

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Вятский государственный университет»
(ВятГУ)

Колледж ВятГУ

УТВЕРЖДАЮ

Директор колледжа

Вахрушева Л.В.

31.08.2023 г.

рег. №3-42.02.01.51_2023_0022

Рабочая программа профессионального модуля

**ПМ. 04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений,
основных креативных решений и творческих материалов
на основных рекламных носителях**

для специальности

42.02.01. Реклама

Форма обучения

очная

2023 г.

СОДЕРЖАНИЕ

	Стр.
1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	5
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	6
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	20
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	22

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ. 04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа профессионального модуля является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): «Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях» и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.

ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.

ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.

Рабочая программа профессионального модуля может быть использована в дополнительном профессиональном образовании в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях, в структуре программ повышения квалификации и переподготовки работников государственных, коммерческих, общественных структур, средств массовой коммуникации, профильных организаций сферы рекламы и медиакоммуникаций, работников в области рекламы медиакоммуникаций в рамках специальности СПО 42.02.01. Реклама

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

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

иметь практический опыт:

- разрабатывать и презентовать заказчику или руководителю авторские рекламные идеи по заданному объекту
- под контролем осваивать профессиональное фото- и видео-оборудование
- осуществлять предпродажу рекламного продукта в формате фото- и видео
- осуществлять обработку и монтаж отснятого (записанного) материала
- осуществлять разработку рекламных макетов
- размещать подготовленные в разных форматах рекламные продукты на интернет-ресурсах

уметь:

- мониторить и оценивать креативные решения в рекламе для увеличения насмотренности
- предлагать и разрабатывать рекламные идеи в разных форматах для разных объектов
- характеризовать и оценивать современное состояние фото-рекламной отрасли
- характеризовать и оценивать современное состояние видео-рекламной отрасли
- характеризовать и оценивать современное состояние аудио-рекламной отрасли
- выстраивать фото- и видеокادر по правилам
- использовать в процессе создания рекламных продуктов профессиональное фото-, видео-, звуковое и световое оборудование
- осуществлять фото-, видеосъемку, аудиозапись

- проводить подготовительные действия в процессе создания рекламных продуктов (предпродакшн)
- осуществлять обработку и монтаж отснятого (записанного) материала
- использовать в процессе создания рекламных дизайн-продуктов соответствующее оборудование и программное обеспечение
- характеризовать и оценивать современное состояние отрасли рекламного и медиадизайна

знать:

- понятие и перечень креативных (творческих) индустрий
- представление о государственной поддержке креативных (творческих) индустрий в России
- креативные техники, используемые в индустрии рекламы
- основные понятия области креативных решений и рекламных сообщений
- каналы рекламной коммуникации и соответствующие виды рекламных сообщений
- рекламная фотография
- технологии и виды рекламной фотосъемки
- построение фотокадра
- техническое оснащение производства рекламной фотографии
- рекламное видео
- технологии и виды рекламной видеосъемки
- построение видеокadra
- техническое оснащение производства рекламной фотографии
- основные понятия и история дизайна
- графический дизайн
- рекламный и медиаизайн
- этапы разработки рекламного дизайн-продукта
- UX/UI дизайн

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ПМ)

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код компетенции	Наименование результата обучения
ПК 4.1.	Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании
ПК 4.2.	Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании
ПК 4.3.	Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет
ОК 03.	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях
ОК 04.	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде

ОК 05.	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста
ОК 09.	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Объем и виды учебной работы по профессиональному модулю

Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)

№ п/п	Наименования разделов профессионального модуля	всего, часы (макс. учебная нагрузка)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)						Коды компетенций	Формы промежуточного контроля
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося по очной форме обучения					Самостоятельная работа обучающегося по очной форме обучения		
			всего, часы	в т.ч. лабораторные, семинарские занятия и практические занятия, часы	в т.ч., курсовая работа (проект), часы	консультации	промеж. аттестация			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1.	МДК 04.01	254	166	100	-	3	24	61	ПК 4.1- ПК 4.3. ОК 03 - ОК 05.	Экзамен
2.	Учебная практика	72							ПК 4.1- ПК 4.3. ОК 03 - ОК 05. ОК 09.	Зачёт
3.	Производственная практика	72								Зачёт
4.	Экзамен квалификационный	16								
5.	Всего:	414	166	100	-	3	24	61		

3.2. Тематический план профессионального модуля

ПМ. 04 «Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений, основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях»

Название разделов / тем МДК	Вид учебной работы	Объем часов	Уровень освоения
		Очная форма обучения	
1	2	3	4
МДК 04.01. Разработка креативных решений и создание рекламных продуктов		254	
Раздел 1. Креатив и творчество в рекламе		13	
Тема 1.1. Креативные (творческие) индустрии	Теоретическое обучение	2	2
	Практические занятия	2	
	Семинарское занятие	-	
	Самостоятельная работа обучающихся	1	
Тема 1.2. Креативные решения в рекламе	Теоретическое обучение	2	3
	Практические занятия	4	
	Семинарское занятие	-	
	Самостоятельная работа обучающихся	2	
Раздел 2. Фото- рекламные продукты		33	
Тема 2.1. Мировая история рекламной фотографии	Теоретическое обучение	2	2
	Практические занятия	2	
	Семинарское занятие	2	
	Самостоятельная работа обучающихся	2	
Тема 2.2. Характеристики и особенности рекламной фотографии	Теоретическое обучение	2	2
	Практические занятия	4	
	Самостоятельная работа обучающихся	1	
Тема 2.3. Креативные процессы в рекламной фотографии	Теоретическое обучение	2	3
	Практические занятия	4	
	Семинарское занятие	-	
	Самостоятельная работа обучающихся	2	
Тема 2.4. Технические процессы в рекламной фотографии	Теоретическое обучение	-	2
	Практические занятия	4	
	Самостоятельная работа обучающихся	1	
Тема 2.5. Организационные процессы в рекламной фотографии	Теоретическое обучение	2	3
	Практические занятия	2	
	Семинарское занятие	-	
	Самостоятельная работа обучающихся	1	
Модуль 3. Видео- рекламные продукты		34	
Тема 3.1. Мировая история рекламного видео	Теоретическое обучение	2	2
	Практические занятия	2	
	Самостоятельная работа	2	

