – тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы

Задание 3: Творческие проекты

Проверяемые результаты обучения:

Проверяемый раздел дисциплины: Темы 2.4-2.6 Виды сюжетов в сценариях рекламных роликов. Раскадровка.

Работа над звукообразом Работа с актерами на съемочной площадке.

Съемка, операторское искусство. Монтаж.

Проверяемые компетенции: ОК-6, ОК-3, ОК-9, ОК-10

Текст задания:

Выполните творческие проекты:

Групповые творческие задания (проекты):

- 1 Написать сценарий рекламного телеролика на определенную тему
- 2 Разработать концепцию ролика на тему (факультет, университет и т.п.)

Индивидуальные творческие задания (проекты):

- 1 Написать сценарий тематического телеролика
- 2 Написать сценарий рекламного ролика определенного товара

Критерии оценки:

оценка «зачтено» выставляется студенту, если присутствуют оригинальный стиль изложения материала, оригинальность примеров, правильность использования терминов, точность объяснений;

- оценка «не зачтено» выставляется студенту, если отсутствуют оригинальный стиль изложения материала, оригинальность примеров, правильность использования терминов, точность объяснений.

3.3.5. Типовые задания для оценки освоения МДК.02.05. Мультимедийные технологии

Задание 1:

Проверяемые результаты обучения:

Проверяемый раздел дисциплины: все разделы дисциплины

Проверяемые компетенции: ОК 1 ОК 2 ОК 3 ОК 4, ОК 5 ОК 6 ОК 9 ОК 10 ОК 11, ПК 2.1 ПК 2.2

Текст задания:

Выполните групповые задания:

1. Рассмотрение особенностей компонентов ПК в профессиональной деятельности
2. Рассмотрение особенностей операционной системы Windows 10
3. Создание деловых документов
4. Организация расчетов в табличном процессоре
5. Организация системы управления БД
6. Создание новой презентации
7. Поиск информации в глобальной сети
8. Резервное копирование данных

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если выполнены все задания. Выявлено глубокое знание дисциплины, полное соответствие поставленной задачи;
- оценка «хорошо» выставляется, если выполнены все задания, показано хорошее знание задачи, присутствуют неточности в работах;

- оценка «удовлетворительно» выставляется, если часть заданий выполнена с грубыми ошибками, показано плохое знание задачи;
- оценка «неудовлетворительно» выставляется, если не выполнено половина заданий, присутствие грубых ошибок, полное незнание поставленных задач

3.3.6. Типовые задания для оценки освоения МДК.02.06. Обработка текстовой информации

Задание 1: Тест

Проверяемые результаты обучения:

Проверяемый раздел дисциплины: Тема 6.2. Технологии и средства обработки текстовой информации. Тема 6.3. Технологии и средства обработки числовой информации

Проверяемые компетенции: ОК 1, ОК 4, ОК 5, ОК 9.

Текст задания:

Ответьте на вопросы теста.

Задание с выбором одного верного ответа.

1. Microsoft Word – это:

- А. Текстовый процессор, предназначенный для создания текстовых документов различной степени сложности;
- Б. Программа обработки электронных таблиц, незаменимое средство для анализа больших массивов данных;
- В. Система, предоставляющая пользователю несколько сот математических, статических, финансовых и других специальных функций;
- Г. Пакет для подготовки презентаций, который позволяет создавать не только печатные материалы и комплекты слайдов для оформления выступлений, но и экранные презентации с анимацией и звуковым оформлением.

2. Microsoft Word: При наборе текста клавишу Enter необходимо нажимать:

- А. В конце строки;
- Б. В конце предложения;
- В. В конце абзаца;
- Г. В конце слова.

3. Microsoft Word: Чтобы применить команду форматирования к абзацу нужно:

- А. Навести курсор мыши на абзац;
- Б. Установить текстовый курсор в данный абзац;
- В. Выделить весь документ;
- Г. Выделить абзац.

4. Microsoft Word: Стилем называется:

- А. Способ выравнивания текста абзаца;
- Б. Набор параметров форматирования, который применяется к тексту, таблицам и спискам, чтобы быстро изменить их внешний вид;
- В. Набор параметров форматирования шрифта;
- Г. Набор параметров форматирования абзаца.

