

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

**Филиал федерального государственного бюджетного образовательного
учреждения высшего образования
«ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
в г. Артеме
(ФИЛИАЛ ФГБОУ ВО «ВВГУ» В Г. АРТЕМЕ)**

УТВЕРЖДАЮ

Зам. директора филиала
ФГБОУ ВО «ВВГУ» в г. Артеме



В.В. Неслюзов

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

ПМ.02 Производство рекламной продукции

программы подготовки специалистов среднего звена

42.02.01 Реклама

Форма обучения: *очная*

Артем 2022 г.

Рабочая программа профессионального модуля ПМ.02 «Производство рекламной продукции» разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта для специальности среднего профессионального образования 42.02.01 «Реклама»

Разработчик(и): *Пономарева М.М., Малых О.В., преподаватели*

Утверждена на заседании цикловой методической комиссии по профилю дисциплин сервиса, рекламы, права, психологии и социального обеспечения, протокол № 1 от 01.09.2022 г

Председатель ЦМК  Н.В.Прихошко
подпись

СОДЕРЖАНИЕ

- 1 ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 2 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 3 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 4 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

1 ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Место дисциплины в структуре основной образовательной программы

Профессиональный модуль 02, Производство рекламной продукции (далее ПМ. 02) является частью профессионального учебного цикла основной образовательной программы (далее ООП) в соответствии с ФГОС СПО по специальности/профессии

42.02.01 Реклама в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД) Производство рекламной продукции.

Рабочая программа профессионального модуля может быть использована в программах дополнительного профессионального образования: повышения квалификации и переподготовки и профессиональной подготовки по профилю специальности и при освоении профессии рабочего в рамках специальности СПО: 20032 Агент рекламный.

1.2 Цель и планируемые результаты освоения дисциплины

По итогам освоения дисциплины, обучающиеся должны продемонстрировать результаты обучения, соотнесённые с результатами освоения ООП СПО, приведенные в таблице.

Код компетенции	Умения	Знания
ОК 1 - 11 ПК 2.1 - 2.3	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;	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.

Вариативная часть направлена на углубленное изучение обязательной части профессионального модуля

Код	Наименование результата обучения
ПК 2.1.	Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.
ПК 2.2.	Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.
ПК 2.3.	Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.

ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые Методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3.	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК 4.	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5.	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 6.	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7.	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
ОК 8.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9.	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.
ОК 10.	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.
ОК 11.	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.

2 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1 Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Объем образовательной программы учебной дисциплины	874
в том числе:	
– лекционные занятия	163
– практические занятия <i>(если предусмотрено)</i>	202
– лабораторные занятия <i>(если предусмотрено)</i>	174
– курсовая работа (проект) <i>(если предусмотрено)</i>	30
– самостоятельная работа	305
– консультации	
– промежуточная аттестация – <i>(форма промежуточной аттестации)</i>	Экзамен, дифференцированный зачет

3.1. Тематический план профессионального модуля

Коды профессиональных компетенций	Наименование разделов профессионального модуля ¹	Всего часов (максимальная учебная нагрузка и практики)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)				Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося		Самостоятельная работа обучающегося		Учебная практика	Производственная, (часов) если предусмотрена рассредоточенная практика
			Всего часов	В т. ч. лабораторные работы и практические занятия, (часов)	Всего часов	В т. ч. курсовая работа (проект), (часов)		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3,	МДК 02.01 Выполнение рекламных проектов в материале	125	86	38	40	30	-	-
ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3,	МДК 02.02 Проектная компьютерная графика и мультимедиа	222	140	104	82	-	-	-
ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3,	МДК 02.03 Техника и технология рекламной фотографии	176	108	100	68	-	-	-
ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3,	МДК 02.04 Техника и технология рекламного видео	175	108	70	67	-	-	-
ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3,	МДК 02.05 Мультимедийные технологии	96	64	32	32	-	-	-
	МДК 02.06 Обработка текстовой информации	80	64	32	16			
ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3,	Учебная практика	72					72	-
ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3,	Производственная (по профилю специальности) часов	144						144
	ВСЕГО:	1090	569	376	305	30	72	144

¹ Раздел профессионального модуля - часть примерной программы профессионального модуля, которая характеризуется логической завершенностью и направлена на освоение одной или нескольких профессиональных компетенций. Раздел профессионального модуля может состоять из междисциплинарного курса или его части и соответствующих частей учебной и производственной практик. Наименование раздела профессионального модуля должно начинаться с отглагольного существительного и отражать совокупность осваиваемых компетенций, умений и знаний.

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем в часах	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4
МДК.02.01 Выполнение рекламных проектов в материале		125	
Тема 1.1 Технические и программные средства для создания печатного рекламного продукта.	Содержание учебного материала Практическое занятие № 1. Выбор технических средств для выполнения макета с учетом аспектов психологического воздействия рекламы. № 2. Подготовка макета в компьютерной программе верстки. № 3. Пробная печать и исправление недочетов. № 4. Цифровая печать и тиражирование макета. № 5. Постпечатная обработка полиграфической продукции с учетом требований заказчика.		
	Самостоятельная работа обучающихся Основные изобразительные средства и материалы для разработки печатного рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы. Компьютерные технологии при создании печатного рекламного продукта. Технологии допечатной подготовки макета. Цветоделение. Современные технологии печати. Полиграфическое оборудование. Создать карту движения полиграфической продукции от идеи до продукта.		
Тема 1.3. Разработка и изготовление видеорекламы.	Содержание учебного материала Практическое занятие № 11. Выбор изобразительных средств видеорекламы с учетом аспектов психологического воздействия		ПК.2.3

	<p>рекламы.</p> <p>№ 12. Разработка и составление сценария рекламного видеоролика.</p> <p>№ 13. Подбор актеров и выполнение видеосъемки.</p> <p>№ 14. Монтаж отснятого материала.</p> <p>№ 15. Озвучка и окончательный монтаж видеоролика</p> <p>Самостоятельная работа обучающихся</p> <p>Изобразительные средства видеорекламы.</p> <p>Техника и технические средства изготовления видеорекламы. Технология съемки рекламного видеоролика.</p> <p>Технологии монтажа рекламного видеоролика в компьютерной программе. Озвучка и окончательный монтаж видеоролика.</p> <p>Создание рекламного видеоролика образовательного учреждения</p>		
<p>Тема 1.4. Технологии создания Интернет-рекламы.</p>	<p>Практическое занятие</p> <p>№ 16. Выбор художественно-изобразительных средств Интернет-рекламы с учетом аспектов психологического воздействия рекламы.</p> <p>№ 17. Разработка сценария рекламного продукта.</p> <p>№ 18. Создание макета Интернет-рекламы в программе компьютерной графики.</p> <p>№ 19. Добавление видео и звука в проект.</p> <p>№ 20. Внедрение Интернет-рекламы</p>	12	ПК.2.3
	<p>Самостоятельная работа обучающихся</p> <p>Работать с Интернет-ресурсами: найти информацию по теме «Интернет-реклама». Аппаратное и программное обеспечение для подготовки Интернет-рекламы.</p> <p>Художественно-изобразительные средства рекламы в интернете.</p> <p>Разработать макеты баннеров для различных видов интернет-рекламы</p> <p>Технологии создания Интернет-рекламы.</p> <p>Мультимедийные технологии в интернете.</p> <p>Web-технологии для внедрения рекламного продукта в Интернете.</p>		
	<p>Курсовой проект</p>	30	ПК.2.3
	<p>Содержание учебного материала</p> <p>Примерные темы:</p> <p>Разработка рекламного Web- сайта спортивного</p>		

	<p>клуба, содержащий анимационный ролик, видеоролик и рекламную печатную продукцию.</p> <p>Разработка рекламного Web- сайта ледового дворца, содержащий анимационный ролик, видеоролик и рекламную печатную продукцию.</p> <p>Разработка рекламного Web- сайта гостиницы, содержащий анимационный ролик, видеоролик и рекламную печатную продукцию.</p> <p>Разработка рекламного Web- сайта ресторана, содержащий анимационный ролик, видеоролик и рекламную печатную продукцию.</p> <p>Разработка рекламного Web- сайта кинотеатра, содержащий анимационный ролик, видеоролик и рекламную печатную продукцию.</p> <p>Разработка рекламного Web- сайта рекламного агентства, содержащий анимационный ролик, видеоролик и рекламную печатную продукцию.</p> <p>Разработка рекламного Web- сайта учебного заведения, содержащий анимационный ролик, видеоролик и рекламную печатную продукцию.</p> <p>Разработка рекламного Web- сайта туристического агентства, содержащий анимационный ролик, видеоролик и рекламную печатную продукцию.</p> <p>Разработка рекламного Web- сайта базы отдыха, содержащий анимационный ролик, видеоролик и рекламную печатную продукцию.</p> <p>Разработка рекламного Web- сайта центра красоты, содержащий анимационный ролик, видеоролик и рекламную печатную продукцию.</p>		
--	---	--	--

