

Санкт-Петербургское государственное бюджетное
профессиональное образовательное учреждение
«Колледж автоматизации производственных процессов
и прикладных информационных систем»

Рассмотрена и принята
на заседании Педагогического совета
Протокол №12 от 15.06.2023

УТВЕРЖДЕНА
Приказом директора
СПб ГБПОУ «Колледж автоматиза-
ции производства»
от 10.07 2023 №479

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.02
«ПРОИЗВОДСТВО РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ»

Для специальности

42.02.01 «Реклама»

Квалификация специалиста ба- зовой подготовки	специалист по рекламе
Форма обучения	очная
Уровень образования, необхо- димый для приема на обучение по ППССЗ	основное общее образова- ние
Срок получения СПО по ППССЗ базовой подготовки	3 года 10 месяцев
Год начала подготовки	2022

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности 42.02.01 «Реклама», утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 12 мая 2014 г. № 510.

Организация-разработчик: Санкт-Петербургское государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение «Колледж автоматизации производственных процессов и прикладных информационных систем»

Программу составили Ковалева А.В., Гуженко М.В., преподаватели Санкт-Петербургского государственного бюджетного профессионального образовательного учреждения «Колледж автоматизации производственных процессов и прикладных информационных систем»

Программа рассмотрена и одобрена на заседании методической комиссии, протокол № 08 от 11.05.2023

Заведующий отделом СОП А.Ф. Жмайло

ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.02 «Производство рекламной продукции»

1.1. Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля является частью программы подготовки специалистов среднего звена (далее – ППССЗ) в соответствии с ФГОС по специальности 42.02.01 «Реклама» (базовой подготовки) в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): Производство рекламной продукции и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

ПК 2.1 Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.

ПК 2.2 Создавать модели объекта с учетом выбранной технологии.

ПК 2.3 Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.

ПК 2.4 Разрабатывать композиционные решения для серии рекламных макетов.

ПК 2.5 Создавать тексты с учетом модели представления рекламного продукта

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;
- *разрабатывать рекламные идеи для оформления разных рекламных носителей;*
- *разрабатывать рекламный текст для печатного продукта;*
- *разрабатывать рекламный текст для интернет-рекламы.*

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;
- *приемы и правила соблюдения единообразия при разработке серии рекламных макетов;*
- *особенности создания текста для печатной рекламной продукции;*

– *особенности создания текста для интернет-рекламы.*

1.3. Планируемое количество часов на освоение программы профессионального модуля:

всего – **1431** час, в том числе:

- ✓ максимальной учебной нагрузки обучающегося – **1107** часов, включая:
- ✓ обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – **738** часов;
- ✓ самостоятельной работы обучающегося – **369** часов;
- ✓ учебной практики – **108** часов;
- ✓ производственной практики – **216** часа.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

Код	Наименование результата обучения
ПК 2.1	Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.
ПК 2.2	Создавать модели объекта с учетом выбранной технологии.
ПК 2.3	Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.
<i>ПК 2.4</i>	<i>Разрабатывать композиционные решения для серии рекламных макетов.</i>
<i>ПК 2.5</i>	<i>Создавать тексты с учетом модели представления рекламного продукта</i>
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

ПМ.02. «Производство рекламной продукции»

3.1. Тематический план профессионального модуля

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов
			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 – 2.5	ПМ.02 «Производство рекламной продукции»	1431	738	454		369			
ПК 2.1 – 2.5	МДК 02.01 Выполнение рекламных проектов в материале	327	218	118	20	109			
ПК 2.1 – 2.5	МДК 02.02 Проектная компьютерная графика и мультимедиа	378	252	154		126			
ПК 2.1 – 2.5	МДК 02.03 Техника и технологии рекламной фотографии	240	160	116		80			
ПК 2.1 – 2.5	МДК 02.04 Техника и технологии рекламного видео	162	108	66		54			
ПК 2.1 – 2.5	Учебная практика	108						108	
ПК 2.1 – 2.5	Производственная практика, часов	216							216
	Всего:	1431	738	454	20	308		108	216

3.2. ПМ.02 «Производство рекламной продукции»

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
МДК 02.01 Выполнение рекламных проектов в материале		198	
Тема 1.1 Наружная реклама	Содержание учебного материала	8	
	1. Виды наружной рекламы, назначение и роль. Обзор и анализ рекламной продукции наружной рекламы. Технологии создания наружной рекламы.	2	1
	2. Особенности макетирования и «привязки» наружной рекламы к месту установки	2	1
	3. Стационарная наружная реклама. Световые, проекционные и динамические рекламные установки. Реклама на движущихся носителях	2	1
	5. Технологии производства наружной рекламы. Основные материалы в наружной рекламе	2	1
	Практические занятия:	8	
	<i>Практическое занятие № 1 Разработка технического задания на создание наружной рекламы товара (услуги)</i>	2	2
	<i>Практическое занятие № 2 Создание макета наружной рекламы</i>	2	2
	<i>Практическое занятие №3. Подготовка эскиза информационного билборда для компании</i>	2	2
	<i>Практическое занятие №4. Подготовка эскиза листовок – рекламы в метро</i>	2	2
Тема 1.2.	Содержание учебного материала	14	
Рекламная печатная продукция. Основы произ-	1. Понятие и классификация полиграфического производства. Способы печати рекламной продукции: способ глубокой печати, способ высокой печати, способ орловской печати, способ плоской печати, способ оф-	2	1