	обучающихся		
Тема 3.2. Характеристики и особенности рекламного видео	Теоретическое обучение	2	2
	Практические занятия	4	
	Самостоятельная работа обучающихся	1	
Тема 3.3. Креативные процессы в рекламном видео	Теоретическое обучение	2	3
	Практические занятия	4	
	Семинарское занятие	-	
	Самостоятельная работа обучающихся	2	
Тема 3.4. Технические процессы создания видеопродукции	Теоретическое обучение	-	2
	Практические занятия	4	
	Семинарское занятие	-	
	Самостоятельная работа обучающихся	1	
Тема 3.5. Организационные процессы рекламного видео	Теоретическое обучение	2	3
	Практические занятия	4	
	Семинарское занятие	-	
	Самостоятельная работа обучающихся	2	
Раздел 4. Рекламный и медиадизайн		94	
Тема 4.1. Основные понятия и история дизайна	Теоретическое обучение	4	2
	Практические занятия	4	
	Семинарское занятие	2	
	Самостоятельная работа обучающихся	4	
Тема 4.2. Графический дизайн	Теоретическое обучение	6	3
	Практические занятия	6	
	Самостоятельная работа обучающихся	6	
Тема 4.3. Рекламный и медиадизайн	Теоретическое обучение	6	3
	Практические занятия	6	
	Семинарское занятие	-	
	Самостоятельная работа обучающихся	6	
Тема 4.4. Этапы производства рекламных дизайн-продуктов	Теоретическое обучение	6	3
	Практические занятия	6	
	Семинарское занятие	-	
	Самостоятельная работа обучающихся	4	
Тема 4.5. Организационные процессы рекламных дизайн-продуктов	Теоретическое обучение	4	3
	Практические занятия	4	
	Семинарское занятие	-	
	Самостоятельная работа обучающихся	4	
Тема 4.6. UX/UI дизайн	Теоретическое обучение	4	3
	Практические занятия	6	
	Семинарское занятие	-	
	Самостоятельная работа обучающихся	6	
Раздел 5. Аудио- рекламные продукты		53	

Тема 5.1. Характеристики и области применения аудиорекламы	Теоретическое обучение	6	2
	Практические занятия	6	
	Семинарское занятие	2	
	Самостоятельная работа обучающихся	5	
Тема 5.2. Технические процессы в аудиорекламе	Теоретическое обучение	6	3
	Практические занятия	8	
	Самостоятельная работа обучающихся	4	
Тема 5.3. Организационные процессы в аудиорекламе	Теоретическое обучение	4	3
	Практические занятия	8	
	Семинарское занятие	-	
	Самостоятельная работа обучающихся	4	
Консультация		3	
Промежуточная аттестация		24	
Практика			
Учебная практика - разрабатывать и презентовать заказчику или руководителю авторские рекламные идеи по заданному объекту, под контролем осваивать профессиональное фото- и видео-оборудование, осуществлять предпрокаши рекламного продукта в формате фото- и видео		72	
Производственная практика - осуществлять обработку и монтаж отснятого (записанного) материала, осуществлять разработку рекламных макетов, размещать подготовленные в разных форматах рекламные продукты на интернет-ресурсах		72	

3.3. Матрица формируемых общих и профессиональных компетенций

Разделы / темы учебной дисциплины	Общие компетенции				Профессиональные компетенции		
	ОК 03.	ОК 04.	ОК 05.	ОК 09.	ПК 4.1.	ПК 4.2.	ПК 4.3.
МДК.04.01. Разработка креативных решений и создание рекламных продуктов							
Раздел 1. Креатив и творчество в рекламе							
Тема 1.1.	+	+	+				
Тема 1.2.	+	+	+				
Раздел 2. Фото- рекламные продукты							
Тема 2.1.	+	+	+				
Тема 2.2.	+	+	+				
Тема 2.3.	+	+	+		+	+	+
Тема 2.4.	+	+	+		+	+	+
Тема 2.5.	+	+	+		+	+	+
Раздел 3. Видео- рекламные продукты							
Тема 3.1.	+	+	+				
Тема 3.2.	+	+	+				
Тема 3.3.	+	+	+		+	+	+
Тема 3.4.	+	+	+		+	+	+
Тема 3.5.	+	+	+		+	+	+
Раздел 4. Рекламный и медиадизайн							
Тема 4.1.	+	+	+				

Тема 4.2.	+	+	+		+	+	+
Тема 4.3.	+	+	+		+	+	+
Тема 4.4.	+	+	+		+	+	+
Тема 4.5.	+	+	+		+	+	+
Тема 4.6.	+	+	+		+	+	+
Раздел 5. Аудио-рекламные продукты							
Тема 5.1.	+	+	+				
Тема 5.2.	+	+	+		+	+	+
Тема 5.3.	+	+	+		+	+	+
Учебная практика		+	+	+	+	+	+
Производственная практика	+	+	+	+	+	+	+

3.4. Содержание разделов / тем междисциплинарного курса

МДК 04.01. Разработка креативных решений и создание рекламных продуктов

Раздел 1. Креатив и творчество в рекламе

Тема 1.1. Креативные (творческие) индустрии

Содержание учебного материала: креативные индустрии в России, место рекламы в креативных индустриях. Креативные техники и технологии в рекламе

Практическое занятие: индивидуальная или в командная презентация (устная, с элементами визуализации) одного из видов креативных индустрий (из перечня, на выбор студентов)

Самостоятельная работа: индивидуально или в команде поиск информации по одному выбранному виду креативных индустрий из перечня, предложенного преподавателем; подготовка сообщения с элементами визуализации

Формы текущего контроля по теме: презентация подготовленных сообщений, обсуждение

Вопросы для подготовки к текущей аттестации по теме:

1. Понятие креативных (творческих) индустрий, принятое в России
2. Перечень креативных (творческих) индустрий – можно пользоваться разными классификациями
3. Государственная поддержка креативных (творческих) индустрий в России
4. Реклама в система креативных (творческих) индустрий, ее конвергентный характер
5. Креативные техники: техника эмпатии, смыслового видения, сравнения, эвристических вопросов – опишите одну на ваш выбор
6. Креативные техники: техника ассоциаций, гиперболизации, инверсии, мозгового штурма – опишите одну на ваш выбор

Тема 1.2. Креативные решения в рекламе

Содержание учебного материала: креативная концепция, креативное решение, рекламная идея, вербальное, визуальное, аудиовизуальное сообщение.