	<p>Разработка рекламного Web- сайта медицинского центра, содержащий анимационный ролик, видеоролик и рекламную печатную продукцию.</p> <p>Разработка рекламного Web- сайта детского клуба, содержащий анимационный ролик, видеоролик и рекламную печатную продукцию.</p> <p>Разработка рекламного Web- сайта театра, содержащий анимационный ролик, видеоролик и рекламную печатную продукцию.</p> <p>Разработка рекламного Web- сайта центра развлечений, содержащий анимационный ролик, видеоролик и рекламную печатную продукцию. Защита курсового проекта</p>		
Раздел 1. Основа компьютерной графики		6	
Тема 1.1. Растровая и векторная графика	Содержание учебного материала		
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Определение растровой и векторной графики. Их особенности и отличия. Раскрытие понятия «разрешения растра». 2. Область применения каждого вида графики в профессиональной деятельности 	2	ОК 9
Тема 1.2. Цветовой профиль	Содержание учебного материала		
Тема 1.3. Форматы файлов	1. Виды форматов файлов (svg, gif, raw, jpeg, tif, pdf и т.д), детальное рассмотрение каждого. Область применения каждого из форматов	2	ОК4,
Раздел 2. Программное обеспечение для создания рекламного продукта	134		
Тема 2.1. Программное обеспечение для создания 2D графики (векторной)	Содержание учебного материала		
	<ol style="list-style-type: none"> 1. 2D графика. Область применения. Программы для создания 2D графики (Adobe Illustrator, CorelDraw, Figma). 2. Пиксель-арт 3. Инфографика. Способы ее построения. Способы построения элементов в Illustrator 4. Правила создания презентаций. Сервисы для создания презентаций 	8	ОК5, ПК 2.2

	<p>Практические занятия</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Знакомство с Adobe Illustrator. Интерфейс, базовые функции. 2. Инструмент «Создание фигур». Область применения 3. Инструмент «Сетка перспективы». Создание композиций с его использованием. 4. 3d-эффекты в Adobe Illustrator. 5. Работа с масками. Создание обтравочной маски 6. Инструмент «Текст». Создание текстового фрейма, тест по пути. 7. Режимы смешения слоев при наложении. 8. Создание кистей 9. Инструмент «Умная заливка» 	18	OK5, ПК 2.2
	<p>Лабораторные работы</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Создание шрифтового двумерного многослойного (многопланового) плаката с применением инструмента «Создание фигур» 2. Создание композиции на основе двух цветов и с применением инструмента «Сетка перспективы» 3. Создание объемной композиции с использованием трех цветов и применением 3d-эффектов. 4. Создание сюжетной композиции с использованием маски. 5. Итоговый плакат на заданную тему с использованием двух цветов и инструментов на выбор. 	10	OK5, ПК 2.2
Тема 2.2. Программное обеспечение для верстки многостраничных изданий	<p>Содержание учебного материала</p>		
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Верстка многостраничных изданий. История возникновения. Программы для верстки (Adobe InDesign). 2. Основы верстки 3. Брошюра / листовка как носитель рекламы. 4. Сохранение файла и его подготовка для печати 	8	OK5, ПК 2.2
	<p>Практические занятия</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Знакомство с Adobe InDesign. Интерфейс. Основные функции 2. Работа с текстом. Создание текстовых фреймов, перетекание текста. 3. Работа с изображениями. Основные функции. 4. Создание стилей для текста 5. Работа с шаблонами 6. Подготовка для экспорта презентации в электронном виде с рабочими и внутренними ссылками 	12	OK5, ПК 2.2

	Лабораторные работы <ol style="list-style-type: none"> 1. Верстка печатного разворота с использованием текста и изображений. 2. Верстка двух печатных разворотов с использованием текста, фото и применением трех стилей к тексту. 3. Создание печатной брошюры с использованием шаблонов и нумерации страниц 4. Создание итоговой брошюры на заданную тему. Подготовка файла к печати. 	8	ОК5, ПК 2.2
Тема 2.3. Программное обеспечение для создания анимации	Содержание учебного материала <ol style="list-style-type: none"> 1. 2D анимация. История возникновения, область применения. Программы для создания 2D анимации (Adobe After Effects, Spine). 2. Видео-презентации. Создание презентаций в After Effects. 3. Роль анимации в айдентике 	6	ПК 2.2, ОК 4, ОК 9
	Практические занятия <ol style="list-style-type: none"> 1. Знакомство Adobe After Effects. Интерфейс, основные функции. 2. Анимация простых геометрических форм по заданной траектории 3. Инструмент «Маска». Работа с инструментом, основные возможности. 4. Работа в АЕ с использованием файла Adobe Illustrator 5. Камера. Настройка, анимация 6. Кинетическая типографика. Анимация шрифта 7. Работа с 3D-слоями 8. Использование графики в видео. 9. Создание стоп-моушн анимации 	18	ПК 2.2, ОК 4, ОК 13
	Лабораторные работы <ol style="list-style-type: none"> 1. Создание анимационного ролика из двух цветов, с использованием простых форм. 2. Создание ролика с использованием шрифтовых и геометрических композиций. (2 цвета) 3. Создание анимированного плаката (2 цвета) 4. Создание анимационного ролика с использованием простых геометрических форм, маски и включением камеры. 5. Итоговый анимационный ролик на заданную тему 	10	ПК 2.2, ОК 4, ОК 9
Тема 2.4. Сервисы для создания сайтов	Содержание учебного материала		

	<ol style="list-style-type: none"> 1. Сайты. Конструкторы для создания сайтов (Tilda, Readymag, Wix). 2. Модульная сетка на сайте. Управление вниманием пользователя с ее помощью. Микроанимация на сайте. 3. Управление вниманием пользователя с помощью микроанимации 4. Прототипирование. ПО для создания прототипов (Figma, Adobe XD) 	8	ПК 2.1, ПК 2.2, ОК 4, ОК 9
	<p>Практические занятия</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Начало работы в Readymag. Общие понятия, интерфейс 2. Создание сайта с одним экраном (с использованием 2 цветов и простых геометрических форм на Readymag) 3. Создание анимации на сайте 4. Разработка версии сайта, адаптированной под мобильные устройства 5. Создание сайта на основе коллажной сетки (Figma) 6. Создание сайта на основе колонной сетки с фиксированными элементами (Figma) 7. Создание прототипа сайта/мобильного приложения в Figma 8. Figma как инструмент по созданию презентаций 9. Ролевое проектирование по созданию прототипа сайта в Figma (4ч) 	20	ПК 2.1, ПК 2.2, ОК 4, ОК 9
	<p>Лабораторные работы</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Создание одностраничного сайта с использованием простых геометрических форм. 2. Создание сайта с двумя экранами и использованием выбранной сетки 3. Создание сайта с двумя экранами и включением анимации и микроанимации 4. Создание итогового сайта с 3 экранами, с использованием сетки и включением анимации. 	8	ПК 2.1, ПК 2.2, ОК 4, ОК 9
	Промежуточная аттестация (дифференцированный зачет)		
Всего:		140	
Раздел 3. Техника и технология рекламной фотографии			
МДК 02.03 Техника и технология рекламной фотографии	<p>Самостоятельная работа обучающихся</p> <p>Основные изобразительные средства и материалы для разработки печатного рекламного продукта с учетом аспектов психологического</p>	10	