водства печатной продукции		сетной печати, способ струйной печати, способ трафаретной печати, способ флексографской печати.		
	2.	Последовательность процессов создания печатной продукции Резка готовой печатной продукции, ее окончательный сбор. Авторская печатная форма.	2	1
	3.	Виды печатной продукции. Конструкция основных видов печатной продукции	2	
	4.	Оригинал-макет и технологии его создания. Подготовка макетов для печати. Основные расходные материалы для полиграфического производства: бумага. Выбор бумаги для печати.	2	
	5.	Основные расходные материалы для полиграфического производства: краски. Тono- и цветовоспроизведение в полиграфии	2	
	6.	Материалы для отделки печатной продукции	2	1
	7.	Послепечатная обработка. Контроль качества печатной продукции	2	1
	Практические занятия:		8	
	<i>Практическое занятие №5 Информационное наполнение и верстка евробуклета</i>		2	2
	<i>Практическое занятие №6 Верстка и печать евробуклета для b2c</i>		2	2
<i>Практическое занятие №7 Создание макета печатной продукции. Подбор шрифтового оформления печатной продукции. Определение вида бумаги для печатной продукции</i>		2	2	
<i>Практическое занятие №8 Разработка и печать листовки формата A5 для промо распространения</i>		2	2	
Тема 1.3.	Содержание учебного материала		4	
Реклама в прессе и почтовая реклама	1.	Разновидности рекламных макетов в прессе. Реклама в газетах. Реклама в журналах. Прямая почтовая рассылка (“директ мейл”)	2	1
	2.	Разновидности и параметры бумаги. Требования к качеству и параметрам в зависимости от сегмента и назначения	2	1

	<i>Практические занятия:</i>	12	
	<i>Практическое занятие № 9 Разработка макета «Сетка»</i>	2	2
	<i>Практическое занятие № 10 Разработка макета «Мультиреклама»</i>	2	2
	<i>Практическое занятие № 11 Разработка макета «Окно»</i>	2	2
	<i>Практическое занятие № 12 Создание макета газетной полосы с размещением рекламных материалов</i>	2	2
	<i>Практическое занятие № 13 Создание рекламы для журнала</i>	2	2
	<i>Практическое занятие № 14 Составление макета письма для почтовой рассылки</i>	2	2
Тема 1.4. POS-материалы	Содержание учебного материала	4	
	1. Виды рекламы в местах продаж. Классификация POS-материалов в зависимости от организации когнитивных процессов	2	1
	2. Оценка специфики восприятия рекламы в местах продаж	2	1
	<i>Практические занятия:</i>	10	
	<i>Практическое занятие № 15 Анализ организации пространства и использования POS-материалов точки продажи</i>	4	2
	<i>Практическое занятие № 16 Выбор POS-материалов под проект рекламной кампании</i>	2	2
	<i>Практическое занятие № 17 Создание проекта оформления пространства с использованием POS-материалов</i>	4	2
Тема 1.5 Упаковка как особый вид POS-материалов и средство рекламной коммуникации	Содержание учебного материала	6	
	1. Упаковка и ее функции. Законодательные требования, предъявляемые к информации на упаковке	2	1
	2. Структура и наполнение упаковки. Нейм и дизайн упаковки. Особенности упаковки, определяющие ее эффективность. Материалы, используемые для создания упаковки	2	1

	3.	Методика оценки особенностей восприятия упаковки товара	2	1
	Практические занятия:		6	
	<i>Практическое занятие № 18 Создание информационного блока, необходимого для размещения на упаковке</i>		2	2
	<i>Практическое занятие № 19 Выбор конструкции и материала упаковки товара</i>		2	2
	<i>Практическое занятие № 20 Создание макета упаковки товара</i>		2	2
Тема 1.6 Каталог и фирменные открытки как инструмент продаж	Содержание учебного материала		4	
	1.	Разновидности каталогов и их назначение в b2b и b2c сегментах. Структура. Назначение обложки и ее виды. Количество страниц в каталоге	2	1
	2.	Открытки: разновидности, назначение	2	1
	Практические занятия:		10	
	<i>Практическое занятие № 21 Наполнение каталога по ТЗ заказчика 8 стр. для b2b сегмента</i>		2	2
	<i>Практическое занятие № 22 Верстка каталога для b2b сегмента</i>		2	2
	<i>Практическое занятие № 23 Печать каталога</i>		2	2
	<i>Практическое занятие № 24 Презентация каталога</i>		2	2
	<i>Практическое занятие № 25 Разработки серии открыток для компании по выбору: стимулирующей для массовой рассылки по электронной почте, печатная для индивидуальных VIP поздравлений, для внутреннего пользования</i>		2	2
Тема 1.7 Рекламная сувенирная продукция	Содержание учебного материала		4	
	1.	Назначение и разновидности сувенирной продукции. Элементы фирменной айдентики. Анализ –психологическое воздействие потребителей на готовую сувенирную рекламную продукцию. Анализ рекламной сувенирной продукции известных изготовителей.	2	1

