**Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация**

**«КАЛИНИНГРАДСКИЙ КОЛЛЕДЖ УПРАВЛЕНИЯ»**

|  |  |
| --- | --- |
|   |  Утверждено Учебно–методическим советом Колледжапротокол заседания № 35 от 11.11. 2021 г. |
| **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ****ПРОИЗВОДСТВО РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ****(ПМ.02)**

|  |  |
| --- | --- |
| По специальности | **42.02.01 Реклама** |
| Квалификация | **Специалист по рекламе** |
| Форма обучения  | **очная** |
|  |  |
| Рабочий учебный план по специальности утвержден директором 01.10.2021 г. |  |

 |

Калининград

**Лист согласования рабочей программы профессионального модуля**

Рабочая программа модуля ПМ.02 «Производство рекламной продукции» разработана в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.05.2014 г. № 510.

Составитель Шосталь О.В.

Рецензенты:

Представители работодателя:

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании Учебно- методического совета колледжа, протокол № 35 от 11.11.2021 г.

Регистрационный номер \_\_\_\_\_

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Содержание** | Стр. |
| 1. | Паспорт программы профессионального модуля  | 4 |
| 2. | Результаты освоения профессионального модуля  | 6 |
| 3. | Структура и содержание профессионального модуля  | 7 |
| 4. | Условия реализации программы профессионального модуля  | 24 |
| 5. | Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля  | 27 |
| 6.  | Приложение 1. Оценочные средства | 32 |

**1 ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.02 «ПРОИЗВОДСТВО РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ»**

**1.1 Область применения программы**

Программа профессионального модуля является частью основной профессиональной образовательной программы по специальности СПО в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама (базовой подготовки) в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): производство рекламной продукции и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

* + 1. Перечень профессиональных компетенций

|  |  |
| --- | --- |
| **Код** | **Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций** |
| ПК 2.1. | Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы. |
| ПК 2.2. | Создавать модели объекта с учетом выбранной технологии. |
| ПК 2.3. | Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале. |

* + 1. В результате освоения профессионального модуля студент должен

|  |  |
| --- | --- |
| Иметь практический опыт | выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта;построения модели (макета, сценария) объекта с учетом выбранной технологии;подготовки к производству рекламного продукта;производства рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков; |
| Уметь  | осуществлять фотосъемку для производства рекламного продукта;осуществлять видеосъемку для производства рекламного продукта;использовать компьютерные технологии при создании печатного рекламного продукта;разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы;использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео-, анимации;использовать мультимедийные и web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта; |
| Знать | 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. |

**1.2. Рекомендуемое количество часов на освоение программы профессионального модуля:**

Объем образовательной нагрузки – 692 часов, в том числе:

всего учебных занятий – 416 часов,

лекции – 160 часов,

практические занятия – 256 часов,

промежуточная аттестация – 8 часа,

консультации – 40 часов,

самостоятельная учебная работа – 228 часов.

Учебная практика – 72 часа.

Производственная практики – 144 часов.

**МДК.02.01 Выполнение рекламных проектов в материале**

объем образовательной нагрузки - 166 часов;

всего учебных занятий - 106 часа;

лекции – 40 часов;

практические занятия – 66 часа,

промежуточная аттестация – 2 часа (зачет с оценкой)

консультация – 10 часов,

самостоятельная учебная работа – 48 часов.

**МДК.02.02 Проектная компьютерная графика и мультимедиа**

объем образовательной нагрузки - 166 часов;

всего учебных занятий - 106 часа;

лекции – 40 часов;

практические занятия – 66 часа,

промежуточная аттестация – 2 часа (зачет с оценкой)

консультация – 10 часов,

самостоятельная учебная работа – 48 часов.

**МДК.02.03 Техника и технологии рекламной фотографии**

объем образовательной нагрузки - 180 часов;

всего учебных занятий - 102 часа;

лекции – 40 часов;

практические занятия – 62 часа,

промежуточная аттестация – 2 часа (зачет с оценкой)

консультация – 10 часов,

самостоятельная учебная работа – 66 часов.

**МДК.02.04 Техника и технологии рекламного видео**

объем образовательной нагрузки - 180 часов;

всего учебных занятий - 102 часа;

лекции – 40 часов;

практические занятия – 62 часа,

промежуточная аттестация – 2 часа (зачет с оценкой)

консультация – 10 часов,

самостоятельная учебная работа – 66 часов.

**УП.02.01 Учебная практика – 72 часа**

**ПП.02.01 Производственная практика (практика по профилю специальности) – 144 часа**

**2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.02 «ПРОИЗВОДСТВО РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ»**

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

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

ПК 2.2. Создавать модели объекта с учетом выбранной технологии.

ПК 2.3. Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях.

ОК 4. Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения заданий.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 9. Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности.

ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.

ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.