	<p>воздействия рекламы.</p> <p>Компьютерные технологии при создании печатного рекламного продукта.</p> <p>Технологии допечатной подготовки макета. Цветоделение.</p> <p>Современные технологии печати. Полиграфическое оборудование.</p> <p>Создать карту движения полиграфической продукции от идеи до продукта.</p>		
<p>Тема 3.1. Техника и технические средства фотосъемки в рекламе</p>	<p>Содержание учебного материала</p> <p>История возникновения фотографического изображения. История эволюции фотоаппарата. Гелиография. Изобретение Дагера. Развитие фотографии в Росси. Развитие фотографии в зарубежных странах.</p> <p>Техника аналоговой фотографии. Российские фотоаппараты. Зарубежные камеры. Основные части фотоаппарата.</p> <p>Классификация фотоаппаратов по видоискателю.</p> <p>Шкальные фотоаппараты. Дальномерные фотоаппараты.</p> <p>Зеркальные камеры. Объектив и его характеристики.</p> <p>Классификация объективов.</p> <p>Основные параметры фотографии. Затвор. Виды затворов. Глубина резко изображаемого пространства.</p> <p>Взаимозаменяемость выдержки и диафрагмы.</p> <p>Аксессуары для аналоговой фотоаппаратуры.</p> <p>Светочувствительные материалы и их обработка. Негативный процесс.</p> <p>Классификация фотопленок. Позитивные материалы.</p> <p>Фотохимикаты для проявляющих и фиксирующих растворов. Организация аналоговой фотолаборатории.</p> <p>Оборудование. Свет и освещение, основные правила.</p> <p>Жесткий и мягкий свет. Светочувствительность и шумы.</p> <p>Применение светофильтров и оптических насадок.</p>	8	
	<p>Лабораторные № 1-21</p> <p>№ 1. Практические возможности фотографии.</p> <p>№ 2. Основные части фотоаппарата</p> <p>№ 3. Объектив и его характеристики.</p> <p>№ 4. Основные параметры фотографии.</p> <p>№ 5. Взаимозаменяемость выдержки и диафрагмы. Упражнения.</p> <p>№ 6. Аксессуары для аналоговой фотоаппаратуры.</p>	100	

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работ (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения
	№ 7. Организация аналоговой фотолаборатории. № 8. Работа с фотоаппаратом «Canon». № 9 . Основные настройки фотоаппарата. № 10. Упражнения в фотосъемке. № 11. Работа с режимом световой температуры. № 12. Работа в различных режимах баланса белого. № 13. Работа с режимом чувствительности. № 14. Фотосъемка в различных ISO. Выявление шума. № 15. Съемка рекламного натюрморта при естественном освещении. № 16. Съемка рекламного натюрморта при искусственном освещении. № 17. Фотоэкспонетрия. № 18. Об основах композиции в рекламной фотографии. № 19. Разработка творческой концепции рекламного фото. № 20. Организация рекламной фотосъемки. № 21. Рекламная фотосъемка портрета.		
	Самостоятельная работа обучающихся Подготовить рефераты, доклады. Подготовить фотооборудование к работе. Выполнить фотосъемку портрета. Выполнить фотосъемку натюрморта. Выполнить фотосъемку пейзажа. Лабораторно обработать фотоматериалы. Дополнительная обработка фотографий. Определить дефектов фотографического изображения, основы фоторетуши, архив.	58	
	Всего:	176	
Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем в часах	Коды компетенций , формирование которых способствует элемент программы

МДК.02.04 Техника и технологии рекламного видео		175	
Тема 4.1 Технологии видеосъемки в рекламе	<p>Основы видеорежиссуры. Процессы видеосъемки и видеопроекции. Рекламная история. Жанровые особенности рекламного ролика. Разработка рекламного ролика. Рекламная история. Жанровые особенности рекламного ролика. Направленность. Использование приемов демонстрационно-визуальной символизации. Территория товара.</p> <p>Основные этапы подготовительного (предпостановочного) процесса. Подготовка сценария, эскизов декорации и костюмов. Отбор природы, организация оформления съемочного пространства. Производственные цеха кинопрофессии. Съемочная площадка.</p> <p>Съемочный процесс. Основные методы съемки принятые в фильмопроизводстве. Постановочный репортажный метод съемки. Разнообразие съемочной аппаратуры. Операторская техника и приспособления. Запоминание кадра. "Субъективная" обработка изображения. Значения объекта съемки. Баланс композиции изображения, влияние цвета на восприятие.</p> <p>Видеомонтаж, кадр и монтаж. Понятие "кадр", кадр как единица пространства, времени и действия.</p>	32	ПК 2.2

	<p>Монтаж, монтажная фаза. Основы монтажа в Sony vegas. Монтаж по направлению во времени, по ориентации в пространстве.</p> <p>Виды монтажа, творческие возможности. Художественно-документальный образ. Актер, пространство. Внутренние и внешние действия, предлагаемые обстоятельства, реальные действия.</p> <p>Риторика изображения. Звуковые элементы. Интершум, художественный звук, замена звука, звук за кадром. Работа со звуком в Adobe Audition.</p> <p>Фокусировка внимания, нагнетание напряжения, раздражающие приемы, Заполнение экрана. Иллюзия времени.</p> <p>Видеосъемка в павильоне, в интерьере, на натуре . Невидимый художник (оформление материала). Виды надписи, шрифты. Инструменты и методы их выбора. Монтажно-тонировочный период. Монтажный цех, студия озвучивания. Музыка и музыкальные эффекты, шумы. Звуковые дорожки.</p>		
	<p>Лабораторные работы и Практические работы</p> <p>№1. Подготовка костюмов, реквизита.</p> <p>№ 2. Драматургия рекламного ролика, цели и задачи сюжета.</p> <p>№ 3. Фото- и видеопробы.</p> <p>№ 4. Взаимодействие режиссера, съемочной группы и персонала студии.</p> <p>№ 5. Работа актера в кадре.</p> <p>№ 6. Техника и приемы съемки. Многокамерный способ съемки.</p> <p>№ 7. Панорама, съемка движения и т.д.</p> <p>№ 8. Точка съемки, ракурс, движение камеры, характер движения, ритм.</p> <p>№ 9. Построение и композиция кадра.</p> <p>№ 10. Стилль съемки, размер экрана, крупность планов. Стандартные съемки.</p>	70	ПК 2.2

	<p>№ 11. Значение и поведение объекта, постоянство центров внимания.</p> <p>№ 12. Суть монтажа. Монтажные программы.</p> <p>№ 13. Монтажное оборудование.</p> <p>№ 14. Монтажный переход. Спецэффекты, порядок кадров, длительность эпизода.</p> <p>№ 15. Временной код. Прямой и черновой монтажи.</p> <p>№ 16. Монтажная съёмка изображения в сцене.</p> <p>№ 17. Монтажный ритм в сцене. Этическая сторона монтажа.</p> <p>№ 18. Выбор актёров первого, второго планов.</p> <p>№ 19. Общение в мизансцене.</p> <p>№ 20. Особенности работы перед микрофоном и камерой на съёмочной площадке.</p> <p>№ 21. Крупный план, массовые сцены, грим.</p> <p>№ 22. Иллюзия правды, ясность содержания, функция картинки.</p> <p>№ 23. Рир – и фронтпроекция, хромакей</p> <p>№ 24. Титры, графика, фон для титров.</p> <p>№ 25. Формы графики, спецэффекты.</p> <p>№ 26. Обработка кадра, изображения, пространства.</p> <p>№ 27. Электронные эффекты, временные эффекты.</p> <p>№ 28. Звуковой баланс, типы записей, обработка звука, звуковой образ.</p> <p>№ 29. Фонотека.</p> <p>№ 30. Текст. Интервью.</p>		
	<p>Самостоятельная работа обучающихся</p> <p>Видеосъёмка при различном освещении. На улице в разную погоду. В домашних условиях.</p> <p>Подготовить осветительное оборудование в домашних условиях. Написание сценария по темам.</p> <p>Подготовить костюмов, декораций, выбор подходящего места для съёмок. Съёмка рекламного видеоролика.</p> <p>Обработать видеоролик на ПК.</p> <p>Отработать актёрского мастерства. Проработка навыков. Снять видеоматериал при различных условиях. Сравнение. Обработать видеоролик на К. Добавление переходов, эффектов, титров. Работа</p>	67	ПК 2.2