	2.	Технологии нанесения: тампопечать, горячее тиснение, вальцовка, гравертон, термоперенос.	2	1
	Практические занятия:		6	
	<i>Практическое занятие № 26 Разработка квартального календаря и блокнота</i>		2	2
	<i>Практическое занятие № 27 Разработка квартального фирменного бланка организации, конверта, пакета, фирменного значка</i>		2	2
	<i>Практическое занятие № 28 Подбор и брендинг продукции, подготовка мокапов набора сувенирной продукции по ТЗ для компании</i>		2	2
Тема 1.8 Визитки	Содержание учебного материала		2	
	1.	Назначение и разновидности визиток. Верстка и обязательные элементы. Разновидности бумаги для выбора	2	1
	Практические занятия:		2	
	<i>Практическое занятие № 29 Разработка визиток: личной, деловой и корпоративной</i>		2	2
Тема 1.9. Мероприятия для прессы. Выставочные мероприятия. Ярмарки и выставки как рекламное средство.	Содержание учебного материала		8	
	1.	Мероприятия для прессы: назначение, разновидности, правила организации	2	1
	2.	Выставочные мероприятия: разновидности, бюджет, правила организации. Классификация выставок и ярмарок. Выставочный стенд. Рекламные конструкции	2	1
	3.	Выставочная площадь: выбор и оформление стенда, экспонаты. Экспонаты: что и как следует демонстрировать. Средства оформления стендов.	2	1
	4.	Фирменный стиль: внешний вид персонала, сувенирная продукция	2	1
	Практические занятия:		14	
	<i>Практическое занятие № 30 Организация пресс-конференции</i>		2	2
	<i>Практическое занятие № 31 Формирование бюджета выставочного мероприятия</i>		2	2

	<i>Практическое занятие № 32</i> Создание проекта оформления выставочного пространства	2	2
	<i>Практическое занятие № 33</i> Разработка макета выставочного стенда	2	2
	<i>Практическое занятие № 34</i> Разработка рекламных конструкций: ролл-ап, штендер, пресс-волл	2	2
	<i>Практическое занятие № 35</i> Создание требований к внешнему виду персонала с учетом фирменного стиля компании	2	2
	<i>Практическое занятие № 36</i> Подготовка информационных материалов для партнеров, прессы, клиентов	2	2
Тема 1.10 Рекламные аудиоролики. Технологии производства радиорекламы	Содержание учебного материала	8	
	1. Особенности восприятия звука. Характеристики звука	2	1
	2. Основы работы в звуковом редакторе. Основные возможности и эффекты	2	1
	3. Аудиореклама. Типология радиорекламы. Разновидности роликов, бриф на разработку рекламного ролика на радио	2	1
	4. Особенности создания сценария радиорекламы. Производство радиорекламы	4	1
	Практические занятия:	18	
	<i>Практическое занятие № 37</i> Запись рекламного объявления	2	2
	<i>Практическое занятие № 48</i> Добавление дополнительных звуковых эффектов	2	2
	<i>Практическое занятие № 39</i> Микширование аудио материалов	2	2
	<i>Практическое занятие № 40</i> Составление брифа на радиорекламы конкретного товара или услуги	4	2
	<i>Практическое занятие №41</i> Создание сюжета и текста радиорекламы	4	2
<i>Практическое занятие № 42</i> Создание рекламного аудиоролика	4	2	
Тема 1.11	Содержание учебного материала	12	

Видео-реклама	1.	Средства видео-рекламы и их технические характеристики	2	1
	2.	Организация экранного пространства	2	1
	3.	Технологические этапы производства видеоролика	2	1
	4.	Особенности подготовки создания видео-рекламы	2	1
	5.	Технологии видеосъемки. Технологии видеомонтажа	2	1
	6.	Роль звука в аудиовизуальном произведении. Психологические приемы видео-рекламы	2	1
	Практические занятия:		16	
	<i>Практическое занятие № 43 Составление брифа на создание рекламного видеоролика конкретного товара или услуги</i>		4	2
	<i>Практическое занятие № 44 Разработка сценария рекламного видеоролика для социальной сети</i>		4	2
	<i>Практическое занятие № 45 Разработка концепции рекламной заставки и слогана</i>		2	2
<i>Практическое занятие № 46 Составление плана действий по созданию рекламного видеоролика для социальной сети</i>		2	2	
<i>Практическое занятие №47 Создание рекламного видеоролика для социальной сети</i>		4	2	
Тема 1.12 Перспективы использования мультимедийных технологий в рекламе	Содержание учебного материала		6	
	1.	Сущность понятия и классификация мультимедиа. Современные мультимедийные технологии в рекламе	2	1
	2.	Рекламные технологии в Интернете. Виды рекламы в Интернете	2	1
	3.	Создание мультимедийной презентации рекламного проекта	2	1
	Практические занятия:		8	
<i>Практическое занятие № 48 Разработка рекламного контента для интернет ресурсов.</i>		4	2	