5. Microsoft Word: Как закрыть документ?

- А. Использовать команду Сохранить;
- Б. Использовать команду Закрывать;
- В. Использовать команду Отправить;
- Г. Использовать команду Сохранить как.

6. Microsoft Word: Как удалить из таблицы выделенную строку?
- А. Нажать клавишу клавиатуры Delete;
 - Б. Нажать клавишу клавиатуры Enter;
 - В. Нажать клавишу клавиатуры BackSpace;
 - Г. Нажать клавиши клавиатуры Alt + Delete.
7. Microsoft Word: Для чего нужны горизонтальные и вертикальные линейки?
- А. Для перемещения по документу;
 - Б. Для форматирования полей документа;
 - В. Для форматирования отступов в абзаце;
 - Г. Нет правильного ответа.
8. Microsoft Word: При наведении курсора мышки на значок команды на ленте или панели инструментов появляется:
- А. Всплывающее меню, в котором можно выбрать команду;
 - Б. Всплывающая подсказка о назначении данного инструмента;
 - В. Справка о документе.
9. Что такое Microsoft Excel?
- А. Текстовый редактор, предназначенный для обработки текстов самых различных видов;
 - Б. Программа обработки электронных таблиц;
 - В. Система управления реляционными базами данных;
 - Г. Пакет для подготовки презентаций.
10. Интернет – это:
- А. Программное обеспечение;
 - Б. Глобальная сеть;
 - В. Программа для ПК;
 - Г. Браузер.
11. Нажав гиперссылку вы переходите на:
- А. Программу;
 - Б. Web страницу, сайт;
 - В. Редактирование страницы;
 - Г. Просмотр «рабочего стола».
12. Поисковая система - это:
- А. Дополнительный сервис;
 - Б. Портал для поиска информации;
 - В. Электронная почта;
 - Г. Сайт с картинками.
13. Какой адрес электронной почты неправильный?
- А. www.yandex.ru;
 - Б. yan@yandex.ru;
 - В. yan@mail.ru;
 - Г. yan@rambler.ru.
14. Выберите правильный и полный адрес главной страницы сайта Президента России:
- А. <http://www.kremlin.ru/>;

- Б. www.kremlin.ru/;
- В. <http://www.kremlin@msk.ru/>;
- Г. [http.kremlin.ru/](http://kremlin.ru/).

15. Какой из ниже перечисленных не является браузером?

- А. Opera;
- Б. Mozilla;
- В. Excel;
- Г. Explorer.

16. Какой сервис в интернете позволяет добавлять, просматривать и комментировать видеозаписи?

- А. PowerPoint;
- Б. YouTube;
- В. Photoshop;
- Г. Word.

17. Microsoft Word: Выберите верный алгоритм перемещения фрагмента текста:

- А. Установить курсор, Выделить фрагмент, Вырезать, Вставить;
- Б. Установить курсор, Выделить фрагмент, Копировать, Вставить;
- В. Выделить фрагмент, Вырезать, Установить курсор, Вставить;
- Г. Выделить фрагмент, Копировать, Установить курсор, Вставить.

18. Microsoft Word: Чтобы применить команду форматирования шрифта к абзацу необходимо:

- А. Навести курсор мыши на абзац;
- Б. Установить текстовый курсор в данный абзац;
- В. Выделить весь документ;
- Г. Выделить абзац.

19. Microsoft Word 2007: Где находится панель быстрого доступа, и когда ее следует использовать?

- А. Эта панель расположена в левом верхнем углу экрана. Она служит для быстрого доступа к часто используемым командам;
- Б. Она отображается поверх текста, и с ее помощью можно вносить изменения в форматирование текста;
- В. Она расположена в левом верхнем углу экрана. С ее помощью возможен быстрый доступ к документу;
- Г. Она расположена на вкладке Главная. С ее помощью можно быстро запустить или открыть новый документ.

20. Microsoft Word 2007: Когда отображается мини-панель инструментов?

- А. При двойном щелчке активной вкладки на ленте;
- Б. При выделении текста;
- В. При выделении текста и наведении на него указателя мыши;
- Г. При выполнении любого из перечисленных выше действий.

21. Microsoft Word 2007: В каком углу расположен элемент изменения масштаба?

- А. В правом верхнем;
- Б. В левом верхнем;
- В. В левом нижнем;
- Г. В правом нижнем.