**3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.02 «ПРОИЗВОДСТВО РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ»**

**3.1. Тематический план профессионального модуля**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Коды профессиональных компетенций | Наименования разделов профессионального модуля[\*](%22%20%5Cl%20%22_ftn2%22%20%5Co%20%22) | Всего часов*(макс. учебная нагрузка и практики)* | Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов) | Практика  |
| Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося | Самостоятельная работа обучающегося | Учебная,часов | Производственная (по профилю специальности),часов |
| Всего,часов | в т.ч. практические занятия,часов | в т.ч., курсовая работа (проект),часов | Всего,часов | в т.ч., курсовая работа (проект),часов |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| ПК 2.3 | Раздел 1. МДК.02.01. «Выполнение рекламных проектов в материале» | 166 | 106 | 66 | - | 48 | - | - | - |
| ПК 2.1  | Раздел 2. МДК.02.02. «Проектная компьютерная графика и мультимедиа» | 166 | 106 | 66 | - | 48 | - | - |
| ПК 2.1 | Раздел 3. МДК.02.03 «Техника и технология рекламной фотографии» | 180 | 102 | 62 | - | 66 |  |  |  |
| ПК 2.1, 2.2 | Раздел 4. МДК.02.04 «Техника и технология рекламного видео» | 180 | 102 | 62 | - | 66 |  |  |  |
| ПК 2.1 – 2.3 | Учебная практика | 72 | 72 |  |  |  |  | 72 | - |
| ПК 2.1 – 2.3 | Производственная практика (по профилю специальности), часов | 144 | 144 |  |  |  |  |  | 144 |
|   | Всего: | 320 | 210 | 130 | 10 | 76 | - | 72 | 144 |

**3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ.02)**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем** | **Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся** | **Объем часов** | **Уровень освоения** |
| **МДК.02.01 Выполнение рекламных проектов в материале** |  |  |
| **Тема 1.1. Наружная реклама** | **Содержание** |  | 2 |
| Обзор и анализ рекламной продукции наружной рекламы. Световые короба, объемные буквы,неоновая реклама, информационные стенды, щитовая реклама, крышные установки, рекламныестелы, транспортная реклама. Технологии создания наружной рекламы. | 16 |  |
| **Практические занятия** |  | 2 |
| 1. Оформление рекламного информационного стенда. | 10 |  |
| 2. Оформление рекламы в транспорте - листовки. | 10 |  |
| **Самостоятельная работа обучающихся**1. Подготовить эскиз информационного рекламного стенда.2. Подготовить эскиз листовок – рекламы на транспорт. | 16 |  |
| **Тема 1.2.Производство****печатной продукции** | **Содержание**  |  | 2 |
| Виды принтеров. Виды бумаги и фотобумаги, их назначение. Способы рекламной продукции:способ глубокой печати, способ высокой печати, способ орловской печати, способ плоской печати,способ офсетной печати, способ струйной печати, способ трафаретной печати, способ флексографской печати. Резка готовой печатной продукции, ее окончательный сбор. Авторскаяпечатная форма. Подготовка макетов для печати. Выбор бумаги для печати. | 12 |  |
| **Практические занятия** |  | 2 |
| 1. Изготовление печатной рекламной продукции. | 12 |  |
| **Самостоятельная работа обучающихся**1. Подготовить чертеж бокса диска, для дальнейшего его оформления2. Подготовить чертеж бокса новогоднего подарка, для дальнейшего его оформления | 16 |  |
| **Тема 1.3 Рекламная****сувенирная продукция** | **Содержание**  |  | 2 |
| Виды рекламной сувенирной продукции: объемные наклейки, сувенирные ручки корпоративныезначки. Технологии их создания: тампопечать, горячее тиснение, вальцовка, гравертон, термоперенос. Анализ – психологическое воздействие потребителей на готовую сувенирнуюрекламную продукцию. Анализ рекламной сувенирной продукции известных изготовителей. | 12 |  |
| **Практические занятия** |  | 2 |
| 1. Изготовление эскиза, макета корпоративных значков. | 12 |  |
| 2. Изготовление эскиза, макета объемных наклеек. | 12 |  |
| 3. Выполнение симотического анализа рекламного продукта | 10 |  |
| **Самостоятельная работа обучающихся** 1. Приготовить эскизы для объемных наклеек2. Выполнить симотический анализ рекламной продукции | 16 |  |
| **Итого, часов:****Всего учебных занятий****в том числе практические занятия****Самостоятельная работа обучающегося****Консультации****Промежуточная аттестация** | **106****66****48****10****2** |  |