	,	4	2
МДК.02.02. Проектная компьютерная графика и мультимедиа		252	
Тема 2.1. Общие сведения о компьютерной графике	Содержание учебного материала	4	
	1. Понятия векторной и растровой графики. Форматы графических файлов, цветовые модели.	2	1
	2. Примеры применения цифровой графики. Правила взаимодействия цифрового и печатного пространства.	2	1
Тема 2.2. Основные функции и возможности Adobe Illustrator	Содержание учебного материала	12	
	1. Окно программы, палитры, рабочее пространство. Принципы работы в программе иллюстратор	2	1
	2. Создание, Перемещение, Трансформации и выравнивание объектов	2	1
	3. Создание и типы текстовых объектов.	2	1
	4. Понятие «кривых». Текст по кривой	2	1
	5. Форматы листовок и флаеров	2	1
	6. Импорт изображений. Обтравочная маска	2	1
	Практические занятия:	14	
	<i>Практическое занятие № 1 Работа с графическими примитивами</i>	2	2
	<i>Практическое занятие № 2 Шрифтовые композиции</i>	2	2
	<i>Практическое занятие № 3 Создание и редактирование кривых.</i>	2	2
	<i>Практическое занятие № 4 Применение инструментов для создания новых форм (Шейпбилдер, деформации и т.п.)</i>	4	2
	<i>Практическое занятие № 5 Создание комплекта: афиша, флаер, билет</i>	4	2

Тема 2.3. Основные функции и возможности Adobe Photoshop	Содержание учебного материала		22	
	1	Окно программы, палитры, рабочее пространство.	2	1
	2.	Организация работы в программе Photoshop.	2	1
	3	Слои и виды слоев, стили слоя	2	
	4.	Обтравочная маска	2	1
	5	Основы фотокоррекции	4	1
	6	Основы ретуширования (штамп, лечащая кисть, заплатка)	4	1
	7	Принципы работы с масками слоя.	2	1
	8	Основные фильтры	2	
	9	Принципы рисования в растровой графике	2	1
	Практические занятия:		10	
	<i>Практическое занятие № 6 Восстановление фотографии</i>		2	2
	<i>Практическое занятие № 7 Создание коллажа</i>		2	2
<i>Практическое занятие № 8 Создание обложки журнала</i>		2	2	
<i>Практическое занятие №9 Разработка стиля для странички в социальных сетях (ретушь фотографий и графическое оформление)</i>		4	2	
Тема 2.4. Возможности графических программ для разработки элементов фирменного стиля	Содержание учебного материала		12	
	1.	Элементы фирменного стиля	2	1
	2.	Технические требования к печатной и цифровой продукции. Варианты рекламных носителей и типы печати.	2	1

3.	Монтажные области в графических редакторах	2	1
4.	Применение модульной сетки в дизайне	2	1
5.	Абстрактные и геометрические формы (Photoshop, Illustrator)	2	1
6.	Приемы создания фоновое изображения (Photoshop)	2	1
Практические занятия:		22	
<i>Практическое занятие № 10 Шрифтовые пары</i>		2	2
<i>Практическое занятие № 11 Создание логотипа</i>		2	2
<i>Практическое занятие № 12 Разработка серии визиток для сотрудников организации</i>		2	2
<i>Практическое занятие № 13 Создание макетов интернет-баннера и рекламной листовки для одной рекламной компании</i>		4	2
<i>Практическое занятие № 14 Создание макета прессволла (отработка создания узоров)</i>		2	2
<i>Практическое занятие № 15 Евробуклет</i>		4	2
<i>Практическое занятие № 16 Оформление интернет-статьи и рекламного баннера-ссылки на статью</i>		2	2
<i>Практическое занятие № 17 Создание и приемы инфографики</i>		2	2
<i>Практическое занятие № 18 Оформление детского и взрослого меню точки общепита</i>		2	2

Тема 2.5. Возможности программ для совместного исполь- зования	Содержание учебного материала		12	
	1.	Трассировка автоматическая (Illustrator)	2	1
	2.	Трассировка ручная (Illustrator)	2	1
	3.	Растровые объекты в векторной программе (Illustrator)	2	1
	4.	Растровые эффекты в векторной программе	2	1
	5.	Векторная графика в растровом редакторе (Photoshop)	2	1
	6.	Смарт-объект. Мокап	2	1
	Практические занятия:		6	
	Практическое занятие № 19 Отработка приемов перевода изображения из растрового в векторное		4	2
Практическое занятие № 20 Оформление сувенирной продукции с использованием файлов мокап.		2	2	
Тема 2.6. Дополнительные воз- можности программ	Содержание учебного материала		6	
	1.	Сложный коллаж (Photoshop)	2	1
	2.	Изометрия и 3D	2	1
	3.	Стили слоя (имитации)	2	1
	Практические занятия:		8	
	Практическое занятие № 21 Создание сложного коллажа (слои, цветокоррекция, фильтры)		4	2
Практическое занятие № 22 Создание изометрического изображения комнаты		4	2	
Тема 2.7.	Содержание учебного материала		4	