22. Microsoft Word: Как сохранить ранее созданный документ под другим именем?

- А. Использовать команду Сохранить;
- Б. Использовать команду Сохранить как;
- В. Использовать команду Создать;
- Г. Использовать команду Отправить.

23. Microsoft Word: Как открыть ранее созданный документ?

- А. Использовать команду Вид – Открыть;
- Б. Использовать команду Файл – Найти;
- В. Использовать команду Файл – Открыть;
- Г. Использовать команду Правка – Открыть.

24. Microsoft Word: Для того, чтобы удалить пустую строку, надо нажать клавишу:

- А. Пробел;
- Б. Enter;
- В. Insert;
- Г. Delete.

25. Microsoft Word: Как быстро выделить весь документ? (Выберите самый быстрый вариант)

- А. Переместить указатель к левому краю текста документа так, чтобы он превратился в стрелку, направленную вправо, после чего трижды щелкнуть кнопкой мыши;
- Б. Выделить начало фрагмента, прокрутите документ так, чтобы на экране появился конец фрагмента, а затем щелкните его, удерживая нажатой клавишу SHIFT;
- В. Переместить указатель к левому краю абзаца так, чтобы он превратился в стрелку, направленную вправо, после чего дважды щелкнуть кнопкой мыши;
- Г. Выполнить команду Выделить все (CTR+A).

26. Microsoft Word: Какой линией подчеркиваются грамматические ошибки в тексте?

- А. Синей волнистой;
- Б. Красной волнистой;
- В. Зеленой волнистой;
- Г. Красной прямой толстой.

27. Microsoft Word: Буфер обмена хранит несколько разных фрагментов. Можно ли вставить одновременно несколько фрагментов из буфера обмена?

- А. Да, любое количество фрагментов;
- Б. Да, но только рядом расположенные фрагменты;
- В. Да, но только сразу все фрагменты;
- Г. Нет.

28. Microsoft Word: На какой угол можно повернуть текст в ячейках таблицы:

- А. На любой угол с точностью до 1 градуса;
- Б. 45 и 90 градусов в любую сторону;
- В. 90 градусов в любую сторону;
- Г. На 90 градусов и 180 градусов.

29. Microsoft Word: Как влияет увеличение масштаба отображения документа на печать документа?

- А. Увеличивает размер шрифта при печати;
- Б. Никак не влияет;
- В. Увеличивает размер рисунков при печати;
- Г. Требуется изменения размеров страницы.

30. Microsoft Word: Как можно вставить в текст символ §?

- А. Ввести с клавиатуры;
- Б. С помощью команды Надпись из меню Вставка;
- В. С помощью команды Символ из меню Вставка;
- Г. С помощью команды Поле из меню Вставка.

31. Microsoft Word: Назовите основную функцию элемента экрана MS Word "полоса прокрутки".

- А. Отображение названия приложения и текущего документа;
- Б. Перемещение по документу;
- В. Содержит справочную информацию о документе;
- Г. Содержит кнопки наиболее часто используемых команд.

32. Какое имя по умолчанию имеет документ, открывающийся при запуске Microsoft Excel?

- А. Книга 1;
- Б. Документ1;
- В. Таблица1;
- Г. Лист1.

Критерии оценки:

Оценка «отлично» выставляется, если студентом дано больше 85 % правильных ответов

Оценка «хорошо» выставляется, если студентом дано не менее 75% правильных ответов

Оценка «удовлетворительно» выставляется, если студентом дано не менее 50% правильных ответов

Оценка «неудовлетворительно» выставляется, если студентом дано менее 50% правильных ответов

4. Контроль приобретения практического опыта. Оценка по учебной и (или) производственной практике

4.1. Общие положения

Цели учебной практики: формирование у обучающихся первичных практических умений, приобретение первоначального практического опыта деятельности в рамках профессиональных модуля ПМ 02.; формирование у студентов представления о принципах производства рекламной продукции.

Цели производственной практики: формирование у обучающихся профессиональных компетенций в условиях работы на рекламных предприятиях.

Целью оценки по учебной и производственной практике является оценка:

- 1) профессиональных и общих компетенций;
- 2) практического опыта и умений.