|  |
| --- |
| **МДК.02.02 Проектная компьютерная графика и мультимедиа** |
| **Тема 2.1. Форматы****графических изображений** | **Содержание** |  | 2 |
| Форматы графических изображений. Методы сжатия графических изображений. Качество графических изображений. Уменьшение размера графических изображений без потери качества. | 4 |  |
| **Тема 2.2. Графические****редакторы** | **Содержание** |  | 2 |
| Обзор графических редакторов по работе с растровыми и векторными изображениями. Их достоинства и недостатки. Область применения графических редакторов. | 4 |  |
| **Самостоятельная работа обучающихся**Составить доклад современные графические редакторы, их возможности. | 4 |  |
| **Тема 2.3. Графический****редактор Adobe Flash, его возможности.** | **Содержание** |  | 2 |
| Графический редактор Adobe Flash, его форматы изображений и роликов, применение редактора в создании рекламного продукта. Интерфейс программы Adobe Flash, основные команды и панели. Установки проекта ролика. Ключевые и пустые кадры. Покадровая анимация. Анимация движения простая, анимация движения по траектории. Изменение размеров в движении. Анимация формы. Сложная анимация-синтез покадровой, в движении и формы. Управление роликом. Создание интерактивного диалога между роликом и пользователем. Создание интерактивных кнопок. Знание и использование языка Action Script. Создание меню-просмотра изображений в редакторе Adobe Flash. Сценарий рекламного анимационного ролика. Построение анимации. Работа со слоями. Прорисовка рекламных объектов, героев. Эффекты анимации. Экспорт ролика. | 10 |  |
| **Практические занятия** |  | 2 |
| 1. Создание геометрических примитивов в графическом редакторе Adobe Flash. | 2 |  |
| 2. Создание сложных объектов в графическом редакторе Adobe Flash. | 2 |  |
| 3. Создание покадровой анимации в графическом редакторе Adobe Flash. | 2 |  |
| 4. Создание анимации в движении в графическом редакторе Adobe Flash. | 2 |  |
| 5. Создание анимации формы в графическом редакторе Adobe Flash. | 4 |  |
| 6. Создание интерактивных кнопок управления. | 4 |  |
| 7. Создание интерактивного диалога между пользователем и изображением. | 4 |  |
| 8. Создание структуры рекламного анимационного ролика в графическом редакторе Adobe Flash. | 4 |  |
| **Самостоятельная работа обучающихся**1. Создать анимацию движения прыгающего мячика от стенки к стенке с деформацией формы.2. Создать анимацию формы рекламного текста в графический объект.3. Создать сложную анимацию формы и движения, работа с библиотекой, создание клипов.4. Создание интерактивных кнопок.5. Написать сценарий к рекламному анимационному ролику | 12 |  |
| **Тема 2.4. Интернет-реклама.** | **Содержание** |  | 2 |
| Форматы интернет - рекламы, их качество и размер, ее размещение на сайте. Создание рекламной Web-страницы. Анализ известных рекламных Web-страниц. Создание анимированных интернет-заставок, изображений, фотографий, бегущих строк в качестверекламы | 10 |  |
| **Практические занятия** |  | 2 |
| 1. Создание рекламных аватаров (анимированных изображений для интернета) в графическом редакторе Adobe Photoshop. | 4 |  |
| 2. Создание структуры интернет - заставки, бегущей строки, в редакторе Adobe Flash. | 4 |  |
| **Самостоятельная работа обучающихся**1. Доработать анимацию в графическом редакторе Adobe Photoshop.2. Создать звуковое сопровождение к интернет – заставке в редакторе Adobe Flash. | 8 |  |
| **Тема 2.5. Графический****редактор 3Ds-Max, его возможности.** | **Содержание** |  | 2 |
| Графический редактор 3Ds-Max, его форматы изображений и роликов, применение редактора в создании рекламного продукта. Интерфейс программы 3Ds-Max, основные команды и панели. Управление видом в окнах проекции. Навигация при помощи навигационного куба, колеса. Простые и сложные объекты. Создание трехмерной модели, используя моделирование: сплайновое, полигональное, с использованием булевых переменных, при помощи модификаторов. Создание поверхностей вращения, трехмерных моделей методом лофтинга. Преобразование объекта в редактируемую поверхность. Порядок создания булевых объектов. Модификаторы: изгиб, решетка, смещение, зеркало, шум, выталкивание, ослабление, рябь, оболочка, перекос, шарообразность, срез, сдавливание, растягивание, сжатие, скручивание, модификаторы свободной трансформации. Создание анимации по ключевым кадрам. Изменение продолжительности анимации. Использование виртуальных камер. Анимация персонажей. Имитация динамических взаимодействий в 3D-max. Анимация с использованием частиц. Применение модулей волосы и шерсть, инструмента свиток для создания причесок, редактора – материал. Стандартные источники света и их использование в сцене. Создание теней в проекции. Визуализация готовой сцены Создание рекламного ролика в 3Ds-Max. Написание сценария ролика. Создание персонажей или объектов. Анимация движения персонажей. | 12 |  |
| **Практические занятия** |  | 2 |
| 1. Создание геометрических примитивов в графическом редакторе 3Ds-Max | 2 |  |
| 2. Создание трехмерных сцен. | 2 |  |
| 3. Создание сложных объектов с использованием модификаторов в графическом редакторе 3Ds-Max. | 2 |  |
| 4. Создание трехмерных моделей - сплайновое моделирование. | 2 |  |
| 5. Создание трехмерных моделей - полигональное моделирование. | 2 |  |
| 6. Создание трехмерных моделей - моделирование с использованием булевых операций. | 2 |  |
| 7. Создание простой анимации. | 2 |  |
| 8. Создание сложной анимации – имитация движения. | 2 |  |
| 9. Создание разного рода частиц, наложение на них эффектов и анимации | 2 |  |
| 10. Создание волос и шерсти на трехмерной модели. | 2 |  |
| 11. Создание текстуры и материала в 3Ds-Max. | 2 |  |
| 12. Освещение сцены и эффекты. | 4 |  |
| 13. Визуализация сцен в 3Ds-Max. | 4 |  |
| 14. Создание скелета рекламного ролика в 3Ds-Max. | 4 |  |
| **Самостоятельная работа обучающихся**1. Создать трехмерную модель в 3Ds-Max.2. Создать анимацию к созданному объекту в 3Ds-Max.3. Создать эффекты к созданному объекту в 3Ds-Max.4. Написать сценарий к рекламному анимационному ролику в 3Ds-Max.5. Разработать образ объекта рекламного ролика в 3Ds-Max.. | 24 |  |
| **Итого, часов:****Всего учебных занятий****в том числе практические занятия****Самостоятельная работа обучающегося****Консультации****Промежуточная аттестация** | **106****66****48****10****2** |  |