Возможности Web-инструмента по созданию интерфейсов Figma	1.	Figma. Web-инструмент по созданию интерфейсов.	2	1
	2	Подготовка проектов в Figma	2	1
	Практические занятия:		20	
	<i>Практическое занятие № 23 Обзор Figma. Интерфейс, основные возможности. Настройка рабочей области</i>		2	2
	<i>Практическое занятие № 24 Создание проекта. Создание простых компонентов. Использование заливки объектов</i>		2	2
	<i>Практическое занятие № 25 Создание сложных компонентов. Цветокоррекция</i>		2	2
	<i>Практическое занятие № 26 Рисование пером</i>		2	2
	<i>Практическое занятие № 27 Иконки в Figma</i>		2	2
	<i>Практическое занятие № 28 Создание сетки</i>		2	2
	<i>Практическое занятие № 29 Типографика в Figma. Создание стилей текста. Создание цветовой гаммы сайта</i>		2	2
	<i>Практическое занятие № 30 Создание кнопок. Создание полей для ввода</i>		2	2
	<i>Практическое занятие № 31 Создание выпадающих списков</i>		2	2
	<i>Практическое занятие № 32 Создание строки поиска. Создание меню</i>		2	2
Тема 2.8. Графический редактор Adobe Flash, его возможности	Содержание учебного материала		18	
	1.	Графический редактор AdobeFlash, его форматы изображений и роликов, применение редактора в создании рекламного продукта.	2	1
	2.	Интерфейс программы AdobeFlash, основные команды и панели.	2	1
	3.	Установки проекта ролика. Ключевые и пустые кадры	2	1
	4.	Покадровая анимация. Анимация движения простая, анимация движения по траектории. Изменение размеров в движении. Анимация формы.	2	1

5.	Сложная анимация-синтез покадровой, в движении и формы.	2	1
6.	Управление роликом. Создание интерактивного диалога между роликом и пользователем. Создание интерактивных кнопок. Знание и использование языка ActionScript.	2	1
7.	Создание меню-просмотра изображений в редакторе AdobeFlash.	2	1
8.	Построение анимации. Работа со слоями. Прорисовка рекламных объектов, героев.	2	1
9.	Эффекты анимации.	2	1
Практические занятия:		34	
<i>Практическое занятие № 33 Создание геометрических примитивов в графическом редакторе Adobe Flash</i>		2	2
<i>Практическое занятие № 34 Создание сложных объектов в графическом редакторе Adobe Flash</i>		2	2
<i>Практическое занятие № 35 Создание покадровой анимации в графическом редакторе Adobe Flash.</i>		2	2
<i>Практическое занятие № 36 Создание анимации в движении в графическом редакторе Adobe Flash</i>		2	2
<i>Практическое занятие № 37 Создание анимации формы в графическом редакторе Adobe Flash.</i>		2	2
<i>Практическое занятие № 38 Создание интерактивных кнопок управления</i>		2	2
<i>Практическое занятие № 39 Создание интерактивного диалога между пользователем и изображением</i>		2	2
<i>Практическое занятие № 40 Создание структуры рекламного анимационного ролика в графическом редакторе Adobe Flash</i>		2	2
<i>Практическое занятие №41Создание покадровой анимации (5 кадров) в графическом редакторе Adobe Photoshop</i>		2	2
<i>Практическое занятие № 42 Создание покадровой анимации (5 кадров) в графическом редакторе Adobe Photoshop</i>		2	2
<i>Практическое занятие № 43 Создание покадровой анимации (20 кадров) в графическом редакторе Adobe Photoshop</i>		2	2

	<i>Практическое занятие № 44</i> Создание анимированной открытки в графическом редакторе Adobe Photoshop	2	2
	<i>Практическое занятие № 45</i> Создание анимированной открытки из авторского рисунка в графическом редакторе Adobe Photoshop	2	2
	<i>Практическое занятие № 46</i> Прорисовка мультипликационного видео из авторского рисунка в графическом редакторе Adobe Photoshop	2	2
	<i>Практическое занятие № 47</i> Создание мультипликационного видео из авторского рисунка в графическом редакторе Adobe Photoshop	2	2
	<i>Практическое занятие № 48</i> Авторская инфографика «горячих клавиш» в графическом редакторе Adobe Photoshop	2	2
	<i>Практическое занятие № 49</i> Создание «защищённых» документов по средствам векторной графики.	2	2
Тема 2.9. Интернет-реклама	Содержание учебного материала	8	
	1. Форматы интернет – рекламы. Качество и размер интернет- рекламы	2	1
	2. Размещение на сайте интернет – рекламы. Создание рекламной Web-страницы.	2	1
	3. Создание анимированных интернет-заставок. Создание анимированных изображений, фотографий	2	1
	4. Создание бегущих строк в качестве рекламы	2	1
	Практические занятия:	40	
	<i>Практическое занятие №50</i> Создание рекламных аватаров (анимированных изображений для интернета) в графическом редакторе Adobe Photoshop технологии фотограмметрии — создание 3D-модели по фото.	6	2
	<i>Практическое занятие № 51</i> Создание рекламных аватаров (анимированных изображений для интернета) в графическом редакторе Adobe Photoshop технологии захвата движения, которые позволяют записать движения и мимику и перенос на 3D-модели цифрового аватара	6	2
<i>Практическое занятие № 52</i> Создание рекламных аватаров (анимированных изображений для интернета) в графическом редакторе Adobe Photoshop Unreal Engine	6	2	