Оценка по учебной и (или) производственной практике выставляется на основании данных аттестационного листа (характеристики профессиональной деятельности обучающегося/студента на практике) с указанием видов работ, выполненных обучающимся во время практики, их объема, качества выполнения в

соответствии с технологией и (или) требованиями организации, в которой проходила практика.

4.2. Виды работ практики и проверяемые результаты обучения по профессиональному модулю

Таблица 5

Иметь практический опыт	Виды и объем работ на учебной практике, требования к их выполнению и/ или условия выполнения	Документ, подтверждающий качество выполнения работ
Знание основных принципов отбора изобразительных средств и материалов	концентрированно, работа на рекламном предприятии	Отчет о практике, дневник практиканта, отзыв, подписанный руководителем практики со стороны предприятия
Знание специфики работы рекламного оборудования	концентрированно, работа на рекламном предприятии	Отчет о практике, дневник практиканта, отзыв, подписанный руководителем практики со стороны предприятия
Знание основных принципов написания сценария рекламного ролика	концентрированно, работа на рекламном предприятии	Отчет о практике, дневник практиканта, отзыв, подписанный руководителем практики со стороны предприятия
Знание основных принципов создания макетов рекламного сообщения	концентрированно, работа на рекламном предприятии	Отчет о практике, дневник практиканта, отзыв, подписанный руководителем практики со стороны предприятия
Знание основных принципов реализации рекламных проектов	концентрированно, работа на рекламном предприятии	Отчет о практике, дневник практиканта, отзыв, подписанный руководителем практики со стороны предприятия

5. Контрольно-оценочные материалы для экзамена квалификационного

5.1. Паспорт

Назначение:

КОСы предназначены для контроля и оценки результатов освоения профессионального модуля ПМ.02. Производство рекламной продукции

(наименование модуля)

по специальности СПО: 42.02.01 «Реклама»

(код, название специальности)

Форма проведения экзамена квалификационного

Экзамен проводится в виде устного опроса по заранее подготовленным билетам

Билеты готовятся по количеству обучающихся
(перечисляются все виды заданий или этапы, входящие в экзамен квалификационный)

5.2. Задание для экзаменуемого

Вариант № 1

Коды проверяемых профессиональных и общих компетенций: ОК 1, ОК 3, ОК 6, ПК 2,3,
Инструкция:

Внимательно прочитайте задание.

Время выполнения задания: 20 минут на подготовку общего ответа по билету, 10 минут на устный ответ студента, включая дополнительные вопросы преподавателя.

Билет 1

1. Коротко охарактеризуйте Интернет-сайт как мультимедийный продукт.
2. Расскажите о съемке при естественном освещении (специфика работы, подготовка, вспомогательные средства).

Вариант № 2

Коды проверяемых профессиональных и общих компетенций: ОК 2, ОК 3, ОК 7, ПК 2.2,
ПК 2.3

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание.

Время выполнения задания: 20 минут на подготовку общего ответа по билету, 10 минут на устный ответ студента, включая дополнительные вопросы преподавателя.

Билет 2

1. Объясните, что такое монтажный план. Расскажите о крупности планов и особенностях их монтажа.
2. Назовите основные режимы создания и представления текстового документа.

Вариант № 3

Коды проверяемых профессиональных и общих компетенций: ОК 2, ОК 6, ОК 11, ПК 2.1.,
ПК 2.2.

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание.

Время выполнения задания: 20 минут на подготовку общего ответа по билету, 10 минут на устный ответ студента, включая дополнительные вопросы преподавателя

Билет 3

1. Объясните, что такое 3D графика? Является ли трехмерная информация видом графической информации или самостоятельным видом информации? Обоснуйте свою точку зрения.
2. Расскажите, какие действия можно выполнять в текстовом редакторе?

Вариант № 4

Коды проверяемых профессиональных и общих компетенций: ОК 3, ОК 7, ОК 11, ПК 2.1,
ПК 2.3.

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание.

Время выполнения задания: 20 минут на подготовку общего ответа по билету, 10 минут на устный ответ студента, включая дополнительные вопросы преподавателя

Билет 4

1. Дайте определение понятию «видеомонтаж». Опишите предварительный, линейный, нелинейный монтажи. Расскажите о комфортном и акцентном монтажах (краткая характеристика, особенности). Приведите примеры.