| **МДК.02.03 Техника и технология рекламной фотографии** |  |  |
| **Тема 3.1 Профессиональное****оборудование для****фотосъемки рекламного****продукта** | **Содержание** |  | 2 |
| Профессиональные фотокамеры, классификация фотокамер, их характеристики, область применения, вспышки, аксессуары к фотокамере (штативы, моноподы, фотосумки, фоторюкзаки, Flash-карты, аккумуляторы, светофильтры, UV-фильтры, бленды). Объективы, классификация объективов, область применения. Эксплуатация фотооборудования. Студийный свет: софтбоксы, рефлекторы, фотозонты, отражатели, фоны, импульсный свет. Зависимость между диафрагмой и выдержкой. Установка баланса белого, светосилы, ISO – чувствительности. Режимы базовой и творческой зоны. | 8 |  |
| **Практические занятия** |  | 2 |
| 1. Изучение возможностей профессиональной фотокамеры. | 2 |  |
| 2. Построение студийного света в фотостудии. | 2 |  |
| **Самостоятельная работа обучающихся**1. Дать техническое описание фотокамер, их возможности и назначение.2. Составить глоссарий.3. Составить рекомендации по уходу за фотооборудованием.4. Подобрать аксессуары к фотокамере.5. Создать варианты построения света в студии;6. Прописать алгоритмы работы творческой зоны. | 10 |  |
| **Тема 3.2. Фотосъемка****предметов.**  | **Содержание**  |  | 2 |
| Режимы творческой и базовой зоны. Фотосъемка в режиме приоритета выдержки, приоритета диафрагмы, ручном режиме предметов. Использование стационарной вспышки, независимой вспышки и фотосъемка без вспышки. Фотосъемка предметов, объектов в студии: натюрморт, интерьер, рекламный продукт. Натурная фотосъемка: пейзаж, архитектура. | 8 |  |
| **Практические занятия** |  |  |
| 1. Фотосъемка предметов, объектов не живой природы. | 2 |  |
| 2. Фотосъемка натюрмортов. | 2 |  |
| 3. Фотосъемка архитектуры. | 2 |  |
| 4. Фотосъемка интерьера. | 2 |  |
| 5. Фотосъемка пейзажа. | 2 |  |
| 6. Фотосъемка рекламного продукта (объект). | 2 |  |
| 7. Анализ рекламной фотографии (объекта неживой природы) | 2 |  |
| **Самостоятельная работа обучающихся**1. Построить и сфотографировать композицию натюрморта.2. Построить и сфотографировать композицию рекламного продукта.3. Сфотографировать пейзаж и архитектуру.4. Провести анализ известных рекламных фотографий, отечественных и зарубежных фотографов. | 14 |  |
| **Тема 3.3 Фотосъемка людей** | **Содержание** |  | 2 |
| Режимы творческой и базовой зоны. Фотосъемка в режиме приоритета выдержки, приоритета диафрагмы, ручном режиме людей. Использование стационарной вспышки, независимой вспышки и фотосъемка без вспышки. Постановочная фотография. Репортажная фотография. Рекламная фотография на продажу. | 8 |  |
| **Практические занятия** |  | 2 |
| 1. Фотосъемка мужчин и женщин | 2 |  |
| 2. Фотосъемка детей (подростки, маленькие дети, младенцы) | 4 |  |
| 3. Фотосъемка животных | 4 |  |
| 4. Фотосъемка людей в студии. | 4 |  |
| 5 Репортажная фотография. Социальная фотография. | 4 |  |
| **Самостоятельная работа обучающихся**1. Создать варианты использования студийного света при фотосъемке портрета2. Провести анализ известных репортажных фотографий, отечественных и зарубежныхфотографов3. Провести анализ известных постановочных фотографий, отечественных и зарубежныхфотографов4. Провести репортажную фотосъемку на улице в дневное время уличных сцен. | 14 |  |
| **Тема 3.4 Обработка****фотографии в графическом****редакторе Adobe Photoshop.** | **Содержание** |  | 2 |
| Графический редактор Adobe Photoshop, его форматы изображений и роликов, применение редактора в создании рекламного продукта. Интерфейс программы Adobe Photoshop, основные команды и панели. Создание рабочего стола. Изменение размера фотографии без потери качества. Форматы фотографий, их качество, область применения. Экспозиция, цветовой баланс изображения. Основные приемы редактирования фотографий, наложения текста, эффектов, фильтров, замена фона, изменение цветовых настроек, перевод в черно-белую фотографию. | 8 |  |
| **Практические занятия** |  | 2 |
| 1. Импортирование фотографий в графический редактор Adobe Photoshop. | 2 |  |
| 2. Изменение экспозиции, цветового баланса фотографии. | 2 |  |
| 3. Перевод цветной фотографии в черно-белое изображение. | 2 |  |
| 4. Создание художественной рамки для фотографии. | 2 |  |
| 5. Наложение текста на фотографию. | 2 |  |
| 6. Наложение эффектов и фильтров на фотографию. | 2 |  |
| 7. Создание нового фона на фотографии. | 2 |  |
| 8. Изменение цветовых настроек в дуплекс-режиме. | 2 |  |
| **Самостоятельная работа обучающихся**1. Создать авторскую художественную рамку.2. Создать фотокомпозицию, собрав ее элементы из разных фотографий.3. Увеличить резкость фотографии.4. Создать надпись на фотографии.5. Отредактировать цветную фотографию в двухтоновую. | 14 |  |
| **Тема 3.5 Рекламное****Портфолио.** | **Содержание** |  | 2 |
| Создание авторских кистей, фонов, шрифтов для создания рекламной продукции. Обработка фотографий под рекламную продукцию: рекламный плакат, концертная афиша, обложка журнала, поздравительная открытка. | 8 |  |
| **Практические занятия** |  | 2 |
| 1. Создание рекламного плаката с моделью. | 2 |  |
| 2. Создание рекламного плаката с объектом. | 2 |  |
| 3. Создание рекламного плаката - социальная реклама. | 2 |  |
| 4. Создание рекламной концертной афиши. | 2 |  |
| 5. Создание обложки журнала. | 2 |  |
| **Самостоятельная работа обучающихся**1. Найти тематические кисти, фоны, шрифты для обработки фотографий.2. Обработать фотографию под поздравительные открытки.3. Обработать фотографию под плакаты -социальной рекламы. | 14 |  |
| **Итого, часов:****Всего учебных занятий****в том числе практические занятия****Самостоятельная работа обучающегося****Консультации****Промежуточная аттестация** | **102****62****66****10****2** |  |
| **МДК.02.04 Техника и технологии рекламного видео** |  |  |
| **Тема 4.1 Видеокамеры и их****классификация.** | **Содержание** |  | 2 |
| Видеооборудование, классификация видеокамер, их область применения, профессиональные видеокамеры. Уход за видеооборудованием, его хранение. | 4 |  |
| **Тема 4.2 Аксессуары к****видеокамере** | **Содержание** |  | 2 |
| Объективы к видеокамерам, область применения, штативы, ST-Dcam, их область применения, аккумуляторы, видеосумки, средства ухода за видеоаппаратурой, диски, кассеты, flash-карты. | 6 |  |