Практические занятия: оценка известных креативных кейсов (уровень: мировой, национальный, региональный), разработка рекламной идеи для объекта, предложенного преподавателем

Самостоятельная работа: поиск в интернете примеров удачных креативных решений в рекламе, пояснения к ним или статистических данных.

Формы текущего контроля по теме: устное сообщение о выбранном примере в сопровождении ссылок на источники.

Вопросы для подготовки к текущей аттестации по теме:

1. Рекламная идея: какие задачи выполняет для заказчика, исполнителя, аудитории?
2. Как определить, насколько продуктивна придуманная рекламная идея?
3. Как проверить уникальность придуманной вами рекламной идеи?
4. Что относится к вербальным рекламным сообщениям? Назовите каналы вербальной рекламной коммуникации
5. Что относится к визуальным рекламным сообщениям? Назовите каналы визуальной рекламной коммуникации
6. Что относится к аудиовизуальным рекламным сообщениям? Назовите каналы аудиовизуальной рекламной коммуникации
7. Дайте понятие креативной концепции

Раздел 2. Фото- рекламные продукты

Тема 2.1. Мировая история рекламной фотографии

Содержание учебного материала: фотография как искусство. Шедевры мирового фотоискусства. Современное состояние отрасли. Фотовыставки. Конкурсы фотографий

Семинарское занятие: устные выступления о шедеврах мирового фотоискусства.

Практическое занятие: посещение фотовыставки или организация встречи с рекламным фотографом

Самостоятельная работа: поиск материалов и подготовка устного выступления с сопровождением слайд-презентации по выбранному вопросу (историческая эпоха, страна или автор)

Формы текущего контроля по теме: устное выступление со слайд-презентацией

Вопросы для подготовки к текущей аттестации по теме:

1. Аргументируйте мнение, что фотография является искусством
2. В чем принципиальные сходства и различия фотоискусства и изобразительного искусства?
3. Назовите известных вам рекламных фотографов предыдущих исторических периодов
4. Назовите известных вам современных рекламных фотографов, в т.ч. региональных
5. Что важнее при оценке рекламного фото: его художественная ценность или экономические показатели рекламной кампании заказчика?
6. Назовите известные вам конкурсы фотографий, рекламных фотографий
7. Зачем начинающему фотографу участвовать в профессиональных конкурсах?

Тема 2.2. Характеристики и особенности рекламной фотографии

Содержание учебного материала: фото как рекламный продукт. Офлайн- и онлайн-площадки размещения рекламных фотографий. Виды фотосъемки, форматы и жанры фотографий. Мобильное фото. Репортажная фотосъемка. Студийная съемка. Фотостудии в Кирове

Практические занятия: обучение технологиям мобильной фотосъемки, репортажной фотосъемки, студийной фотосъемки

Самостоятельная работа: продумать идею рекламного фото для объектов (на выбор) из списка, предложенного преподавателям

Формы текущего контроля по теме: демонстрация сделанной фотоработы в одном из форматов (мобильное фото / репортажная фотосъемка / студийная фотосъемка)

Вопросы для подготовки к текущей аттестации по теме:

1. Перечислите характеристики фото как рекламного продукта
2. Назовите офлайн- площадки размещения рекламных фотографий
3. Назовите онлайн-площадки размещения рекламных фотографий
4. Перечислите основные виды форматы и фотосъемки
5. Назовите несколько жанров фотографий, выберите наиболее приоритетный для вас и расскажите о нем подробнее
6. Характеристики и специфика мобильного фото
7. Специфика репортажной фотосъемки. Когда она применяется в рекламе?
8. Специфика студийной фотосъемки. Когда она применяется в рекламе?
9. Назовите известные вам фотостудии в Кирове

Тема 2.3. Креативные процессы в рекламной фотографии

Содержание учебного материала: идея рекламного фото. Базовые и инновационные приемы воплощения идей. Построение кадра. Работа моделей или актеров в кадре

Практические занятия: работа в учебной студии по построению кадра, по разработке идей рекламных фото

Самостоятельная работа: поиск теоретической или исследовательской информации по построению фотокадра, по работе моделей и актеров в кадре (в т.ч. научно-популярные публикации, интервью)

Формы текущего контроля по теме: демонстрация сделанной фотоработы по постановке кадра

Вопросы для подготовки к текущей аттестации по теме:

1. Чем вдохновляются фотографы для поиска удачной идеи рекламного фото?

2. Приведите примеры удачных идей рекламных фото
3. Назовите базовые приемы и методы воплощения идей в рекламной фотографии. Какие из них вы пробовали использовать?
4. Назовите актуальные сейчас приемы и методы воплощения идей в рекламной фотографии. Какие из них вы пробовали использовать?
5. Перечислите основные правила построения кадра в рекламной фотографии
6. Какие основные ошибки можно сделать при построении кадра в рекламной фотографии?
7. Специфика работа модели или актера в кадре

Тема 2.4. Технические процессы в рекламной фотографии

Содержание учебного материала: профессиональное оборудование фотографа. Работа со светом. Этапы создания рекламной фотографии. Предпродакшн, продакшн, постпродакшн

Практические занятия: знакомство с разными видами фотокамер и их характеристиками, работа в учебной студии по этапам создания рекламной фотографии

Самостоятельная работа: сравнить 3 разных цифровых фотокамеры (на свой выбор) по техническим характеристикам, стоимости, отзывам

Формы текущего контроля по теме: демонстрация поэтапной работы над рекламным фото

Вопросы для подготовки к текущей аттестации по теме:

1. В чем отличия профессиональной фотоаппаратуры от любительской?
2. Назовите основные элементы профессионального оборудования фотографа
3. Перечислите правила работы со светом во время фотосъемки
4. Какие основные ошибки можно допустить при работе со светом?
5. Перечислите основные этапы создания рекламной фотографии.
6. Охарактеризуйте этап предпродакшна, продакшна или постпродакшна (на ваш выбор)