	<i>Практическое занятие № 53</i> Создание структуры интернет – заставки в редакторе Adobe Flash.		6	2
	<i>Практическое занятие № 54</i> Создание структуры бегущей строки в редакторе Adobe Flash		6	2
	<i>Практическое занятие № 55</i> Создание структуры сайта (web- страница)		4	2
	<i>Практическое занятие № 56</i> Создание 3D логотипа для рекламной компании в графическом редакторе Adobe Photoshop		6	2
МДК.02.03. Техника и технологии рекламной фотографии			160	
Тема 3.1.	Содержание учебного материала		6	
Техники фотографии. Цвет, свет, освещение	1.	Этапы появления фотографии. Фотография для рекламного продукта	2	1
	2.	Новые идеи. Художественный подход. Рождение цвета.	2	1
	3.	Постановка кадра, подбор фон	2	1
Тема 3.2.	Содержание учебного материала		6	
Профессиональное оборудование для фотосъемки рекламного продукта	1.	Профессиональные фотокамеры, классификация фотокамер, их характеристики, область применения.	2	1
	2.	Вспышки, аксессуары к фотокамере (штативы, моноподы, Flash-карты, аккумуляторы, светофильтры, UV-фильтры, бленды).	2	1
	3.	Объективы, классификация объективов, область применения. Эксплуатация фотооборудования.	2	1
	<i>Практические занятия:</i>		8	
	<i>Практическое занятие № 1</i> Проведение фотосъемки пейзажа		4	2
	<i>Практическое занятие № 2</i> Проведение фотосъемки интерьера		4	2
Тема 3.3.	Содержание учебного материала		10	
Фотосъемка предметов	1.	Режимы творческой и базовой зоны	2	1

	2.	Фотосъемка в режиме приоритета выдержки, приоритета диафрагмы, в ручном режиме предметов	2	1
	3.	Использование стационарной вспышки, независимой вспышки и фотосъемка без вспышки.	2	1
	4	Фотосъемка предметов, объектов в студии: натюрморт, интерьер, рекламный продукт	2	1
	5	Натурная фотосъемка: пейзаж, архитектура	2	1
	Практические занятия:		18	
	<i>Практическое занятие №3 Проведение фотосъемки натюрморта с использованием цветных фильтров</i>		6	2
	<i>Практическое занятие № 4 Проведение фотосъемки архитектуры</i>		6	2
	<i>Практическое занятие №5 Проведение фотосъемки в студии</i>		6	2
Тема 3.4. Фотосъемка людей	Содержание учебного материала		4	
	1.	Режимы творческой и базовой зоны. Использование стационарной вспышки, независимой вспышки и фотосъемка без вспышки.	2	1
	2.	Постановочная фотография. Репортажная фотография. Рекламная фотография на продажу.	2	1
	Практические занятия:		22	
	<i>Практическое занятие №6 Проведение фотосъемки женщин и мужчин</i>		4	2
	<i>Практическое занятие № 7 Проведение фотосъемки детей</i>		6	2
	<i>Практическое занятие №8 Проведение постановочной фотосъемки</i>		6	2
<i>Практическое занятие №9 Проведение фотосъемки рекламного продукта</i>		6	2	
Тема 3.5. Обработка фотографии в графическом редакторе	Содержание учебного материала		12	
	1.	Применение редактора AdobePhotoshop.в создании рекламного продукта. Форматы изображений. Создание рабочего стола.	2	1
	2.	Форматы фотографий, их качество, область применения. Экспозиция, цветовой баланс изображения.	2	1

Adobe Photoshop	3	Изменение размера фотографии без потери качества.	2	1
	4	Основные приемы редактирования фотографий, наложения текста, эффектов, фильтров	2	1
	5	Замена фона, изменение цветовых настроек.	2	1
	6	Изменения качества фотографии	2	1
	Практические занятия:		26	
	<i>Практическое занятие №10 Изменение на изображении (фото) цветового баланса; яркости (работа в программе Adobe Photoshop)</i>		4	2
	<i>Практическое занятие № 11 На открытых в программе картинках (фото) перемещение слоев, перемещение изображений</i>		4	2
	<i>Практическое занятие №12 Клонирование образца.</i>		6	2
	<i>Практическое занятие №13 Объединение двух и более изображений для создания сюрреалистических изображений</i>		6	2
	<i>Практическое занятие №14 Изменение цвета на предложенных изображениях (переход в черно- белую гамму)</i>		6	2
Тема 3.6. Рекламное портфолио	Содержание учебного материала		6	
	1.	Дополнительные возможности фоторедактора Adobe Photoshop (создание своих инструментов, фонов и т.д.)	2	1
	2.	Графические редакторы: Lightroom	2	1
	3	Выбор фильтров. Пресеты	2	1
	Практические занятия:		42	
	<i>Практическое занятие №15 Обработка фотографий под рекламную продукцию: рекламный плакат. обложка журнала</i>		6	2
	<i>Практическое занятие № 16 Создание пресетов</i>		6	2
	<i>Практическое занятие №17 Замена фона на предложенных изображениях.</i>		4	2