| **Практические занятия** |  | 2 |
| 1. Эксплуатация видеооборудования. | 4 |  |
| **Самостоятельная работа обучающихся**Составить сравнительную таблицу «Видеооборудование и его область применения». | 4 |  |
| **Тема 4.3 Постановка цели и****задачи видеоролика.** | **Содержание** |  | 2 |
| Построение сценарной заявки – рабочей версии видеоролика. Сюжет, тема, цели, проблемы, факты, жанр, видеоролика. Необходимое оборудование, актеры, место видеосъемки, видео-редакторы, в котором будет произведен монтаж и рендеринг видеоролика. | 6 |  |
| **Самостоятельная работа обучающихся**Построить сценарную заявку видеоролика, обозначить цель, проблемы, задачи | 12 |  |
| **Тема 4.4 Построение****сценария ролика** | **Содержание** |  | 2 |
| Разработка идеи сценария, действий, сюжетов, эпизодов, актов. Создание образов героев, их внешности, черт характера, достоинств, недостатков, индивидуальности. Написание сценария ролика. Описание планов видеосъемки по готовому сценарию. | 6 | 2 |
| **Практические занятия** |  | 2 |
| 1. Построение структуры сценария ролика. | 4 |  |
| 2. Построение структуры сценария видеосъемки. | 4 |  |
| **Самостоятельная работа обучающихся**1. Доработать структуру сценария ролика2. Доработать структуру сценария видеосъемки ролика3. Доработать аниматику ролика | 12 |  |
| **Тема 4.5 Видеосъемка****рекламного ролика.** | **Содержание** |  | 2 |
| Основные приемы видеосъемки. Технологии видеосъемки: общего плана, крупного плана, диалога героев, героев в движении. | 6 |  |
| **Практические занятия** |  | 2 |
| 1. Видеосъемка общего плана. | 4 |  |
| 2. Видеосъемка крупного плана. | 4 |  |
| 3. Видеосъемка диалога нескольких героев. | 4 |  |
| 4. Видеосъемка героев в движении. | 6 |  |
| **Самостоятельная работа обучающихся**1. Подобрать и подготовить места для видеосъемки ролика.2. Провести кастинг актеров для видеосъемки ролика3. Провести дополнительную видеосъемку общих планов.4. Провести видеосъемку людей. | 14 |  |
| **Тема 4.6 Видео - редакторы,****их назначение и возможности.** | **Содержание** |  | 2 |
| Современные видео-редакторы, их возможности и область применения. Форматы видео – файлов, их качество, установки проекта: система PAL, NTSC, HDR. | 6 |  |
| **Практические занятия** |  | 2 |
| 1. Видео-редакторы i-Movie, Adobe Premiere. | 4 |  |
| 2. Форматы видео-файлов, их назначение. | 4 |  |
| **Самостоятельная работа обучающихся**Проанализировать достоинства и недостатки изучаемых программ – редактирования видео – файлов. | 6 |  |
| **Тема 4.7. Монтаж****видеоролика.** | **Содержание** |  | 2 |
| Интерфейс видео-редактора, основные панели, основные команды, захват видео, импортирование файлов, монтирование ролика в видео – редакторе. Основные принципы монтажа, видео – переходы, видео- эффекты, аудио-переходы, аудио – эффекты. Микширование звука. Формат кадра ролика, изменение его параметров в видео - редакторе. Скорость кадров в ролике. Масштабирование, прозрачность, наложение эффектов на кадры. Создание титров в видео-редакторе, визуализация проекта, просмотр, анализ ролика, экспортирование ролика в необходимый формат и качества. | 6 |  |
| **Практические занятия** |  | 2 |
| 1. Импортирование видео-файлов в видео-редактор. | 4 |  |
| 2 Монтирование видеоролика. | 4 |  |
| 3. Создание эффектов в видеоролике. | 4 |  |
| 4. Создание титров в ролике. | 4 |  |
| 5. Рендеринг проекта ролика.  | 4 |  |
| 6. Экспортирование видеоролика. | 4 |  |
| **Самостоятельная работа обучающихся**1. Монтировать видеоролик в видео – редакторе.2. Подобрать музыкальное сопровождение к ролику.3. Подобрать звуковые эффекты к ролику.4. Провести анализ известных рекламных роликов. | 18 |  |
| **Итого, часов:****Всего учебных занятий****в том числе практические занятия****Самостоятельная работа обучающегося****Консультации****Промежуточная аттестация** | **102****62****66****10****2** |  |
| **Учебная практика****Виды работ:***МДК.02.01 Выполнение рекламных проектов в материале*Приготовить тематическое портфолио « Наружная реклама в городе»;Изготовить печатную, рекламную продукцию: визитки, полноцветный плакат, концертную афишу, журнальную продукцию,упаковку;Подготовить макет щитовой рекламы;Подготовить макет рекламы, с использованием объемных букв;Подготовить макет рекламного сувенира.*МДК.02.02 Проектная компьютерная графика и мультимедиа*Нарисовать по созданным эскизам мультипликационный образ, сцены для будущих интернет – заставок в графическом редактореCorel Draw или Adobe Flash .Создать рекламный Flash –баннеры, интернет - заставки в графическом редакторе Adobe Flash.Создать 2 анимированные открытки на фоне авторских фотографий в графическом редакторе Adobe Photoshop.Создать рекламный ролик в 3D-редакторе на 1 минуту.Создать структуру рекламной Web-страницы в редакторе Adobe Dreamweaver.*МДК.03.03 Техника и технологии рекламной фотографии*Провести фотосъемку натюрмортаПровести фотосъемку архитектурыПровести фотосъемку интерьераПровести фотосъемку пейзажаПровести фотосъемку рекламного продуктаПровести фотосъемку женщинПровести фотосъемку мужчинПровести фотосъемку детей (подростки, маленькие дети, младенцы)Провести фотосъемку животныхПровести постановочную фотосъемкуПровести репортажную фотосъемкуПровести фотосъемку концертаПровести фотосъемку спортивных мероприятийПровести ночную фотосъемку городаОбработать фотографии под рекламные плакатыОбработать фотографии под концертную афишуОбработать фотографии под обложку журналаОбработать фотографии под рекламный баннерОбработать фотографии под обложку боксов диска, кассет.*МДК.02.04 Техника и технологии рекламного видео*Написать сценарий рекламного ролика на 5 минутНаписать сценарий видеосъемки рекламного ролика на 5 минутПровести видеосъемку рекламного роликаНаписать монтажный план видеороликаМонтирование рекламного ролика в видео - редактореСоздать видеоэффекты в рекламном роликеОзвучить рекламный роликКорректировать рекламный ролик | **72** |  |
| **Производственная практика (по профилю специальности)****Виды работ:** 1. Разработка мультимедийной(интернет, видео, анимационной) рекламной компании (по выбору студента). Подготовка презентации дизайн-проекта.2. Работа по заданию работодателей. | **144** |  |
| **Всего** | **692** |  |