Тема 2.5. Организационные процессы в рекламной фотографии

Содержание учебного материала: фотоиндустрия. Взаимодействие фотографа с заказчиком, техническое задание. Продюсирование рекламных фотопроектов. Форматы деятельности рекламного фотографа: агентство, студия, фриланс

Практическое занятие: деловая игра по составлению технического задания и коммуникациям между заказчиком и рекламным фотографом

Самостоятельная работа: составление технического задания по шаблону для объекта, выбранного из перечня

Формы текущего контроля по теме: участие в деловой игре в позиции заказчика или исполнителя (фотографа)

Вопросы для подготовки к текущей аттестации по теме:

1. Что входит в рекламную фотоиндустрию (кадровые, материально-технические, творческие ресурсы?)
2. Сформулируйте основные правила взаимодействия рекламного фотографа с заказчиком
3. Что такое техническое задание для рекламного фотографа, какие пункты в нем должны быть обязательно?
4. Что входит в задачи продюсирования рекламных фотопроектов?
5. Формат деятельности рекламного фотографа – работа в рекламном или коммуникационном агентстве. Назовите достоинства и недостатки такого формата
6. Формат деятельности рекламного фотографа – организация собственной фотостудии. Назовите достоинства и недостатки такого формата
7. Формат деятельности рекламного фотографа – фриланс. Назовите достоинства и недостатки такого формата

Раздел 3. Видео- рекламные продукты

Тема 3.1. Мировая история рекламного видео

Содержание учебного материала: видеореклама как искусство. Шедевры мирового рекламного видео. Современное состояние отрасли. Профессиональные конкурсы рекламного видео

Практическое занятие: устные выступления о шедеврах мирового видеискусства с демонстрацией рекламных продуктов.

Самостоятельная работа: поиск материалов и подготовка устного выступления с сопровождением слайд-презентации по выбранному примеру рекламных видео

Формы текущего контроля по теме: устное выступление с сопровождением видео

Вопросы для подготовки к текущей аттестации по теме:

1. Аргументируйте мнение, что видео является искусством
2. В чем принципиальные сходства и различия видеискусства и телевизионной отрасли?
3. Назовите известных вам рекламных видеографов предыдущих исторических периодов
4. Назовите известных вам современных рекламных видеографов, в т.ч. региональных
5. Что важнее при оценке рекламного видео: его художественная ценность или экономические показатели рекламной кампании заказчика? Почему вы так считаете?
6. Назовите известные вам конкурсы рекламных видео. Если принимали участие в каком-либо конкурсе – опишите свой опыт.
7. Зачем начинающему видеографу участвовать в профессиональных конкурсах?

Тема 3.2. Характеристики и особенности рекламного видео

Содержание учебного материала: видео как рекламный продукт. Офлайн- и онлайн-площадки размещения рекламных видео. Психология восприятия видео аудиторией. Факторы роста популярности видеоформатов. Виды видеосъемки, форматы и жанры видео. Мобильное видео. Репортажное видео. Студийная видеосъемка)

Практические занятия: обучение технологиям мобильной видеосъемки, репортажной видеосъемки, студийной видеосъемки

Самостоятельная работа: продумать идею рекламного видео для объектов (на выбор) из списка, предложенного преподавателям

Формы текущего контроля по теме: демонстрация заготовок для видеоработы в одном из форматов (мобильное видео / репортажная видеосъемка / студийная видеосъемка)

Вопросы для подготовки к текущей аттестации по теме:

1. Перечислите характеристики видео как рекламного продукта
2. Назовите офлайн-площадки размещения рекламных видео
3. Назовите онлайн-площадки размещения рекламных видео
4. Перечислите основные виды и форматы видеосъемки, выберите наиболее приоритетный для вас и расскажите о нем подробнее
5. Характеристики и специфика мобильного видео
6. Специфика репортажной видеосъемки. Когда она применяется в рекламе?
7. Специфика студийной видеосъемки. Когда она применяется в рекламе?

Тема 3.3. Креативные процессы в рекламном видео

Содержание учебного материала: идея рекламного видео. Базовые и инновационные приемы воплощения идей. Построение видеокадра. Работа моделей или актеров в кадре

Практические занятия: работа в учебной студии по построению кадра, по разработке идей рекламных видео на заданную тему

Самостоятельная работа: поиск теоретической или исследовательской информации по построению видеокадра (в т.ч. научно-популярные публикации, интервью)

Формы текущего контроля по теме: демонстрация сделанной видеоработы или ее части по постановке кадра

Вопросы для подготовки к текущей аттестации по теме:

1. Чем, по-вашему, вдохновляются видеографы для поиска удачной идеи рекламного фото?
2. Приведите примеры удачных идей рекламных видео
3. Назовите базовые приемы и методы воплощения идей в рекламных видео. Какие из них вы пробовали использовать?
4. Назовите актуальные сейчас приемы и методы воплощения идей в рекламных видео. Какие из них вы пробовали использовать?
5. Перечислите основные правила построения кадра в рекламном видео
6. Какие основные ошибки можно сделать при построении кадра в рекламном видео?
7. Специфика работа модели или актера в видеокадре

Тема 3.4. Технические процессы в рекламном видео

Содержание учебного материала: профессиональное оборудование видеографа. Работа со светом. Работа со звуком. Этапы создания рекламного видео. Препродакшн, продакшн, постпродакшн

Практические занятия: знакомство с разными видами видеокамер и светового оборудования и их характеристиками, работа в учебной студии по этапам создания рекламного видео по заданной теме

Самостоятельная работа: сравнить 3 разных цифровых видеокамеры или световых приборов (на свой выбор) по техническим характеристикам, стоимости, отзывам

Формы текущего контроля по теме: демонстрация поэтапной работы над рекламным видео

Вопросы для подготовки к текущей аттестации по теме:

1. В чем отличия профессиональной видеоаппаратуры от любительской?
2. Можно ли использовать одно и то же оборудование для фото- и видеосъемки?
Обоснуйте свой ответ
3. Назовите основные элементы профессионального оборудования видеографа
4. Перечислите правила работы со светом во время видеосъемки
5. Перечислите правила работы со звуком во время видеосъемки
6. Перечислите основные этапы создания рекламного видео
7. Охарактеризуйте этап препродакшна, продакшна или постпродакшна (на ваш выбор)