	СОЗВУКОМ.		
Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>
Раздел 1. Мультимедийные технологии		64	
Тема 1.1. Основные понятия мультимедиа	Содержание учебного материала Понятие «мультимедиа», история развития «мультимедиа». Средства 3. мультимедиа технологии. Области применения	2	ОК 9
Тема 1.2. Средства мультимедийных технологий	Содержание учебного материала 1. Средства презентации мультимедиа продукта 2. сторителлинг как способ рассказать историю 3. Особенности презентации мультимедийного продукта (видеоролики, сайты, интерактив) 4. Кроссмедиа 5. Средства презентации мультимедиа продукта 6. Видео как средство мультимедиа 7. Реклама в интернете	14	ОК 9, ПК 2.2
	Практические занятия 1. Разработать презентацию своего продукта используя сторителлинг. Сверстать многостраничную PDF презентацию	8	ОК 9, ПК 2.2
Тема 1.3. Этапы и	2. Последовательность разработки продукта.	8	ОК4, ПК

технология создания мультимедиа продуктов	3. Как создать историю за «6 кадров». 4. Аниматик 5. ПО и online- сервисы для создания мультимедийного продукта (Adobe After Effects, Adobe Premier Pro, Power Point и т.д)		2.2, ПК 2.3
	Практические занятия 1. Разработать сценарий, создать аниматик, снять рекламное видео на заданную тему	10	ПК 2.2, ПК 2.3
Тема 1.4. Мультимедиа в интернете	1. Особенности Интернет-рекламы 2. Микроанимация на сайте, управление вниманием пользователя с помощью микроанимации 3. Баннерная реклама и баннерные сети 4. Сторителлинг в интернете. Создание целостной рекламной интернет-кампании	8	ОК4, ОК.9, ПК 2.2, ПК 2.3
	Практические занятия 1. В команде разработать видео-интервью, разместить его на сайте 2. Создать несколько анимированных интернет-баннеров.	14	ОК4, ОК.9, ПК 2.2, ПК 2.3
	Промежуточная аттестация (дифференцированный зачет)		
	Всего:	64	
МДК 02.06 Обработка текстовой информации		80	
Тема 2.1. Обработка текстовой информации	Содержание Обзор современных информационных систем и технологий. Назначение и виды информационных технологий. Технологии сбора, накопления, обработки, передачи и распространения информации. Состав, структура, принципы реализации и функционирования информационных технологий. Установка программ, регламенты по обновлению и техническому сопровождению программного обеспечения. Базовые и прикладные информационные технологии; инструментальные средства информационных технологий. Текстовые редакторы. Текстовый процессор MS WORD, его назначение, возможности. Интерфейс MS WORD. Создание рекламных предложений с помощью WORD Оформление страниц. Форматирование разделов, создание колонтитулов, закладки, перекрестные ссылки. Создание таблиц, диаграмм. Внедрение объектов. Изучение программ верстки Мультимедийные технологии обработки и представления информации. Создание презентаций с помощью Microsoft Power Point	32	ПК 2.2

	Практические занятия Создание издательское- полиграфического продукта Правила верстки Репродуцирование изображений Создание WEB-публикации Создание портфолио работ	32	
	Самостоятельная работа Создание портфолио работ в формате Adobe PDF	16	
Консультации			
Промежуточная аттестация		Дифференцированный зачет	

Квалификационный экзамен по ПМ 02.		
<p>Учебная практика (концентрированная)</p> <p>Виды работ</p> <p>По разделу ПМ 2</p> <p>Работа с различными типами фотооборудования</p> <p>Использование информационных технологий для обработки фотографий</p> <p>Изучение компьютерной графической программы Photoshop</p> <p>Съемка студийного и других видов портрета</p> <p>Рекламная фотосъемка</p> <p>Рекламная фотосъемка транспорта</p> <p>Рекламная фотосъемка одежды</p> <p>Съемка фоторепортажа</p> <p>Рекламная фотосъемка парфюмерии</p> <p>Съемка короткометражных фильмов</p> <p>Работа в программе Sony vegas</p> <p>Работа в программе Sound forge</p> <p>Озвучивание мультимедиа</p> <p>Озвучивание художественного фильма</p> <p>Подготовка дублированного перевода</p> <p>Монтаж рекламных видеороликов</p>	72	
<p>Производственная практика (по профилю специальности) (концентрированная)</p> <p>По разделу ПМ.02</p> <p>Виды работ</p> <p>Выбор и использование программных инструментов для разработки рекламных проектов. Выбор соответствующего оборудования для реализации рекламного проекта.</p> <p>Использование художественно-изобразительных средств для реализации творческой концепции рекламы.</p> <p>Выбор соответствующих материалов для реализации рекламного продукта в материале.</p> <p>Построение модели (макета, сценария) объекта с учетом выбранной технологии.</p> <p>подготовки к производству рекламного продукта;</p> <p>- производства рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков;</p>	144	
Всего:	1090	

4 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙДИСЦИПЛИНЫ

Материально-техническое обеспечение для МДК.02.01

Багетная мастерская

Основное оборудование: Мультимедийное оборудование; Стол; Стол специализированный со столешницей большого формата; Стул, Резиновый коврик д/резки паспарту разм.120*80см; Аллюминиевая линейка; Пила торцовочная; Эсцинтриковая шлифовочная машинка; Пистолет для сборки

Материально-техническое обеспечение для МДК.02.02

Лаборатория компьютерной графики и видеомонтажа

Основное оборудование: Графическая станция; Доска настенная меловая магнитная; Кресло офисное; Мультимедийный проектор с экраном; Принтер; Сервер; Стол компьютерный.

Программное обеспечение: 1. Microsoft Windows 7 Professional ((ИП Струлев О.Ю., договор №31908114775 от 43696, лицензия от 43710, бессрочно)). 1. Windows 10 Pro ((ООО "Битроникс", контракт №0320100030814000018-45081 от 41891, лицензия №64099496 от 41900, бессрочно)). 2. Microsoft Office ProPlus 2010 Russian Acadm ((ИП Струлев О.Ю., договор №31908114775 от 43696, лицензия от 43710, бессрочно)). 2. OfficeProfessional Plus 2019 AcademicEdition ((ООО "Битроникс", контракт №0320100030814000018-45081 от 41891, лицензия №64099496 от 41900, бессрочно)). 3. Adobe Creative Cloud ((ООО "Информика", договор №32008982727 от 43937, лицензия №118425564 от 43929, 1 год)). 3. СПС КонсультантЮрист: Версия Проф ((ООО "Акцент", договор №764 от 43752, лицензия №V8953642, действие от 43770 до 44135)). 4. CorelDRAW Graphics Suite 2020 Education License (Windows) ((ООО "Битроникс", договор №31806189146 от 43199, лицензия от 43200, бессрочно)). 5. Adobe Acrobat Reader ((ИП Подвигаило А.А., договор №30-03/2019, счет №30/с от 43563, бессрочно)). 5. V-Ray Educational license for 3ds Max ((ООО "Высшие компьютерные курсы бизнеса", счет №2017-0427-001 от 42852, бессрочно)). 6. Adobe Flash Player ((ИП Подвигаило А.А., договор №30-03/2019, счет №30/с от 43563, бессрочно)). 6. Доступ к Интернет ((ООО "Битроникс", контракт №0320100030814000018-45081 от 41891, лицензия №64099496 от 41900, бессрочно)). 7. 7-Zip 18.01 (x64) ((ИП Подвигаило А.А., договор №30-03/2019, счет №30/с от 43563, бессрочно)). 7. Autodesk 3ds Max 2018 ((ИП Подвигаило А.А., договор №30-03/2019, счет №30/с от 43563, бессрочно)). 8. Autodesk Fusion 360 ((ИП Подвигаило А.А., договор №30-03/2019, счет №30/с от 43563, бессрочно)). 8. Autodesk Maya 2018 ((ИП Подвигаило А.А., договор №30-03/2019, счет №30/с от 43563, бессрочно)). 10. Архиватор 7-Zip ((ИП Подвигаило А.А., договор №30-03/2019, счет №30/с от 43563, бессрочно)). 11. Google Chrome ((ИП Подвигаило А.А., договор №30-03/2019, счет №30/с от 43563, бессрочно)). 12. Mozilla Firefox ((ИП Подвигаило А.А., договор №30-03/2019, счет №30/с от 43563, бессрочно)).