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

1 – ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
2 – репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством);

3 – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач).

**4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.02 «ПРОИЗВОДСТВО РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ»**

**4.1 Перечень образовательных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по модулю, включая перечень лицензионного программного обеспечения, современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем**

**4.1.1 Образовательные технологии**

При реализации различных видов учебной работы по модулю используются следующие образовательные технологии:

1. Технологии проблемного обучения: проблемная лекция, практическое занятие в форме практикума.
2. Интерактивные технологии: Лекция «обратной связи» (лекция – дискуссия)
3. Информационно-коммуникационные образовательные технологии: Лекция-визуализация
4. Инновационные методы, которые предполагают применение информационных образовательных технологий, а также учебно-методических материалов, соответствующих современному мировому уровню, в процессе преподавания дисциплины:
* использование медиаресурсов, энциклопедий, электронных библиотек и Интернет;
* решение юридических, экономических (других) задач с применением справочных систем «Гарант», «Консультант +»;
* консультирование студентов с использованием электронной почты;
* использование программно-педагогических тестовых заданий для проверки знаний обучающихся.

**4.1.2 Лицензионное программное обеспечение:**

В образовательном процессе при изучении модуля используется следующее лицензионное программное обеспечение:

1. ОС Microsoft Windows 7 (лицензии Microsoft Open License (Value) Academic).
2. Microsoft Office 2007 (лицензии Microsoft Open License (Value) Academic).
3. Kaspersky Endpoint Security (лицензия 1C1C-200323-080435-420-499 до 04.04.2021).
4. СПС Консультант Плюс (договор №ИП20-92 от 01.03.2020).
5. Контент-фильтрация (договор с Контент-фильтрация (договор с ООО «СкайДНС» Ю-04056 от 15 января 2021 года).
6. Система тестирования INDIGO (лицензия №54736 от 07.09.2018).
7. CorelDRAW Graphics Suite.
8. Adobe Illustrator CC.
9. Adobe Photoshop CC.
10. Autodesk 3ds Max 2022 Desktop Subscription.

**4.1.3. Современные профессиональные базы данных**

В образовательном процессе при изучении модуля используются следующие современные профессиональные базы данных:

1. «Университетская Библиотека Онлайн» - https://biblioclub.ru/.
2. Научная электронная библиотека [eLIBRARY.RU](https://lib.tusur.ru/ru/resursy/bazy-dannyh/elibrary-ru) – <http://www.elibrary.ru/>

**4.1.4 Информационные справочные системы:**

Изучение модуля сопровождается применением информационных справочных систем:

1. Справочная информационно-правовая система «Гарант» (договор № 118/12/11).