Тема 3.5. Организационные процессы рекламного видео

Содержание учебного материала: видеоиндустрия. Взаимодействие видеографа с заказчиком, техническое задание. Продюсирование рекламных видеопроектов. Форматы деятельности рекламного видеографа: агентство, студия, фриланс

Практическое занятие: командная работа по созданию и продюсированию видеорекламы

Самостоятельная работа: составление технического задания по шаблону для объекта, выбранного из перечня

Формы текущего контроля по теме: письменное сообщение (отчет) о выполнении своей части задач в процессе командной работы

Вопросы для подготовки к текущей аттестации по теме:

1. Что входит в рекламную видеоиндустрию (кадровые, материально-технические, творческие ресурсы?)
2. Что такое техническое задание для рекламного видеографа, какие пункты в нем должны быть обязательно?
3. Что входит в задачи продюсирования рекламных видеопроектов?
4. Какие критерии оценки качества рекламного видеопродукта может применить заказчик?

Раздел 4. Рекламный и медиадизайн

Тема 4.1. Основные понятия и история дизайна

Содержание учебного материала: дизайн в России и Европе в XIX-XX веках, отрасль рекламного дизайна. Современный дизайн: принципы и правила, исторические взаимосвязи, национальные и культурные особенности. Современное состояние отрасли рекламного и медиадизайна. Антропоцентричный дизайн и дизайн-мышление. Коммуникативный дизайн.

Семинарское занятие: устные доклады по вопросам истории дизайна

Практические занятия: устное представление результатов исследований и успешных кейсов по вопросам современного состояния отрасли рекламного и медиадизайна; письменная проверочная работа по основным понятиям дизайна

Самостоятельная работа: поиск материалов и подготовка устного выступления (доклада) по выбранному вопросу из истории дизайна; поиск материалов о современном состоянии отрасли рекламного и медиадизайна (отечественные и зарубежные исследования и кейсы)

Формы текущего контроля по теме: устное выступление (доклад); письменная работа по основным понятиям дизайна

Вопросы для подготовки к текущей аттестации по теме:

1. Основные этапы креативного и технического развития отрасли дизайн Европе в XIX-XX веках
2. Основные этапы креативного и технического развития отрасли дизайн в России в XIX-XX веках
3. Основные этапы развития отрасли рекламного дизайна в XX- XIXI веках
4. Современный дизайн: принципы и правила, исторические взаимосвязи
5. Российские национальные и культурные особенности рекламного дизайна.
6. Региональные особенности рекламного дизайна (на примере Кировской области или другого региона России – на выбор)
7. Оценка современного состояние отрасли рекламного и медиадизайна
8. Понятие и характеристики антропоцентричного дизайна
9. Понятие и характеристики дизайн-мышления
10. Понятие и характеристики коммуникативного дизайна
11. Роль искусственного интеллекта в развитии сферы рекламного дизайна

Тема 4.2. Графический дизайн

Содержание учебного материала: область применения графического дизайна. Стили и модульные системы в графическом дизайне. Актуальное программное обеспечение дизайна. Основные компьютерные программы и онлайн-сервисы для дизайна

Практические занятия: ознакомление с программным обеспечением графического дизайна, работа в графических программах и онлайн-сервисах

Самостоятельная работа: в свободном режиме попробовать работать в разных графических программах и онлайн-сервисах, изучить основные инструменты

Формы текущего контроля по теме: демонстрация начальных навыков работы в разных графических программах и онлайн-сервисах: создание эскиза на свободную тему

Вопросы для подготовки к текущей аттестации по теме:

1. Что такое графический дизайн, какова область его профессионального применения?
2. Назовите известные вам стили графического дизайна. Какой стиль вам ближе?
3. Назовите известные вам модульные системы графического дизайна
4. Назовите известные вам компьютерные графические программы.
5. Перечислите основные инструменты компьютерных графических программ.
6. Назовите известные вам онлайн-сервисы для дизайн-работ.
7. В чем особенности работы на графическом планшете?

Тема 4.3. Рекламный и медиадизайн

Содержание учебного материала: цели и задачи рекламного и медиадизайна. Области применения рекламного и медиадизайна: полиграфическая, печатная, наружная реклама, реклама

в местах продаж, статическая и динамическая реклама в интернете. Инфографика. Особенности дизайна различных площадок и средств массовой коммуникации. Виды и формы дизайнерских рекламных продуктов (макет, баннер, листовка, бейдж, афиша и т.д.)

Практические занятия: изучение и оценка примеров разных продуктов рекламного и медиадизайна в офлайн- и онлайн-форматах, работа по созданию дизайн-продукта (вид - на выбор студента)

Самостоятельная работа: поиск удачных и неудачных примеров рекламного и медиадизайна, оценка примеров и ее аргументация; работа над макетом рекламного дизайн-продукта

Формы текущего контроля по теме: устный ответ – оценка примеров рекламных дизайн-продуктов; демонстрация разработанного дизайн-продукта или его части

Вопросы для подготовки к текущей аттестации по теме:

1. Назовите цели и задачи рекламного и медиадизайна а) с точки зрения заказчика, б) с точки зрения дизайнера.
2. Полиграфическая реклама: особенности производства, материалы, примеры дизайн-продуктов.
3. Печатная реклама: особенности производства, материалы, примеры дизайн-продуктов.
4. Наружная реклама: особенности производства, материалы, примеры дизайн-продуктов.
5. Реклама в местах продаж: особенности производства, материалы, примеры дизайн-продуктов.
6. Статическая реклама в интернете: особенности производства, площадки размещения, примеры дизайн-продуктов.
7. Динамическая реклама в интернете: особенности производства, площадки размещения, примеры дизайн-продуктов.
8. Инфографика: понятие, особенности производства и восприятия, площадки размещения.
9. Сравнительная оценка рекламного и медиадизайна различных площадок и средств массовой коммуникации.