2. Объясните, что такое «отмывка», «размывка». Расскажите о различиях в технике выполнения. Нарисуйте схему практического исполнения.

Вариант № 5

Коды проверяемых профессиональных и общих компетенций: ОК 2, ОК 9, ОК 10, ПК 2.2., ПК 2.3.

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание.

Время выполнения задания: 20 минут на подготовку общего ответа по билету, 10 минут на устный ответ студента, включая дополнительные вопросы преподавателя

Билет 5

1. Чем можно «зацепить» зрителей телерекламы? Какие наиболее эффективные средства и приемы используют в рекламных видеороликах. Обоснуйте свой ответ. Приведите примеры.

2. Перечислите классические греческие ордера. Графически изобразите технику «отмывки» фрагмента ордера.

Вариант № 6

Коды проверяемых профессиональных и общих компетенций: ОК 1, ОК 7, ОК 10, ПК 2.2., ПК 2.3.

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание.

Время выполнения задания: 20 минут на подготовку общего ответа по билету, 10 минут на устный ответ студента, включая дополнительные вопросы преподавателя

Билет 6

1. Объясните, в чем состоят психологические и технические приемы работы с моделью в фоторекламе.

2. Перечислите основные настройки и параметры WORD. В чем состоит назначение режима автосохранения?

Вариант № 7

Коды проверяемых профессиональных и общих компетенций: ОК 4, ОК 6, ОК 9, ПК 2.1., ПК 2.2.

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание.

Время выполнения задания: 20 минут на подготовку общего ответа по билету, 10 минут на устный ответ студента, включая дополнительные вопросы преподавателя

Билет 7

1. Расскажите об основных функциях телевизионной рекламы. Кто является основными участниками рекламного процесса?

2. Какие редакторы векторной графики Вы знаете? Назовите их особенности и сферы применения.

Вариант № 8

Коды проверяемых профессиональных и общих компетенций: ОК 1, ОК 5, ОК 8, ПК 2.2., ПК 2.3.

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание.

Время выполнения задания: 20 минут на подготовку общего ответа по билету, 10 минут на устный ответ студента, включая дополнительные вопросы преподавателя

Билет 8

1. Объясните, в чем заключаются особенности видеоинформации? Аргументируйте свою точку зрения.

2. Расскажите, какие законы композиции необходимо применять при графическом выполнении рекламного проекта, нарисуйте схему их применения.

Вариант № 9

Коды проверяемых профессиональных и общих компетенций: ОК 1, ОК 4, ОК 9, ПК 2.2., ПК 2.3.

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание.

Время выполнения задания: 20 минут на подготовку общего ответа по билету, 10 минут на устный ответ студента, включая дополнительные вопросы преподавателя

Билет 9

1. Расскажите об основных этапах производства рекламных роликов. Что такое «раскадровка», для чего она необходима? Сделайте «раскадровку» на примере собственного ролика (не более 40 секунд).
2. Охарактеризуйте рекламную фотографию как особый вид творчества. Обоснуйте место рекламной фотографии в современной системе фототворчества.

Вариант № 10

Коды проверяемых профессиональных и общих компетенций: ОК 2, ОК 6, ОК 9, ПК 2.1., ПК 2.2.

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание.

Время выполнения задания: 20 минут на подготовку общего ответа по билету, 10 минут на устный ответ студента, включая дополнительные вопросы преподавателя

Билет 10

1. Объясните, как происходит определение темы, задач и идей рекламного ролика. Напишите сценарий собственного ролика (до 40 секунд).
2. Расскажите, что такое текстовый документ, из каких основных объектов он состоит?

Вариант № 11

Коды проверяемых профессиональных и общих компетенций: ОК 4, ОК 7, ОК 11, ПК 2.2., ПК 2.3.

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание.

Время выполнения задания: 20 минут на подготовку общего ответа по билету, 10 минут на устный ответ студента, включая дополнительные вопросы преподавателя

Билет 11

1. Назовите сферы применения мультимедийных технологий в рекламной деятельности. Какие из этих сфер, на Ваш взгляд, в настоящий момент наиболее активно развиваются?
2. Опишите, как происходит регулирование отношений между фотографом и моделью. Каковы правила составления договора фотограф-модель.