2. Справочная информационно-правовая система «КонсультантПлюс» (договор № ИП20-92 от 01.03.2020).

**4.2** [**Основная и дополнительная учебная литература и электронные образовательные ресурсы, необходимые для освоения дисциплины**](file:///C%3A%5CUsers%5C%D0%95%D0%BC%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D1%8F%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0.UPRAVLENIEKIU%5CDesktop%5CLocal%20Settings%5CTemp%5C%D0%A0%D0%90%D0%91%D0%9E%D0%A7%D0%90%D0%AF%20%D0%9F%D0%A0%D0%9E%D0%93%D0%A0%D0%90%D0%9C%D0%9C%D0%90%2010%20%D1%8F%D0%BD%D0%B2%D0%B0%D1%80%D1%8F%5C%D0%9F%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B6%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5%20%D0%BF%D0%BE%20%D0%A0%D0%9F%20%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D0%BD%D0%BE%D0%B5.docx#bookmark16)

**Основная учебная литература**

1. Евстафьев, В. А. Организация и практика работы рекламного агентства: учебник / В. А. Евстафьев, А. В. Молин. – 2-е изд., стер. – Москва: Дашков и К°, 2019. – 508 с. : ил., табл., схем. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=621637>. – ISBN 978-5-394-03297-4. – Текст: электронный.
2. Мастерство продюсера кино и телевидения: учебник / под ред. П. К. Огурчикова, В. И. Сидоренко, В. В. Падейского. – Москва: Юнити, 2015. – 860 с.: табл., граф., ил, схемы – (Медиаобразование). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114715>. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-238-01329-9. – Текст: электронный.

**Дополнительная учебная литература**

1. Булатова, Э. В. Стилистика текстов рекламного дискурса: учебное пособие / Э. В. Булатова. – Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2012. – 264 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=240310>. – ISBN 978-5-7996-0741-8. – Текст: электронный.
2. Моуат, Д. Видеомаркетинг. Стратегия, контент, производство=Video marketing strategy. Harness the power of online video to drive brand growth: [12+] / Д. Моуат; ред. Н. Ворыханова; пер. с англ. М. Мацковской. – Москва: Альпина Паблишер, 2019. – 402 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=570421>. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-9614-1567-4. – Текст: электронный.
3. Платонова, Н. С. Создание информационного листка (буклета) в Adobe Photoshop и Adobe Illustrator: учебное пособие: [12+] / Н. С. Платонова. – Москва: Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ): Бином. Лаборатория знаний, 2009. – 152 с. – (Лицей информационных технологий). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=233203>. – ISBN 978-5-9963-0038-9. – Текст: электронный.
4. Соловьев, М. М. 3DS Max 9. Самоучитель: практическое пособие / М. М. Соловьев. – Москва: СОЛОН-ПРЕСС, 2007. – 376 с. – («Самоучитель пользователя»). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=227137>. – ISBN 5-98003-302-5. – Текст: электронный.
5. Стейплс, Т. Прорваться сквозь шум: как привлечь всеобщее внимание в сети: практическое пособие: [16+] / Т. Стейплс, Д. Янг; пер. с англ. Н. Колесников. – Москва: Альпина Паблишер, 2020. – 256 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=598252>. – ISBN 978-5-9614-3004-2. – Текст: электронный.
6. Ткаченко, Н. В. Креативная реклама: технологии проектирования: учебное пособие / Н. В. Ткаченко, О. Н. Ткаченко; под ред. Л. М. Дмитриевой. – Москва: Юнити, 2015. – 336 с. – (Азбука рекламы). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114422>. – ISBN 978-5-238-01568-2. – Текст: электронный.
7. Шестов, Н. П. Сценарий рекламного ролика как часть рекламной стратегии / Н. П. Шестов. – Москва: Лаборатория книги, 2011. – 153 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=142520>. – ISBN 978-5-504-00542-3. – Текст: электронный.
8. Шпаков, П. С. Основы компьютерной графики: учебное пособие / П. С. Шпаков, Ю. Л. Юнаков, М. В. Шпакова; Сибирский федеральный университет. – Красноярск: Сибирский федеральный университет (СФУ), 2014. – 398 с.: табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=364588>. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7638-2838-2. – Текст: электронный.

**Нормативно – правовые документы**

1. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушения от 30.12.2001 № 195-ФЗ (ред. от 01.07.2021, с изм. от 09.11.2021) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.10.2021).
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 28.06.2021, с изм. от 26.10.2021).
3. Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 № 38\_ФЗ (ред. от 02.07.2021).
4. Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ (ред. от 02.07.2021) «О защите конкуренции».
5. Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 (ред. от 11.06.2021) «О защите прав потребителей».
6. Правила установки и эксплуатации рекламных конструкций на территории городского округа «Город Калининград» (утв. Решением городского Совета депутатов Калининграда от 22 октября 2014 г. N 319).