Тема 4.4. Этапы производства рекламных дизайн-продуктов

Содержание учебного материала: исследования предпочтений целевой аудитории. Мониторинг дизайн-продуктов. Разработка дизайн-идеи. Создание вариантов эскизов (макетов). Проработка выбранного эскиза. Тестирование дизайн-продукта. Допечатная подготовка (для офлайн-продуктов). Печать/размещение рекламных дизайн-продуктов

Практические занятия: участие в проведении исследований предпочтений целевой аудитории по заданным параметрам; разработка авторской дизайн-идеи; тестирование рекламного дизайн-продукта на фокус-группе (однокурсники)

Самостоятельная работа: обработка результатов исследований предпочтений целевой аудитории по заданным параметрам; выбор объекта для разработки дизайн-идеи, подготовка к тестированию дизайн-продукта

Формы текущего контроля по теме: демонстрация поэтапной работы над рекламным дизайн-продуктом

Вопросы для подготовки к текущей аттестации по теме:

1. Исследования предпочтений целевой аудитории.
2. Мониторинг дизайн-продуктов.
3. Разработка дизайн-идеи.
4. Создание вариантов эскизов (макетов).
5. Проработка выбранного эскиза.
6. Тестирование дизайн-продукта.
7. Допечатная подготовка (для офлайн-продуктов).
8. Печать/размещение рекламных дизайн-продуктов

Тема 4.5. Организационные процессы рекламного и медиадизайна

Содержание учебного материала: индустрия дизайна. Техническое задание, бриф. Технические требования к дизайн-продуктам. Взаимодействие дизайнера с заказчиком, с подрядчиками (типографиями, полиграфическими салонами, видеостудиями). Продюсирование рекламных дизайн-проектов. Форматы деятельности рекламного и медиадизайна: работа в СМИ, агентстве, студии, фриланс.

Практические занятия: командная работа по созданию и продюсированию рекламных дизайн-проектов.

Самостоятельная работа: составление и заполнение технического задания по шаблону для объекта, выбранного из перечня

Формы текущего контроля по теме: письменное сообщение (отчет) о выполнении своей части задач в процессе командной работы

Вопросы для подготовки к текущей аттестации по теме:

1. Что входит в индустрию рекламного и медиадизайна (кадровые, материально-технические, творческие ресурсы?)
2. Что такое техническое задание для рекламного и медиадизайнера, какие пункты в нем должны быть обязательно?
3. Что входит в задачи продюсирования рекламных дизайн-проектов?
4. Какие критерии оценки качества рекламного дизайн-продукта может применить заказчик?

Тема 4.6. UX/UI дизайн

Содержание учебного материала: веб-дизайн. Проектирование интерфейсов цифровых продуктов: мобильных и веб-приложений, сайтов. Управление пользовательским восприятием. Интерактивный дизайн: анимация, переходы между экранами, интерактивные кнопки и т.д. Требования к UX/UI дизайнеру.

Практические занятия: оценка веб-дизайна и его элементов интернет-ресурсов на выбор студента.

Самостоятельная работа: работа с интерактивным дизайном: анимация, переходы между экранами, интерактивные кнопки и т.д.

Формы текущего контроля по теме: устное сообщение по вопросам оценки продуктов веб-дизайна

Вопросы для подготовки к текущей аттестации по теме:

1. Что входит в понятие «веб-дизайн»?
2. Что такое пользовательский интерфейс, какова область его применения?
3. Что такое юзабилити и как связано с веб-дизайном?
4. Чем отличается работа графического дизайнера от работы UX/UI дизайнера?
5. Какие этапы включает проектирование интерфейсов цифровых продуктов: мобильных и веб-приложений, сайтов?
6. Поясните, как вы понимаете принципы управления пользовательским восприятием. Какова роль дизайнера в этом процессе?
7. Специфические требования к UX/UI дизайнеру.

Раздел 5. Аудио- рекламные продукты

Тема 5.1. Характеристики и области применения аудиорекламы

Содержание учебного материала: аудио как рекламный продукт. Виды аудио- рекламных продуктов. Области применения: аудиореклама на радио, в интернет-коммуникациях. Аудиореклама в событийном маркетинге. Подкасты. Шедервы мирового рекламного аудио. Современное состояние отрасли. Психология восприятия аудиоинформации и аудиорекламы.

Семинарское занятие: устные сообщения по истории радио и информации о радиостанциях

Практические занятия: обучение технологиям производства продуктов аудиорекламы и аудиоконтента

Самостоятельная работа: поиск информации и подготовка устных сообщений по истории радио, перечню, характеристикам и рейтингам современных радиостанций, вещающих в России

Формы текущего контроля по теме: демонстрация заготовок для аудиоработы в одном из форматов, выбранном студентами самостоятельно

Вопросы для подготовки к текущей аттестации по теме:

1. Охарактеризуйте аудио как рекламный продукт.
2. В чем состоят психологические особенности восприятия аудиоинформации и аудиорекламы?
3. Перечислите виды аудио- рекламных продуктов.
4. Специфика производства и креатива аудиорекламы на радио
5. Специфика производства и креатива аудиорекламы в интернет-коммуникациях.
6. Специфика производства и креатива аудиорекламы в событийном маркетинге.
7. Специфика производства и креатива подкастов.
8. Приведите известные вам примеры рекламных аудио- продуктов.
9. Охарактеризуйте современное состояние отрасли аудиорекламы.

Тема 5.2. Технические процессы в аудиорекламе

Содержание учебного материала: звукорежиссура, звукооператорское искусство. Профессиональное оборудование звукорежиссера, актуальные сервисы и программы. Этапы создания рекламного аудиопродукта. Препродакшн, продакшн, постпродакшн. Работа по озвучиванию, подбор голосов

Практические занятия: ознакомление с процессом озвучивания аудиорекламы в качестве технического специалиста (звукооператора), звукорежиссера или голоса (актера)

Самостоятельная работа: в соответствии с выбранной ролью провести тренировку перед записью

Формы текущего контроля по теме: демонстрация результатов работы над рекламным аудио

Вопросы для подготовки к текущей аттестации по теме:

1. Звукорежиссура как творческая и техническая профессия: требования, основные навыки.
2. Содержание и область применения работы звукооператора
3. Элементы профессионального оборудования звукорежиссера и звукооператора
4. Актуальные сервисы и программы по записи и обработке звука
5. Этапы создания рекламного аудиопродукта
6. Препродакшн рекламного аудиопродукта
7. Продакшн рекламного аудиопродукта
8. Постпродакшн рекламного аудиопродукта
9. Содержание работы по озвучиванию рекламного аудиопродукта
10. Критерии подбора голосов для озвучивания рекламного аудиопродукта

Тема 5.3. Организационные процессы в аудиорекламе

Содержание учебного материала: взаимодействие с заказчиком, техническое задание. Продюсирование рекламных аудиопроектов. Форматы деятельности специалиста: агентство, студия, фриланс. Правовые особенности работы со звуком и музыкальными произведениями

Практические занятия: командная работа по созданию и продюсированию аудиорекламы

Самостоятельная работа: составление технического задания по шаблону для объекта, выбранного из перечня

Формы текущего контроля по теме: письменное сообщение (отчет) о выполнении своей части задач в процессе командной работы

Вопросы для подготовки к текущей аттестации по теме:

1. Что входит в рекламную аудиоиндустрию (кадровые, материально-технические, творческие ресурсы?)