Материально-техническое обеспечение для МДК.02.03

Фотостудия

Основное оборудование: Высокоскоростной импульсный моноблок Godox QT1200ПМ, Высокоскоростной импульсный моноблок Godox QT600ПМ, Вспышка студийная Falcon Eyes Sprinter 200BW, Мобильная система установки фона FST L-2803, Портретная тарелка Falcon Eyes SuperSoft SR-60W white, Светодиодный LED осветитель Godox LED 1000W студийный, Стойка для освещения Manfrotto 1005BAC, Софтбокс Godox SB-FW80120, Софтбокс Godox SB-FW6090, Отражатель на пружине Falcon Eyes, Шторки универсальн.для рефлектора 160-180 мм Falcon Eyes, Набор фонов д/фотостудии Superior Black, Стойка Falcon Eyes L-2900 ST, Стойка для освещения Manfrotto, Стойка для освещения Manfrotto003, Зонт-отражатель Falcon Eyes URK-48TSB1, Держатель GreenBean RHC-021для крепления фона или отражателя, Штатив FALCON EYES GREEN LINE 1550 BH-10, Софтбокс Falcon EyesSBQ-75150 BW, Софтбокс быстроскладной Godox SB-UFW9090, Софтбокс Falcon Eyes FEA-SB 7575BW, Стрипбокс Falcon Eyes SBQ-30120BW, Стрипбокс Falcon Eyes SBQ 30160 BW, Рефлектор Falcon Eyes R-280BW, Конический рефлектор Falcon Eyes тубус DPSA-CST BW, Рефлектор Falcon Eyes-R-150U с держателем зонты, Осветитель Falcon Eyes LHPAT-40-1 с отражателем, Осветитель Falcon Eyes LHPAT-26-1 с отражателем, Вспышка Falcon Eyes MF-32, Фотобокс Godox DF-01 складной, Софтбокс 45x45 для студийных вспышек Falcon Eyes FEA-SB 4545 BW, Потолочная подвесная система, GreenBean Effect panel 60 на каркасе, Вентилятор студийный Falcon Eyes SF-01, Журавль Falcon Eyes LSB-3JS, Комплект студийного оборудования Visico VT-400 Creative Kit, Осветитель светодиодный GreenBean fresnel 180 LED x2, Набор цветных фильтров Photoindustria Color Pack, Тканевый фон Falcon Eyes, Набор масок Гобо для Spot Small, Софтбокс Falcon Eyes SBQ-120180BW, Генератор тумана Falcon Eyes F-400R, Штатив 170см с подсветкой, Генератор мыльных пузырей Falcon Eyes B-80

Материально-техническое обеспечение для МДК.02.04

Видеостудия

Основное оборудование: Комплект видеосвета LED GreenBean Double UltraKit 2x1806 LED, Осветитель светодиодный LEDline 516В, Мобильная система установки фона FST L-2803, Стойка для освещения Manfrotto 1005BAC, Отражатель на пружине Falcon Eye, Набор фонов д/фотостудии Superior Black, Стойка Falcon Eyes L-2900 ST, Стойка для освещения Manfrotto, Стойка для освещения Manfrotto003, Зонт-отражатель Falcon Eyes URK-48TSB1, Держатель GreenBean RHC-021 для крепления фона или отражателя, Штатив FALCON EYES GREEN LINE 1550 BH-10, Потолочная подвесная система, Беспроводной микрофон петличка, Ручной рекордер-портастудия

Материально-техническое обеспечение для МДК.02.05

Лаборатория компьютерной графики и видеомонтажа

Основное оборудование: Графическая станция; Доска настенная меловая магнитная; Кресло офисное; Мультимедийный проектор с экраном; Принтер; Сервер; Стол компьютерный.

Программное обеспечение: 1. Microsoft Windows 7 Professional ((ИП Струлев О.Ю., договор №31908114775 от 43696, лицензия от 43710, бессрочно)). 1. Windows 10 Pro ((ООО "Битроникс", контракт №0320100030814000018-45081 от 41891, лицензия №64099496 от 41900, бессрочно)). 2. Microsoft Office ProPlus 2010 Russian Acdmc ((ИП Струлев О.Ю., договор №31908114775 от 43696, лицензия от 43710, бессрочно)). 2. OfficeProfessional Plus 2019 AcademicEdition ((ООО "Битроникс", контракт №0320100030814000018-45081 от 41891, лицензия №64099496 от 41900, бессрочно)). 3. Adobe Creative Cloud ((ООО "Информика", договор №32008982727 от 43937, лицензия №118425564 от 43929, 1 год)). 3. СПС КонсультантЮрист: Версия Проф ((ООО "Акцент", договор №764 от 43752, лицензия №V8953642, действие от 43770 до 44135)). 4. CorelDRAW Graphics Suite 2020 Education License (Windows) ((ООО "Битроникс", договор №31806189146 от 43199, лицензия от 43200, бессрочно)). 5. Adobe Acrobat Reader ((ИП Подвигаило А.А., договор №30-03/2019, счет №30/с от 43563, бессрочно)). 5. V-Ray Educational license for 3ds Max ((ООО "Высшие компьютерные курсы бизнеса", счет №2017-0427-001 от 42852, бессрочно)). 6. Adobe Flash Player ((ИП Подвигаило А.А., договор №30-03/2019, счет №30/с от 43563, бессрочно)). 6. Доступ к Интернет ((ООО "Битроникс", контракт №0320100030814000018-45081 от 41891, лицензия №64099496 от 41900, бессрочно)). 7. 7-Zip 18.01 (x64) ((ИП Подвигаило А.А., договор №30-03/2019, счет №30/с от 43563, бессрочно)). 7. Autodesk 3ds Max 2018 ((ИП Подвигаило А.А., договор №30-03/2019, счет №30/с от 43563, бессрочно)). 8. Autodesk Fusion 360 ((ИП Подвигаило А.А., договор №30-03/2019, счет №30/с от 43563, бессрочно)). 8. Autodesk Maya 2018 ((ИП Подвигаило А.А., договор №30-03/2019, счет №30/с от 43563, бессрочно)). 10. Архиватор 7-Zip ((ИП Подвигаило А.А., договор №30-03/2019, счет №30/с от 43563, бессрочно)). 11. Google Chrome ((ИП Подвигаило А.А., договор №30-03/2019, счет №30/с от 43563, бессрочно)). 12. Mozilla Firefox ((ИП Подвигаило А.А., договор №30-03/2019, счет №30/с от 43563, бессрочно)).

Материально-техническое обеспечение для МДК.02.06

Кабинет проектирования рекламного продукта

Основное оборудование: Графическая станция; Доска настенная меловая магнитная; Кресло офисное; Мультимедийный проектор с экраном; Принтер; Сервер; Стол компьютерный.

Программное обеспечение: 1. Microsoft Windows 7 Professional ((ИП Струлев О.Ю., договор №31908114775 от 43696, лицензия от 43710, бессрочно)). 1. Windows 10 Pro ((ООО "Битроникс", контракт №0320100030814000018-45081 от 41891, лицензия №64099496 от 41900, бессрочно)). 2. Microsoft Office ProPlus 2010 Russian Acdmc ((ИП Струлев О.Ю., договор №31908114775 от 43696, лицензия от 43710, бессрочно)). 2. OfficeProfessional Plus 2019 AcademicEdition ((ООО "Битроникс", контракт №0320100030814000018-45081 от 41891, лицензия №64099496 от 41900, бессрочно)). 3. Adobe Creative Cloud ((ООО "Информика", договор №32008982727 от 43937, лицензия №118425564 от 43929, 1 год)). 3. СПС КонсультантЮрист: Версия Проф ((ООО "Акцент", договор №764 от 43752, лицензия №V8953642, действие от 43770 до 44135)). 4. CorelDRAW Graphics Suite 2020 Education License (Windows) ((ООО "Битроникс", договор №31806189146 от 43199, лицензия от 43200, бессрочно)). 5. Adobe Acrobat Reader ((ИП Подвигаило А.А., договор №30-03/2019, счет №30/с от 43563, бессрочно)). 5. V-Ray Educational license for 3ds Max ((ООО "Высшие компьютерные курсы бизнеса", счет №2017-0427-001 от 42852, бессрочно)). 6. Adobe Flash Player ((ИП Подвигаило А.А., договор №30-03/2019, счет №30/с от 43563, бессрочно)). 6. Доступ к Интернет ((ООО "Битроникс", контракт №0320100030814000018-45081 от 41891, лицензия №64099496 от 41900, бессрочно)). 7. 7-Zip 18.01 (x64) ((ИП Подвигаило А.А., договор №30-03/2019, счет №30/с от 43563, бессрочно)). 7. Autodesk 3ds Max 2018 ((ИП Подвигаило А.А., договор №30-03/2019, счет №30/с от 43563, бессрочно)). 8. Autodesk Fusion 360 ((ИП Подвигаило А.А., договор №30-03/2019, счет №30/с от 43563, бессрочно)).