Вариант № 12

Коды проверяемых профессиональных и общих компетенций: ОК 1, ОК 3, ОК 6, ПК 2.1., ПК 2.2.

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание.

Время выполнения задания: 20 минут на подготовку общего ответа по билету, 10 минут на устный ответ студента, включая дополнительные вопросы преподавателя

Билет 12

1. Расскажите о специальных технических устройствах для работы с графической информацией? Назовите сферы их применения.
2. Охарактеризуйте особенности литературного и режиссерского сценариев телевизионных рекламных роликов. Приведите примеры.

Вариант № 13

Коды проверяемых профессиональных и общих компетенций: ОК 2, ОК 8, ОК 10, ПК 2.1., ПК 2.3.

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание.

Время выполнения задания: 20 минут на подготовку общего ответа по билету, 10 минут на устный ответ студента, включая дополнительные вопросы преподавателя

Билет 13

1. Расскажите, из чего складывается стоимость рекламного ролика. На примере собственного сценария (постановочный ролик с использованием актеров и декораций) рассчитайте предварительную смету заказчику.

2. Объясните, что такое «хаотичное текстурное пятно». Каковы материалы и способ выполнения техники «текстурное пятно»? Нарисуйте схему применения в графическом варианте

Вариант № 14

Коды проверяемых профессиональных и общих компетенций: ОК 4, ОК 5, ОК 9, ПК 2.2., ПК 2.3.

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание.

Время выполнения задания: 20 минут на подготовку общего ответа по билету, 10 минут на устный ответ студента, включая дополнительные вопросы преподавателя

Билет 14

1. Объясните, как происходит обработка фотографий (программы, инструменты и т.п.). Как подготовить фото к публикации (печать, интернет, СМИ, цветовые модели)?

2. Какие редакторы растровой графики Вы знаете? Назовите их особенности и сферы применения.

Вариант № 15

Коды проверяемых профессиональных и общих компетенций: ОК 1, ОК 5, ОК 10, ПК 2.1., ПК 2.2.

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание.

Время выполнения задания: 20 минут на подготовку общего ответа по билету, 10 минут на устный ответ студента, включая дополнительные вопросы преподавателя

Билет 15

1. Объясните, что такое векторная графика, каковы ее особенности и сферы применения?

2. Назовите типы информации. В каких рекламных продуктах используется только один тип информации, а в каких – несколько. Обоснуйте свой ответ.

Вариант № 16

Коды проверяемых профессиональных и общих компетенций: ОК 2, ОК 8, ОК 9, ПК 2.2., ПК 2.3.

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание.

Время выполнения задания: 20 минут на подготовку общего ответа по билету, 10 минут на устный ответ студента, включая дополнительные вопросы преподавателя

Билет 16

1. Дайте определение текстовому редактору. Перечислите его функции.
2. Объясните, как проводить съемку при искусственном освещении (специфика работы, подготовка, вспомогательные средства).

Вариант № 17

Коды проверяемых профессиональных и общих компетенций: ОК 1, ОК 3, ОК 6, ПК 2.1., ПК 2.3.

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание.

Время выполнения задания: 20 минут на подготовку общего ответа по билету, 10 минут на устный ответ студента, включая дополнительные вопросы преподавателя

Билет 17

1. Охарактеризуйте этапы работы диктора с текстом (предварительная подготовка, запись).
2. Дайте определение понятия «отмывка архитектурной детали (греческий ордер)», объясните метод и графически изобразите последовательность исполнения техники «отмывки».

Вариант № 18

Коды проверяемых профессиональных и общих компетенций: ОК 2, ОК 5, ОК 7, ПК 2.1., ПК 2.2.

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание.

Время выполнения задания: 20 минут на подготовку общего ответа по билету, 10 минут на устный ответ студента, включая дополнительные вопросы преподавателя

Билет 18

1. Расскажите, что такое растровая графика, каковы ее особенности и сферы применения?
2. Охарактеризуйте специфику звукового сопровождения рекламного ролика. Опишите основные виды звукового сопровождения: текст, естественный звук (интершум), музыка и звуковые эффекты. Приведите примеры.

Вариант № 19

Коды проверяемых профессиональных и общих компетенций: ОК 4, ОК 6, ОК 11, ПК 2.2., ПК 2.3.