2. Что такое техническое задание для звукорежиссера, креатора, голоса, какие пункты в нем должны быть обязательно?
3. Что входит в задачи продюсирования рекламных аудиопроектов?
4. Какие критерии оценки качества рекламного аудиопродукта может применить заказчик?
5. В чем состоят правовые особенности работы со звуком и музыкальными произведениями?

Методические указания для обучающихся по освоению ПМ

Успешное освоение профессионального модуля предполагает активное, творческое участие обучающегося на всех этапах его освоения путем планомерной, повседневной работы. Обучающийся обязан посещать лекции, семинарские и практические занятия, получать консультации преподавателя и выполнять самостоятельную работу.

Выбор методов и средств обучения, образовательных технологий осуществляется преподавателем исходя из необходимости достижения обучающимися планируемых результатов освоения профессионального модуля, а также с учетом индивидуальных возможностей обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

Организация учебного процесса предусматривает применение инновационных форм учебных занятий, развивающих у обучающихся навыки командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерские качества (включая, при необходимости, проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей).

Изучение профессионального модуля следует начинать с проработки настоящей рабочей программы, методических указаний и разработок, указанных в программе, особое внимание уделить целям, задачам, структуре и содержанию дисциплины.

Главной задачей каждой лекции является раскрытие сущности темы и анализ ее основных положений. Содержание лекций определяется настоящей рабочей программой дисциплины.

Лекции – это систематическое устное изложение учебного материала. На них обучающийся получает основной объем информации по каждой конкретной теме. Лекции обычно носят проблемный характер и нацелены на освещение наиболее трудных и дискуссионных вопросов, кроме того они способствуют формированию у обучающихся навыков самостоятельной работы с научной литературой.

Предполагается, что обучающиеся приходят на лекции, предварительно проработав соответствующий учебный материал по источникам, рекомендуемым программой. Часто обучающимся трудно разобраться с дискуссионными вопросами, дать однозначный ответ. Преподаватель, сравнивая различные точки зрения, излагает свой взгляд и нацеливает их на дальнейшие исследования и поиск научных решений. После лекции желательно вечером перечитать и закрепить полученную информацию, тогда эффективность ее усвоения значительно возрастает. При работе с конспектом лекции необходимо отметить материал, который вызывает затруднения для понимания, попытаться найти ответы на затруднительные вопросы, используя предлагаемую литературу. Если самостоятельно не удалось разобраться в материале, сформулируйте вопросы и обратитесь за помощью к преподавателю.

Целью практических и лабораторных занятий является проверка уровня понимания обучающимися вопросов, рассмотренных на лекциях и в учебной литературе, степени и качества усвоения материала; применение теоретических знаний в реальной практике решения задач; восполнение пробелов в пройденной теоретической части курса и оказания помощи в его освоении. Практические занятия в равной мере направлены на совершенствование индивидуальных навыков решения теоретических и прикладных задач, выработку навыков интеллектуальной работы, а также ведения дискуссий. Конкретные пропорции разных видов работы в группе, а также способы их оценки определяются преподавателем, ведущим занятия.

Практические занятия предоставляют студенту возможность творчески раскрыться, проявить инициативу и развить навыки публичного ведения дискуссий и общения, сформировать определенные навыки и умения и т.п.

На семинарских занятиях под руководством преподавателя обучающиеся обсуждают дискуссионные вопросы, отвечают на вопросы тестов, закрепляя приобретенные знания, выполняют практические задания и т.п. Для успешного проведения семинарского занятия обучающемуся следует тщательно подготовиться. Основной формой подготовки обучающихся к семинарскому занятию является самостоятельная работа с учебно-методическими материалами, научной и научно-популярной литературой, статистическими данными и т.п.

Изучив конкретную тему, обучающийся может определить, насколько хорошо он в ней разобрался. Если какие-то моменты остались непонятными, целесообразно составить список вопросов и на занятии задать их преподавателю.

Учебная и производственная практика является обязательной составляющей при изучении профессионального модуля. Содержание практики, рекомендации по прохождению практики, фонды оценочных средств определяются программой практики. Организация и проведение практики осуществляется на основе Положения об организации и проведении практик обучающихся, осваивающих образовательные программы среднего профессионального образования.

Самостоятельная работа студентов включает в себя выполнение различного рода заданий (изучение учебной и научной литературы, материалов лекций, систематизацию прочитанного материала, подготовку контрольной работы, решение задач и т.п.), которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемого модуля. По каждой теме преподаватель предлагает обучающимся перечень заданий для самостоятельной работы. Самостоятельная работа может осуществляться в различных формах (например: подготовка докладов; написание рефератов; другие).

К выполнению заданий для самостоятельной работы предъявляются следующие требования: задания должны исполняться самостоятельно либо группой и представляться в установленный срок, а также соответствовать установленным требованиям по оформлению.

Каждую неделю рекомендуется отводить время для повторения пройденного материала, проверяя свои знания, умения и навыки по контрольным вопросам.

Результатом самостоятельной работы должно стать формирование у обучающегося определенных знаний, умений, практического опыта, компетенций.

Система оценки качества освоения профессионального модуля включает текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию.

Текущий контроль успеваемости обеспечивает оценивание хода освоения дисциплины (модуля), промежуточная аттестация обучающихся - оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по профессиональному модулю (в том числе результатов курсового проектирования).

При проведении промежуточной аттестации обучающегося учитываются результаты текущей аттестации в течение семестра.