8. Autodesk Maya 2018 ((ИП Подвигаило А.А., договор №30-03/2019, счет №30/с от 43563, бессрочно)). 10. Архиватор 7-Zip ((ИП Подвигаило А.А., договор №30-03/2019, счет №30/с от 43563, бессрочно)). 11. Google Chrome ((ИП Подвигаило А.А., договор №30-03/2019, счет №30/с от 43563, бессрочно)). 12. Mozilla Firefox ((ИП Подвигаило А.А., договор №30-03/2019, счет №30/с от 43563, бессрочно)).

3.1 Информационное обеспечение реализации программы

Для реализации программы учебной дисциплины библиотечный фонд ВГУЭС укомплектован печатными и электронными изданиями.

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Основная литература МДК.02.01

1. Запекина, Н. М. Основы полиграфического производства : учебное пособие для среднего профессионального образования / Н. М. Запекина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. <https://urait.ru/book/osnovy-poligraficheskogo-proizvodstva-456074>

2. Бобров, В. И. Основы полиграфического производства: лакирование печатной продукции : учебное пособие для среднего профессионального образования / В. И. Бобров, Л. О. Горшкова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. <https://urait.ru/book/snovy-poligraficheskogo-proizvodstva-lakirovanie-pechatnoy-produkcii-448865>

Основная литература МДК.02.02

1. Боресков, А. В. Компьютерная графика : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. В. Боресков, Е. В. Шикин. — Москва : Издательство Юрайт, 2020 <https://urait.ru/book/kompyuternaya-grafika-457139>

2. Боресков, А. В. Основы компьютерной графики : учебник и практикум для вузов / А. В. Боресков, Е. В. Шикин. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. <https://urait.ru/book/osnovy-kompyuternoy-grafiki-449497>

Основная литература МДК.02.03

1. Андреев А. С. Освещение в искусстве, фотографии и 3D-графике : учебно-методическое пособие / А. С. Андреев, А. Н. Васильев, А. А. Балканский [и др.]. — Санкт-Петербург : НИУ ИТМО, 2019. — 64 с. <https://e.lanbook.com/book/136402>

2. Божко, А.Н. Ретушь и коррекция изображений в Adobe Photoshop / А.Н. Божко. — 2-е изд., исправ. — Москва : Национальный Открытый Университет «ИНТУИТ», 2016. — 427 с. <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428789>

3. Левкина, А.В. Основы фотографии : учебное пособие / Левкина А.В. — Москва : КноРус, 2019. — 142 с. <https://book.ru/book/932622>

Основная литература МДК.02.04

1. Андреев А. С. Освещение в искусстве, фотографии и 3D-графике : учебно-методическое пособие / А. С. Андреев, А. Н. Васильев, А. А. Балканский [и др.]. — Санкт-Петербург : НИУ ИТМО, 2019. — 64 с. <https://e.lanbook.com/book/136402>

2. Божко, А.Н. Ретушь и коррекция изображений в Adobe Photoshop / А.Н. Божко. — 2-е изд., исправ. — Москва : Национальный Открытый Университет «ИНТУИТ», 2016. — 427 с. <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428789>

3. Ивнинг, М. Adobe Photoshop Lightroom. Всеобъемлющее руководство для фотографов : руководство / М. Ивнинг ; перевод с английского М. А. Райтман. — Москва : ДМК Пресс, 2020. — 958 с. <https://e.lanbook.com/book/140577>

Основная литература МДК.02.05

1. Пименов, В. И. Видеомонтаж. Практикум : учебное пособие для среднего профессионального образования / В. И. Пименов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 159 с. <https://urait.ru/book/videomontazh-praktikum-457076>
2. Сопроненко, Л. П. Фотография как средство композиции : учебно-методическое пособие / Л. П. Сопроненко, Д. А. Жукова. — Санкт-Петербург : НИУ ИТМО, 2017. — 68 с. <https://e.lanbook.com/book/110518>
3. Устинова, М. И. PHOTOSHOP на примерах. Изучаем обработку фотографий и фотомонтаж на практике : руководство / М. И. Устинова, А. А. Прохоров, Р. Г. Прокди. — Санкт-Петербург : Наука и Техника, 2016. — 272 с. <https://e.lanbook.com/book/74671>

Основная литература МДК.02.06

1. Кольшклина, Т. Б. Основы рекламы: реклама в местах продаж : учебное пособие для среднего профессионального образования / Т. Б. Кольшклина, И. В. Шустина, Е. В. Маркова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. <https://urait.ru/book/osnovy-reklamy-reklama-v-mestah-prodazh-448838>
2. Борисова, Е. Г. Стилистика и литературное редактирование : учебник и практикум для вузов / Е. Г. Борисова, Е. Ю. Геймбух. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. <https://urait.ru/book/stilistika-i-literaturnoe-redaktirovanie-450498>

Дополнительная литература МДК.02.01

1. Самарин, Ю. Н. Полиграфическое производство : учебник для среднего профессионального образования / Ю. Н. Самарин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. <https://urait.ru/book/poligraficheskoe-proizvodstvo-447852>

Дополнительная литература МДК.02.02

1. Молочков, В.П. Adobe Photoshop CS6 / В.П. Молочков. — 2-е изд., испр. — Москва : Национальный Открытый Университет «ИНТУИТ», 2016. — 339 с. <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=429052>

Дополнительная литература МДК.02.06

1. Селезнева, Л. В. Написание рекламных текстов : учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. В. Селезнева. — Москва : Издательство Юрайт, 2020 <https://urait.ru/book/napisanie-reklamnyh-tekstov-457495>

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты (освоенные общие компетенции)	Критерии оценки	Методы оценки
знания		
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	Посещает профессиональные выставки, конкурсы, фестивали; Проявляет интерес к новостям в профессиональной сфере; Участвует в мероприятиях цикловой комиссии (конкурсах, олимпиадах, конференциях);	Анализ портфолио;
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Самостоятельно выбирает рациональные способы решения задач, придерживаясь принятой методологии; Самостоятельно интерпретирует полученные результаты, оценивает эффективность созданных проектов; Организует самотестирование;	Анализ портфолио; Публичная защита докладов;
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Решает проблемы, оценивает риски и принимает решения в нестандартных ситуациях;	Анализ портфолио; Публичная защита докладов;
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Извлекает информацию по двум или более критериям из одного или нескольких источников и систематизирует ее самостоятельно, приводит аргументы в поддержку сделанного анализа;	Анализ портфолио; Публичная защита докладов;
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в	Работает с компьютером, как средством управления информацией; Демонстрирует навыки работы с	Анализ портфолио; Публичная

<p>профессиональной деятельности.</p>	<p>Интернет-ресурсами, в том числе в сетевых сообществах;</p>	<p>ая защита рефератов докладов, проектов;</p>
<p>ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с потребителями.</p>	<p>Участвует в групповом обсуждении задания или проблемы, дает сравнительную оценку идей или диалога; Взаимодействие обучающихся в группе между собой, с преподавателями в процессе обучения;</p>	<p>Анализ портфолио; Публичная рефератов докладов, проектов; Анализ работы над проектами;</p>
<p>ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.</p>	<p>При групповом обсуждении аргументировано отвергает или принимает высказанные идеи, прогнозируя последствия принятых решений</p>	<p>Анализ портфолио; Анализ работы над проектами;</p>
<p>ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.</p>	<p>Адекватно обосновывает и оценивает свои профессионально-личностные качества, ставит цели профессионального роста, определяет формы и методы самообразования, повышения квалификации;</p>	<p>Анализ портфолио;</p>
<p>ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.</p>	<p>Планирует свою деятельность, применяя новые технологии в дизайне рекламы;</p>	<p>Анализ портфолио;</p>
<p>ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.</p>	<p>Демонстрирует навыки ведения дискуссий; Демонстрирует навыки эффективного планирования, руководства и реализации проектов;</p>	<p>Анализ портфолио; Публичная защита проектов;</p>
<p>ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной</p>	<p>Соблюдает правила трудового распорядка и техники безопасности; Строит профессиональную деятельность с соблюдением правовых норм ее</p>	<p>Анализ портфолио.</p>

культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.	регулирования.	
ПК 2.2.Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.	Обосновывает выбор методов разработки и создания модели рекламного проекта; Анализирует этапы создания модели; Демонстрирует применение современных компьютерных технологий в разработке и создании макетов рекламных проектов; Обосновывает соответствие созданного макета дизайнерской идее рекламного продукта;	Просмотр практических работ Зачет Промежуточные экзамен
ПК 2.3.Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.	Перечисляет основные рекламные характеристики выполненного проекта; Демонстрирует умения выполнения отдельных элементов проекта в материале; Соблюдает требования технического задания к выполнению рекламного проекта; Описывает и анализирует полученные результаты, формулирует выводы.	Просмотр практических работ

Для оценки достижения запланированных результатов обучения по дисциплине разработаны контрольно-оценочные средства для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, которые прилагаются к рабочей программе дисциплины.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

**Филиал федерального государственного бюджетного образовательного
учреждения высшего образования
«ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
в г. Артеме
(ФИЛИАЛ ФГБОУ ВО «ВВГУ» В Г. АРТЕМЕ)**

УТВЕРЖДАЮ

Зам. директора филиала
ФГБОУ ВО «ВВГУ» в г. Артеме



В.В. Неслюзов

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

ПМ.02 Производство рекламной продукции

программы подготовки специалистов среднего звена

42.02.01 Реклама

Форма обучения: *очная*

Артем 2022 г.

Рабочая программа профессионального модуля ПМ.02 «Производство рекламной продукции» разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта для специальности среднего профессионального образования 42.02.01 «Реклама»

Разработчик(и): *Пономарева М.М., Малых О.В., преподаватели*

Утверждена на заседании цикловой методической комиссии по профилю дисциплин сервиса, рекламы, права, психологии и социального обеспечения, протокол № 1 от 01.09.2022 г

Председатель ЦМК _____ *Н.В.Прихошко*
подпись

• **Общие сведения**

Контрольно-оценочные средства (далее – КОС) предназначены оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу учебной дисциплины ПМ.02 «Производство рекламной продукции».

КОС включают в себя контрольные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине, которая проводится в форме дифференцированного зачёта.

• **Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие результаты освоения образовательной программы**

Код ОК ПК ¹	Код результата обучения 1	Наименование результата обучения ¹
ОК 01	31	сущность и характерные черты современной рекламной деятельности и менеджмента
	У1	Ориентироваться в общих проблемах профессии, учитывая особенности менеджмента и рекламной деятельности.
ОК 02	32	основные принципы построения рекламной системы организации
	У2	Применять методики оценки эффективности и качества решения профессиональных задач
ОК 03	33	применять в профессиональной деятельности методы, средства и приемы менеджмента
ОК 04	33	Основные методы и средства обработки, хранения, передачи и накопления информации
	У3	использовать информационные ресурсы для поиска и хранения информации
ОК 05	35	Основные методы и средства обработки, хранения, передачи и накопления информации
	У6	использовать информационные ресурсы для поиска и хранения информации
ОК 06- 07	36	внешнюю и внутреннюю среду организации
	У7	применять в профессиональной деятельности методы, средства и приемы менеджмента
ОК 08	37	Сущность процесса познания, значение самообразования для профессионального роста
	38	Уметь ориентироваться в общих проблемах бытия, познания, ценностей как основах формирования культуры гражданина и будущего специалиста
	У8	применять в профессиональной деятельности методы, средства и приемы менеджмента
	П1	Выбора художественной формы реализации рекламной идеи.
	П2	Создания визуального образа с рекламными функциями.
	П3	Выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукт

ОК 09	39	Технические и программные средства для создания рекламного продукта
Код ОК, ПК ¹	Код результат а обучения 1	Наименование результата обучения ¹
	У9	Использовать компьютерные технологии, профессиональные пакеты программного обеспечения, мультимедийные и web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта
ОК 10	У10	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.
Ок 11	У11	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.
ПК 2.1	31	Технику, технологии и технические средства рекламы 32 - Выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы
	32	Выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы
	У1	Осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги
	У2	Использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы
	П4	Выбора и использования инструмента, оборудования, основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта
ПК 2.2 ПК 2.3	33	Технику, технологии и технические средства рекламы -
	34	Аппаратное и программное обеспечение
	У3	Использовать компьютерные, мультимедийные, web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта
	П5	Создания модели (макета, сценария) объекта с учетом выбранной технологии.
	П6	Создания модели (макета, сценария) объекта с учетом выбранной технологии.

• Соответствие оценочных средств контролируемым результатам обучения

Код результата обучения	Показатель ² овладения результатами обучения	Оценочные средства	
		Наименование	Представление в ФОС ³

П1_6	Способность 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	Отчет по практике (раздел 2)	Задание на практику (5.1) Вопросы на зачете п 5.2
	продукта;		
	производства рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков;		
У1-11	Способность эффективно организовывать деятельность, решать профессиональные задачи. Уметь осуществлять сбор и хранение информации. Способность проявлять дисциплину, знать способы построения делового общения, способность использовать нормативные документы в своей деятельности.	Отчет по практике (раздел 2)	Задание на практику (5.1) Вопросы на зачете п 5.2
31-11	Способность анализировать свою деятельность и отрасль, выполнять профессиональные задачи, способы и методы обработки информации.	Отчет по практике (раздел 1) Собеседование	Задание на практику (5.2) Вопросы на зачете п 5.2

– Описание процедуры оценивания

При проведении промежуточной аттестации оценивается достижение студентом запланированных по практике результатов обучения, обеспечивающих результаты освоения образовательной программы в целом. Результаты обучения по практике, уровень сформированности компетенций оцениваются по четырёх бальной шкале оценками:

«отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

В установленные программой практики сроки студентом оформляется и сдаётся руководителю практики от ВГУЭС письменный отчет по практике с приложением отчетных документов (дневник практики, аттестационный лист, характеристика). На зачете студент защищает отчет по практике. Устный доклад может быть представлен в форме сообщения или в форме презентации.

Критерии оценивания устного ответа

(оценочное средство – собеседование)

– **баллов** - ответ показывает прочные знания основных процессов изучаемой области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим

аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа; умение приводить примеры современных проблем изучаемой области.

– **балла** - ответ, обнаруживающий прочные знания основных процессов изучаемой области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается одна

- две неточности в ответе.

3 балла – ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой области, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знание основных вопросов теории; слабо сформированным и навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа; неумение привести пример развития ситуации, провести связь с другими аспектами изучаемой области.

2 балла – ответ, обнаруживающий незнание процессов изучаемой области, отличающийся неглубоким раскрытием темы; незнанием основных вопросов теории, несформированным и навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа; незнание современной проблематики изучаемой области.

Критерии оценивания письменной работы

(оценочное средство: отчет по практике).

5 баллов - отчет по практике сдан в установленный срок, оформление и содержание соответствует предъявляемым требованиям. Работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения. В отчете представлена информация об объекте практики, индивидуальное задание выполнено в полном объеме, приведены статистические сведения, информация нормативно-правового характера, данные отечественной и зарубежной литературы. Студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его; владеет навыком самостоятельной работы по заданной теме; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно.

4 балла – отчет по практике сдан в установленный срок, оформление и содержание соответствует предъявляемым требованиям. В отчете представлена информация об объекте практики, индивидуальное задание выполнено в полном объеме, но допущены одна-две ошибки, приведены статистические сведения, информация нормативно-правового характера, данные отечественной и зарубежной литературы. Не все выводы сделаны и/или обоснованы. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; допущены одна-две ошибки в оформлении работы.

3 балла – отчет по практике не сдан в установленный срок, оформление и содержание соответствует предъявляемым требованиям не в полном объеме. В отчете представлена не полная информация об объекте практики, индивидуальное задание выполнено не в полном объеме. Выводы сделаны, но не обоснованы. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы, допущено более двух ошибок в оформлении работы.