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание.

Время выполнения задания: 20 минут на подготовку общего ответа по билету, 10 минут на устный ответ студента, включая дополнительные вопросы преподавателя

Билет 19

1. Расскажите о программном обеспечении мультимедиа. Назовите программные продукты для работы с различными типами информации (текст, графика, аудио, видео, 3D) и коротко охарактеризуйте их особенности и сферы применения.
2. Определите понятие «монотипия». Расскажите о технике исполнения и нарисуйте схему применения в графическом варианте

Вариант № 20

Коды проверяемых профессиональных и общих компетенций: ОК 1, ОК 2, ОК 9, ПК 2.1., ПК 2.2.

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание.

Время выполнения задания: 20 минут на подготовку общего ответа по билету, 10 минут на устный ответ студента, включая дополнительные вопросы преподавателя

Билет 20

1. Охарактеризуйте основные жанры телевизионной рекламы.
2. Акварель с воском: как сделать в этой технике наиболее выразительным графическое изображение предмета (продукта)?

Вариант № 21

Коды проверяемых профессиональных и общих компетенций: ОК 3, ОК 5, ОК 8, ПК 2.1., ПК 2.2.

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание.

Время выполнения задания: 20 минут на подготовку общего ответа по билету, 10 минут на устный ответ студента, включая дополнительные вопросы преподавателя

Билет 21

1. Опишите особенности предметной съемки в рекламе. Каковы особенности съемки продуктов питания, ювелирных украшений, одежды и пр.
2. Обоснуйте значение автоматизированной обработки текстовой информации, дав определение основным терминам

Вариант № 22

Коды проверяемых профессиональных и общих компетенций: ОК 2, ОК 6, ОК 10, ПК 2.1., ПК 2.3.

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание.

Время выполнения задания: 20 минут на подготовку общего ответа по билету, 10 минут на устный ответ студента, включая дополнительные вопросы преподавателя

Билет 22

1. Расскажите, что такое компьютерная графика? Какие виды графической информации Вы знаете?
2. Дайте характеристику понятию «бриф». Что такое «технический» и «творческий» бриф. Какая информация отражается в них. Приведите пример заполнения брифа.

Вариант № 23

Коды проверяемых профессиональных и общих компетенций: ОК 3, ОК 7, ОК 11, ПК 2.1., ПК 2.2.

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание.

Время выполнения задания: 20 минут на подготовку общего ответа по билету, 10 минут на устный ответ студента, включая дополнительные вопросы преподавателя

Билет 23

1. Дайте определение понятия «мультимедиа». Каковы его ключевые признаки?
2. Что такое «греческая «амфора»», расскажите о применении законов композиции и нарисуйте схему графического исполнения.

Вариант № 24

Коды проверяемых профессиональных и общих компетенций: ОК 1, ОК 4, ОК 8, ПК 2.1., ПК 2.2.

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание.

Время выполнения задания: 20 минут на подготовку общего ответа по билету, 10 минут на устный ответ студента, включая дополнительные вопросы преподавателя

Билет 24

1. Расскажите, кто является участниками производства рекламного ролика. На примере постановочного ролика продемонстрируйте задачи каждого из них.

2. Какие редакторы 3D графики Вы знаете? Назовите их особенности и сферы применения. Приведите примеры.

Вариант № 25

Коды проверяемых профессиональных и общих компетенций: ОК 2, ОК 5, ОК 10, ПК 2.2., ПК 2.3.

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание.

Время выполнения задания: 20 минут на подготовку общего ответа по билету, 10 минут на устный ответ студента, включая дополнительные вопросы преподавателя

Билет 25

1. Коротко опишите процесс создания аудиорекламы.

2. Расскажите об основных сферах применения 3D графики? В чем их особенности? Приведите примеры.

Оборудование: учебная аудитория, место преподавателя (стол, стул), места для студентов – не менее 6 (столы, стулья).

5.3. Пакет экзаменатора

Билеты входят в пункт 5.2

Условия проведения: устный опрос по заранее подготовленным билетам в учебной аудитории.