Процедура оценивания результатов освоения профессионального модуля осуществляется на основе действующего Положения об организации текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ВятГУ.

Для приобретения требуемых компетенций, хороших знаний и высокой оценки по профессиональному модулю обучающимся необходимо выполнять все виды работ своевременно в течение семестра.

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы профессионального модуля требует наличия учебного кабинета.

Оборудование учебного кабинета:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя.

Технические средства обучения:

- ноутбук
- графический планшет
- видеокамера
- фотокамера
- монтажный компьютер
- оборудованная фотозона

4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, дополнительной литературы, интернет-ресурсов по МДК 04.01.

Основная литература:

1. Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства: учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 514 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10539-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517937> (дата обращения: 30.08.2023).

2. Трищенко, Д. А. Техника и технологии рекламного видео: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Д. А. Трищенко. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 177 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12575-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518451> (дата обращения: 30.08.2023).

3. Основы дизайна и композиции: современные концепции: учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. Э. Павловская [и др.]; ответственный редактор Е. Э. Павловская. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 119 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11671-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517147>

Дополнительная литература:

1. Пименов, В. И. Видеомонтаж. Практикум: учебное пособие для среднего профессионального образования / В. И. Пименов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 159 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11405-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518386> (дата обращения: 30.08.2023).

2. Шубина И.Б. Драматургия и режиссура. Экспрессия рекламного видео: учебное пособие / И. Б. Шубина. - Изд. 4-е, стер. - Санкт-Петербург: Планета музыки, 2022. - 296 с. — Текст: непосредственный

3. Шокорова, Л. В. Дизайн-проектирование: стилизация: учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. В. Шокорова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 74 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10584-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517951> (дата обращения: 30.08.2023)

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. Портал дистанционного обучения ВятГУ [Электронный ресурс] /Режим доступа: - <https://e.vyatsu.ru>

2. Раздел официального сайта ВятГУ, содержащий описание образовательной программы [Электронный ресурс] /-Режим доступа: <https://www.vyatsu.ru/nash-universitet/obrazovatel'naya-deyatel-nost/kolledzh/42-02-01-reklama.html>

3. Личный кабинет студента на официальном сайте ВятГУ [Электронный ресурс] /-Режим доступа: <http://student.vyatsu.ru>

Перечень электронно-библиотечных систем (ресурсов) и баз данных для самостоятельной работы

Используемые сторонние электронные библиотечные системы (ЭБС):

1. ЭБС «Научная электронная библиотека eLIBRARY» (<http://elibrary.ru/defaultx.asp>)
2. ЭБС «Издательства Лань» (<http://e.lanbook.com/>)
3. ЭБС «Университетская библиотека online» (www.biblioclub.ru)
4. ЭБС «ЮРАЙТ» (<http://biblio-online.ru>)
5. ЭБС «Академия» (<http://www.academia-moscow.ru/elibrary/>)

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

- Windows Professional;
- Office Professional Plus

**5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ В ХОДЕ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

Результаты обучения	Формы и методы контроля для оценки результатов обучения
МДК.04.01.	
<p>Освоенные умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - мониторить и оценивать креативные решения в рекламе для увеличения насмотренности - предлагать и разрабатывать рекламные идеи в разных форматах для разных объектов - характеризовать и оценивать современное состояние фото-рекламной отрасли - характеризовать и оценивать современное состояние видео-рекламной отрасли - характеризовать и оценивать современное состояние аудио-рекламной отрасли - выстраивать фото- и видеокадр по правилам - использовать в процессе создания рекламных продуктов профессиональное фото-, видео-, звуковое и световое оборудование - осуществлять фото-, видеосъемку, аудиозапись - проводить подготовительные действия в процессе создания рекламных продуктов (предпродакшн) - осуществлять обработку и монтаж отснятого (записанного) материала - использовать в процессе создания рекламных дизайн-продуктов соответствующее оборудование и программное обеспечение - характеризовать и оценивать современное состояние отрасли рекламного и медиадизайна <p>Усвоенные знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - понятие и перечень креативных (творческих) индустрий - представление о государственной поддержке креативных (творческих) индустрий в России - креативные техники, используемые в индустрии рекламы - основные понятия области креативных решений и рекламных сообщений - каналы рекламной коммуникации и соответствующие виды рекламных сообщений - рекламная фотография - технологии и виды рекламной фотосъемки - построение фотокадра - техническое оснащение производства рекламной фотографии - рекламное видео - технологии и виды рекламной видеосъемки - построение видеокадра - техническое оснащение производства рекламного видео - основные понятия и история дизайна - графический дизайн - рекламный и медиадизайн - этапы разработки рекламного дизайн-продукта - UX/UI дизайн 	<p>Экзамен в форме:</p> <ul style="list-style-type: none"> - устного опроса - выполнения заданий
Учебная практика	

<p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - мониторить и оценивать креативные решения в рекламе для увеличения намотренности - предлагать и разрабатывать рекламные идеи в разных форматах для разных объектов - выстраивать фото- и видеокадр по правилам - проводить подготовительные действия в процессе создания рекламных продуктов (предпродакшн) <p>Практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> - разрабатывать и презентовать заказчику или руководителю авторские рекламные идеи по заданному объекту - под контролем осваивать профессиональное фото- и видео-оборудование - осуществлять предпродакшн рекламного продукта в формате фото- и видео 	<p>Зачет в соответствии с заданием на практику и на основании результатов ее прохождения, подтверждаемых документами</p>
Производственная практика	
<p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать в процессе создания рекламных продуктов профессиональное фото-, видео-, звуковое и световое оборудование - осуществлять фото-, видеосъемку, аудиозапись - использовать в процессе создания рекламных дизайн-продуктов соответствующее оборудование и программное обеспечение <p>Практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> - осуществлять обработку и монтаж отснятого (записанного) материала - осуществлять разработку рекламных макетов - размещать подготовленные в разных форматах рекламные продукты на интернет-ресурсах 	<p>Зачет в соответствии с заданием на практику и на основании результатов ее прохождения, подтверждаемых документами</p>
Профессиональный модуль	
<p>ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.</p> <p>ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.</p> <p>ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.</p>	<p>Экзамен по модулю в форме:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выполнения комплексного практического задания