2 балла - отчет по практике не сдан в установленный срок, оформление и содержание не соответствует предъявляемым требованиям; индивидуальное задание не выполнено, выводы отсутствуют. Допущено значительное количество ошибок в оформлении работы.

Результирующая оценка по практике выставляется с учетом трёх оценок по формуле: $O_{рез.} = 0,3 \times O_{доклад} + 0,3 \times O_{отчет} + 0,4 \times O_{отзыв}$, где

Одоклад - оценка за устный доклад на защите;

Отчет - оценка за оформленный письменно отчет, включающий дневник по практике; Отзыв – оценка, рекомендуемая руководителем практики от предприятия (организации). Результирующая оценка округляется арифметически ($\geq 0,5 = 1$).

Критерии выставления результирующей оценки студенту на зачете

Оценка по промежуточной аттестации	характеристика качества сформированности компетенций
«отлично»	студент демонстрирует владение первоначальным практическим опытом, сформированность общих и профессиональных компетенций на продвинутом уровне: при выполнении задания по практике студент проявил самостоятельность, творческий подход и инициативу, сделал правильные, глубокие выводы, внес предложения; отчетные документы сданы в установленные сроки; отчет написан грамотно, оформлен в соответствии с требованиями; на защите студент умеет тесно увязать теорию с практикой, логически верно, аргументировано и ясно дать ответы на поставленные вопросы; демонстрирует понимание сущности и социальной значимости своей будущей профессии, интерес к ней; демонстрирует умение принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях, нести за них ответственность; владеет разнообразными приемами выполнения практических задач.
«хорошо»	студент демонстрирует владение первоначальным практическим опытом, сформированность общих и профессиональных компетенций на среднем уровне: при выполнении задания по практике студент проявил самостоятельность, сделал правильные, но не глубокие выводы, допускаются незначительные ошибки, неточности; отчетные документы даны в установленные сроки; отчет написан грамотно, оформлен в соответствии с требованиями; на защите студент логически верно даёт ответы на поставленные вопросы; демонстрирует понимание сущности и социальной значимости своей будущей профессии; демонстрирует умение принимать решения в стандартных ситуациях; владеет навыками и приемами выполнения практических задач.
удовлетворительно»	студент демонстрирует владение первоначальным практическим опытом, сформированность общих и профессиональных компетенций на пороговом уровне: при выполнении задания не проявил глубоких теоретических знаний, умений применять их на практике, имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей; при оформлении отчета допущены значительные ошибки, недостаточно правильные формулировки, отсутствуют выводы и/или предложения; студент испытывает затруднения при выполнении практических работ, при переносе знаний и умений в новые ситуации.
неудовлетворительно»	студент демонстрирует владение первоначальным практическим опытом, сформированность общих и профессиональных компетенций на уровне ниже порогового: не выполнено задание по практике; студент не представил отчетные документы; на защите студент демонстрирует неспособность отвечать на поставленные вопросы, выражает отсутствие интереса к будущей профессии, не показывает навыки и приемы выполнения практических задач.

5 Примеры оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

5.1 Примеры заданий на практику:

- 6 Выбор и использование программных инструментов для разработки рекламных проектов.
- 7 Выбор соответствующего оборудования для реализации рекламного проекта.
- 8 Использование художественно-изобразительных средств для реализации

творческой концепции рекламы.

9 Выбор соответствующих материалов для реализации рекламного продукта в материале.

10 Построение модели (макета, сценария) объекта с учетом выбранной технологии.

11 - подготовки к производству рекламного продукта;

12 - производства рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков;

5.2 Перечень вопросов при проведении собеседования:

13 Какие типы и виды организаций вам известны?

14 Рекламное агентство\отдел -база практики -это рекламная структура полного цикла или специализированная?

15 Перечислите структурные подразделения рекламного агентства\отдела.

16 Имеет ли право рекламное агентство\отдел работать фрилансерами?

17 Как организовано взаимодействие рекламного отдела со службой маркетинга?

18 Каким образом информация влияет на эффективность выполнения профессиональных задач, профессиональный и личностный рост?

19 Какими средствами хранения информации пользуются в РА/отделе?

20 Что такое система для создания и хранения информации?

21 Какими маркетинговыми информационными технологиями пользуются в РА/отделе?

22 Что относят к техническим средствам обработки и хранения информации?

23 Какие каналы внешней и внутренней коммуникации используются в рекламной деятельности?

24 Процесс подготовки поисковых макетов.

25 Проанализировать используемые инструменты, оборудование, основные средства и материалы, которые применяются в создании поисковых макетов

26 Определить ценности, которые используются в рекламе владельцами торговых марок, привести примеры.

27 Определить ценности, которые не используются, но могут использоваться при рекламе товаров данной категории.

28 Утверждение окончательного цифрового макета и производство его в материале. Описание процесса утверждения итогового макета, какие изменения и доработки были внесены

29 Изготовление рекламного продукта в материале. Описание процесса изготовления рекламного продукта в материале, какое оборудование, программные средства использовались.

30 Расчет бюджета проведения рекламной кампании.

31 Виды сувенирной продукции.

32 Характеристика основных статей бюджета проведения рекламной кампании.

33 Характеристика рекламных сувениров.

34 Планирование рекламного бюджета.

35 Выбор сувениров при разработке рекламы.

36 Разделы сметы расходов на рекламу.

37 Классификация рекламных сувениров.

38 Выбор рекламных средств и носителей рекламы: изготовление и размещение телерекламы.

39 Особенности сувенирной рекламы.

40 Выбор рекламных средств и носителей рекламы: изготовление и размещение радиорекламы.

41 Спрос и предложение на российском рынке сувенирной продукции.

42 Выбор рекламных средств и носителей рекламы: изготовление и размещение печатной рекламы.

- 43 Производственная база сувенирной продукции.
- 44 Выбор рекламных средств и носителей рекламы: изготовление и размещение наружной и транзитной рекламы.
- Философия корпоративного сувенира.
 - Изготовление полиграфической рекламной продукции.
 - Классификация сувенирной продукции: промо-сувениры, бизнес- сувениры, VIP-сувениры.
 - Факторы, влияющие на размер рекламного бюджета.
 - Классификация сувенирной продукции: праздничная продукция, изделия из кожи, аксессуары для планирования.
 - Закупка места и времени в СМИ.
 - Классификация сувенирной продукции: текстиль, керамика и стекло, съедобные сувениры.
 - Система скидок, используемая при продаже места и времени в СМИ.
 - Классификация сувенирной продукции: корпоративные подарки, VIP продукция, оригинальные предложения, игрушки.
 - Основные понятия в медиапланировании.
 - Российский рынок сувенирной продукции.
 - Вопросы, решаемые при разработке медиаплана.
 - Характеристика рекламных сувениров.
 - Вопросы, решаемые при разработке медиастратегии.
 - Выбор сувениров при разработке рекламы.
 - Измерение экономических результатов рекламы.
 - Классификация рекламных сувениров.
 - Психологическая эффективность применения средств рекламы.
 - Особенности сувенирной рекламы.
 - Методы формирования рекламного бюджета: метод предыдущего года, метод финансовых возможностей, ориентация на рекламу конкурентов.
 - Общая характеристика рынка рекламно-сувенирной продукции.
 - Методы формирования рекламного бюджета: метод «процент от оборота», метод единичных продаж, метод целей и задач.
 - Спрос и предложение на российском рынке сувенирной продукции.
 - Критерии выбора рекламоносителя.
 - Производственная база сувенирной продукции.
 - Контроль над практической реализацией мероприятий рекламной кампании.
 - Классификация сувенирной продукции: промо-сувениры, бизнес- сувениры, VIP-сувениры.
 - Анализ проведения рекламной кампании.
 - Классификация сувенирной продукции: праздничная продукция, изделия из кожи, аксессуары для планирования.
 - Рекламный бриф.
 - Классификация сувенирной продукции: текстиль, керамика и стекло, съедобные сувениры.
 - Разработка стратегического документа рекламной кампании.
 - Классификация сувенирной продукции: корпоративные подарки, VIP продукция, оригинальные предложения, игрушки.
 - Общая характеристика рынка рекламно-сувенирной продукции.
 - Российский рынок сувенирной продукции.
 - Планирование рекламного бюджета.
 - Выбор сувениров при разработке рекламы.