	<i>Практическое занятие №18</i> Обработка фотографии под рекламный баннер	4	2	
	<i>Практическое занятие №19</i> Написание технического задания на фотосъемку рекламного продукта	6	2	
	<i>Практическое занятие №20</i> Восстановление «старой» (выцветшей) фотографии (в любом фоторедакторе)	6	2	
	<i>Практическое занятие №21</i> Подготовка рекламного проекта для наружной рекламы (баннер)	4	2	
	<i>Практическое занятие №22</i> Создание визитки/ листовки/рекламного купона	6	2	
МДК.02.04. Техника и технологии рекламного видео		108		
Тема 4. 1. Видеокамеры и их классификация. Аксессуары к видеокамере	Содержание учебного материала	10	1	
	1.	Видеооборудование, классификация видеокамер. Область применения видеокамер, профессиональные видеокамеры.	2	1
	2.	Уход за видеооборудованием, его хранение.	2	1
	3.	Объективы к видеокамерам. Область применения объективов к видеокамерам	2	1
	4.	Штативы, ST-Dcam, их область применения	2	1
	5	Аккумуляторы, видеосумки, средства ухода за видеоаппаратурой, диски, кассеты, flash-карты.	2	1
Тема 4.2. Постановка цели и задачи видеоролика	Содержание учебного материала	8		
	1.	Построение сценарной заявки – рабочей версии видеоролика.	2	1
	2	Сюжет, тема, цели, проблемы. Жанры видеоролика.	2	
	3	Необходимое оборудование. Актеры, место видеосъемки	2	1
	4.	Видео- редакторы, в котором будет произведен монтаж	2	1
	<i>Практические занятия:</i>		6	

	<i>Практическое занятие № 1 Разработка контент- плана рекламного ролика: постановка цели, стратегия</i>		6	2
Тема 4.3. Построение сценария ролика	Содержание учебного материала		6	
	1.	Разработка идеи сценария: действий, сюжетов, эпизодов, актов.	2	1
	2.	Создание образов героев, их внешности, черт характера, достоинств, недостатков, индивидуальности.	2	1
	3.	Написание сценария ролика. Описание планов видеосъемки по готовому сценарию	2	1
	Практические занятия:		12	
	<i>Практическое занятие № 2 Написать сценарий рекламного ролика на 5 минут</i>		6	2
<i>Практическое занятие № 3 Написать сценарий видеосъемки рекламного ролика на 5 минут</i>		6	2	
Тема 4.4. Видеосъемка рекламного ролика	Содержание учебного материала		6	
	1.	Основные приемы видеосъемки	2	1
	2.	Технологии видеосъемки: общего плана	2	1
	3.	Технологии видеосъемки: крупного плана, Диалога героев, героев в движении.	2	1
	Практические занятия:		8	
<i>Практическое занятие № 4 Написать монтажный план видеоролика</i>		8	2	
Тема 4.5. Видеоредакторы, их назначение и возможности	Содержание учебного материала		4	
	1.	Современные видео-редакторы, их возможности и область применения	2	1
	2.	Форматы видео – файлов, их качество	2	1
	Практические занятия:		10	

	<i>Практическое занятие № 5 Монтирование рекламного ролика в видео - редакторе</i>	10	2
Тема 4.6. Монтаж видеоролика	Содержание учебного материала	8	
	1. Интерфейс видео-редактора, основные панели, основные команды	2	1
	2. Импортрование файлов, монтирование ролика в видео – редакторе.	2	1
	3. Основные принципы монтажа, видео -переходы, видео- эффекты, аудио-переходы, аудио- эффекты. Микширование звука. . Формат кадра ролика, изменение его параметров в видео-редакторе. Скорость кадров в ролике. Масштабирование, прозрачность	2	1
	4. Наложение эффектов на кадры. Создание титров в видео-редакторе, визуализация проекта, просмотр, анализ ролика, экспортирование ролика в необходимый формат и качества.	2	1
	<i>Практические занятия:</i>	30	
	<i>Практическое занятие № 6 Корректировка рекламного ролика</i>	10	2
	<i>Практическое занятие № 7 Создание видеоэффектов в рекламном ролике</i>	10	2
	<i>Практическое занятие № 8 Озвучка рекламного ролика</i>	10	2
Самостоятельная работа при изучении ПМ.02		369	
Выполнение заданий в рабочей тетради для внеаудиторной самостоятельной работы		369	3
Курсовое проектирование			
Курсовая работа по МДК 02.02 «Проектная компьютерная графика и мультимедиа» носит практический характер и имеет единую тему «Оформление/переоформление графических и шрифтовых элементов в рекламной продукции», но выполняется студентом по индивидуальному плану		20	2
Учебная практика Виды работ:		108	3