Количество вариантов каждого задания / пакетов заданий для экзаменуемого: 25 билетов (50 вопросов):

Перечень используемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Реклама и связи с общественностью: теория и практика : / [Е.В. Маслова и др.] ; Воронеж. гос. ун-т .— Воронеж : Издательский дом ВГУ, 2015 .— 370 с.
2. Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд : учебное пособие / А.Н. Чумиков .— 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Аспект Пресс, 2014 .— 157 с.
3. Васильев Г.А. Основы рекламы : учебное пособие : [для студентов вузов, обучающихся по специальности 032401 - Реклама] / Г.А. Васильев, В.А. Поляков .— Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2014 .— 405 с.
4. Разработка и технологии производства рекламного продукта: Учебник. Под ред. Л.М. Дмитриева. Серия: Homo faber. - М.: Экономист, 2006. – 638 с.
5. Смирнова Ю.В. Разработка и технология производства телевизионного рекламного продукта: Учеб. пособие. – М.: МГУП, 2009. – 156 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, Куросаве, 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. Пакет программ Microsoft Office и Adobe Creative Suite Master Collection
2. <http://www.adobe.com/>
3. <http://www.microsoft.com/>
4. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:
5. Поисковые системы:
6. <http://www.yandex.ru/>
7. <http://www.rambler.ru/>
8. <http://www.google.ru/>
9. 3. <http://ru.wikipedia.org/wiki/Википедия>
10. <http://www.chaynikam.info/foto.html> Компьютер для «чайников»
11. <http://urist.fatal.ru/Book/Glava8/Glava8.htm> Электронные презентации
12. Полнотекстовая база «Университетская библиотека» – образовательный ресурс. – URL:<http://www.biblioclub.ru>.
13. Электронный каталог Научной библиотеки Воронежского государственного университета. – URL:<http://www.lib.vsu.ru>.
14. <http://www.shutterstock.com/video>
15. <https://www.youtube.com/playlist?list=PLDkboCqONPRDWUEaYm3Sau2mYWw6ugHVu>

2. Критерии оценивания

Отлично	Знание основного материала дисциплины, умение самостоятельно использовать его для решения прикладных задач, успешное выполнение всех заданий
Хорошо	Знание большей части материала дисциплины и методов его использования, умение решать типовые прикладные задачи, успешное выполнение всех заданий
Удовлетворительно	Наличие представления об основных положениях материала дисциплины, умение использовать его для решения простейших прикладных задач, неполное выполнение заданий
Неудовлетворительно	Отсутствие практических навыков при слабом представлении о содержании дисциплины, невыполнение практических заданий

**6. Сводная таблица-ведомость по
ПМ 02 Производство рекламной продукции**

Результаты обучения по ПМ	Текущий и рубежный контроль			Промежуточная Аттестация по ПМ		Экзамен квалификационный		
	Тестирование	Творческие задания	Контрольные работы	Экзамены по МДК	Дифференцированные зачеты	Ход выполнения задания	Подготовленный продукт / осуществленный процесс	Устное обоснование результатов работы
Основные								
ПК 2.1.	+	+	+	+	+	+	+	+
ПК 2.2.	+	+	+	+	+	+	+	+
ПК 2.3.	+	+	+	+	+	+	+	+
ОК 1	+	+	+	+	+	+	+	+
ОК 2	+	+	+	+	+	+	+	+
ОК 3	+	+	+	+	+	+	+	+
ОК 4	+	+	+	+	+	+	+	+
ОК 5	+	+	+	+	+	+	+	+
ОК 6	+	+	+	+	+	+	+	+
ОК 7	+	+	+	+	+	+	+	+
ОК 8	+	+	+	+	+	+	+	+
ОК 9	+	+	+	+	+	+	+	+
ОК 10	+	+	+	+	+	+	+	+
ОК 11	+	+	+	+	+	+	+	+
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							

Составители (преподаватели):

к.ф.н., доцент ВГУ



Маслов А.С.

преп.каф.рекл.и диз.



Гончаров В.В.

Доц.каф.теле и радио

журналистики



Цуканова М.И.

к.э.н., преп.каф.рекл.и диз



Лядова Н.И.

преп.каф.рекл.и диз.



Дегтярев Б.В.

Согласовано:

Декан факультета журналистики ВГУ

проф., д.ф.н. _____
М.П.(факультета)


В.В.Тулупов

Представитель работодателя
Президент АРАВ

К.э.н. _____
М.П.(организации)


К.В.Корнев