<p>Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы</p> <p>Создавать модели объекта с учетом выбранной технологии.</p> <p>Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.</p>		
<p style="text-align: center;">Производственная практика</p> <p style="text-align: center;">Виды работ:</p> <p>Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы</p> <p>Создавать модели объекта с учетом выбранной технологии.</p> <p>Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.</p>	216	3
Всего	1431	

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Программа профессионального модуля реализуется на базе учебного кабинета проектирования рекламного продукта, лаборатории компьютерной графики и видеомонтажа, фотолаборатории, мини-типографии, видеостудии, фотостудии, багетной мастерской, предусмотренных ФГОС.

Оборудование учебного кабинета: рабочие столы и стулья по количеству обучающихся; комплект учебно-наглядных пособий по профессиональному модулю «Производство рекламной продукции».

Оборудование лаборатории: компьютеры с выходом в интернет, настенный экран, проектор, принтер.

Технические средства обучения: графические интернет-платформы, Adobe Photoshop, Adobe Illustrator.

Реализация программы модуля предполагает обязательные учебную, производственную практики, которые рекомендуется проводить концентрированно.

4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Информационные технологии в маркетинге : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 367 с.— (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9115-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/452841>
2. Селезнев, В. А. Компьютерная графика : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Селезнев, С. А. Дмитроченко. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 218 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08440-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/452411>.
3. Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 514 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10539-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/456737>
4. Трищенко, Д. А. Техника и технологии рекламного видео : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Д. А. Трищенко. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 177 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12575-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/457116> (дата обращения: 02.11.2020).

Дополнительные источники:

1. Боресков, А. В. Компьютерная графика : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. В. Боресков, Е. В. Шикин. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 219 с.
2. Уильямс, Р. Дизайн. Книга для недизайнеров. 4-е изд. Принципы оформления и типографики для начинающих. - СПб: Питер, 2019. - 240с. - ISBN 978-5-4461-1127-5
3. Головкин, С.Б. Дизайн деловых периодических изданий. - М.: ЮНИТИ, 2019. - 424с. - ISBN 978-5-238-01477-7
4. Крейг, Д. Шрифт и дизайн. Современная типографика. - СПб.: Питер, 2018. - 176с. - ISBN 978-5-496-01370-3

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

Результаты (освоенные профессио- нальные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 2.1 Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы	Выбор и использование инструментов, оборудования, основных изобразительных средств и материалов	Текущий контроль в форме: защиты практических занятий
ПК 2.2 Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.	Создание объекта с учетом выбранной технологии;	Текущий контроль в форме: защиты практических занятий
ПК 2.3 Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.	Исполнение оригиналов или отдельных элементов проекта в материале	Текущий контроль в форме: защиты практических занятий
ПК 2.4 Разрабатывать композиционные решения для серии рекламных макетов.	Разработка композиционных решений для серии рекламных макетов.	Текущий контроль в форме: защиты практических занятий
ПК 2.5 Создавать тексты с учетом модели представления рекламного продукта	Создание текстов с учетом модели представления рекламного продукта	Текущий контроль в форме: защиты практических занятий
Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	Демонстрация интереса к будущей профессии	Интерпретация результатов наблюдений за обучающимся в процессе освоения профессиональной программы
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	Выбор и применение методов и способов решения профессиональных задач	Интерпретация результатов наблюдений за обучающимся в процессе освоения профессиональной программы
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Принятие решения в стандартных и нестандартных ситуациях и осознание за него ответственности	Интерпретация результатов наблюдений за обучающимся в процессе освоения профессиональной програм-

		МЫ
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Эффективный поиск и использование информации; использование различных источников информации для эффективного выполнения профессиональных задач	Интерпретация результатов наблюдений за обучающимся в процессе освоения профессиональной программы
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	Использование информационно-коммуникационных технологий	Интерпретация результатов наблюдений за обучающимся в процессе освоения профессиональной программы
ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	Взаимодействие с обучающимися, преподавателями и мастерами в ходе обучения	Интерпретация результатов наблюдений за обучающимся в процессе освоения профессиональной программы
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий	Самоанализ и коррекция результатов собственной работы; ответственность за работу подчиненных	Интерпретация результатов наблюдений за обучающимся в процессе освоения профессиональной программы
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	Организация самостоятельных занятий по повышению личностного и квалификационного уровня	Интерпретация результатов наблюдений за обучающимся в процессе освоения профессиональной программы
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	Анализ инноваций в области продвижения продукта	Интерпретация результатов наблюдений за обучающимся в процессе освоения профессиональной программы
ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.	Освоение основ предпринимательской деятельности	Интерпретация результатов наблюдений за обучающимся в процессе освоения профессиональной программы
ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культу-	Освоение экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовых	Интерпретация результатов наблюдений за обучающимся в процессе освоения профес-

рой, базовыми умениями общения на иностранном языке.	умений общения на иностранном языке.	сиональной программы
--	--------------------------------------	----------------------