**4.3 Дополнительные ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины**

1. <https://www.shopolog.ru/>
2. <https://biz.mann-ivanov-ferber.ru/>
3. <https://www.sostav.ru/>
4. <http://azconsult.ru/blog/>
5. <http://blog.getgoodrank.ru/>
6. <https://www.kasper.by>
7. <https://www.behance.net/>
8. <https://www.awwwards.com/>
9. <https://www.designspiration.com/>
10. <https://synapticstimuli.com/>
11. <http://www.designmadeingermany.de/sites-we-like/>
12. <https://www.logodesignlove.com/>
13. <https://fonts.ilovetypography.com/>
14. <https://www.paratype.ru/>
15. <https://www.materialpalette.com/>

**4.4 Требования к минимальному материально-техническому обеспечению, необходимого для осуществления образовательного процесса по модулю**

Для изучения профессионального модуля используется Лаборатория компьютерного дизайна. Основное оборудование:

Компьютер- 15 шт.;

Экран- 1 шт.;

Проектор- 1шт.;

Доска маркерная – 1 шт.;

Стол 2-х местный – 12 шт.;

Стол на метал. ножках- 8 шт.;

Стул - 26 шт.;

Стенд пробковый – 1 шт.;

Стенд тематический – 8 шт.;

Подставка под компьютер- 14шт.;

Шкаф навесной – 1 шт;

Шкаф – 2 шт;

Полки -4 шт;

Интерактивная доска – 1 шт.

Аудитория оснащена современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов.

Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из:

мультимедийного проектора,

проекционного экрана,

акустической системы,

персонального компьютера (с техническими характеристиками не ниже: процессор не ниже 1.6.GHz, оперативная память – 1 Gb, интерфейсы подключения: USB, audio, VGA.

 Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть «Интернет».

Компьютерное оборудованием имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочей учебной программе дисциплин.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду Института.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе «Университетская библиотека ONLINE», доступ к которой предоставлен обучающимся. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека ONLINE» реализует легальное хранение, распространение и защиту цифрового контента учебно-методической литературы для вузов с условием обязательного соблюдения авторских и смежных прав. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека ONLINE» обеспечивает широкий законный доступ к необходимым для образовательного процесса изданиям с использованием инновационных технологий и соответствует всем требованиям ФГОС СПО.

**5. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля ПМ.02 «ПРОИЗВОДСТВО РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ»**

**5.1 Оценочные средства и методические материалы по итогам освоения дисциплины**

Типовые задания, база тестов и иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения модуля (в т.ч. в процессе ее освоения), а также методические материалы, определяющие процедуры этой оценки приводятся в приложении 1 к рабочей программе модуля.

Универсальная система оценивания результатов обучения выполняется в соответствии с Положением о формах, периодичности и порядке проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в АНПОО «ККУ», утвержденным приказом директора от 03.02.2020 г. № 31 о/д и включает в себя системы оценок:

1) «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»;

2) «зачтено», «не зачтено».

**5.2 Критерии и методы оценки результатов освоения профессионального модуля**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Код и наименование профессиональных и общих компетенций, формируемых в рамках модуля | Критерии оценки | Методы оценки |
| ПК 2.1 Выбирает и использует инструмент, оборудование и основные изобразительные средства и материалы при исполнении рекламного продукта. | - подбирает оборудование, инструменты и материалы для изготовления рекламного продукта;- анализирует и корректирует выбранные средства;- использует профессиональную фотокамеру, профессиональную видеокамеру, USB-порт для захвата видеоматериала, аксессуары, электронное перо в рисовании графических объектов;- выбирает и использует студийное фотооборудование и оптимальный фон под студийную фотосъемку;- выбирает и использует студийное видеооборудование и оптимальный фон под студийную видеосъемку;- ухаживает и хранит профессиональное фотооборудование, профессиональную видеокамеру; | Интерпретация результатов наблюдения за обучающимися в ходе выполнения практических работ;Экспертная оценка составленных рекомендаций по уходу за оборудованием |
| ПК 2.2 Создает модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии. | - разрабатывает сценарии для съемок и монтажа рекламы:- разрабатывает сценарную заявку рекламного ролика;- - разрабатывает сценарий рекламного ролика;- -разрабатывает сценарий видеосъемки рекламного ролика;- -разрабатывает сценарий монтажного плана.- разрабатывает макеты рекламной печатной продукции;- разрабатывает макеты мультимедийной рекламы. | Экспертная оценка разработанного авторского сценария.Интерпретация результатов наблюдения за обучающимися в ходе выполнения практических работ;Экспертная оценка разработанного авторского рекламного проекта. |
| ПК 2.3 Исполняет оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.  | - подготавливает рекламный продукцию или ее отдельные элементы к производству:- печатает обложки для боксов дисков, кассет, концертные афиши, рекламные плакаты, рекламные двусторонние листовки, авторские рекламные открытки;- изготавливает в электронном варианте рекламные баннеры;- -собирает упаковку;- -оформляет рекламную продукцию. | Экспертная оценка выполнения практических работ.Экспертная оценка разработанного авторского рекламного проекта.Экспертная оценка созданного портфолио |

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общих компетенций и обеспечивающих их умений.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Код и наименование общих компетенций, формируемых в рамках модуля | Критерии оценки | Методы оценки |
| ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес. | Активность, инициативность в процессе освоения программы модуля Эффективность и качество выполненной самостоятельной работы. Участие в конкурсах профессионального мастерства, выставках-ярмарках, мастер-классах и т.п. Систематичность в изучении дополнительной, справочной литературы, периодических изданий по профессии  | Собеседование. Отчет по учебной и производственной практике. Практические работы. Творческие работы. Анализ библиотечного формуляра обучающегося, оценка результатов самостоятельной работы  |
| ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество. | Результативность организации собственной деятельности для выполненияпрофессиональных задачПрактические работы.Адекватный выбор методов и способов решения профессиональных задач;Точность подбора критериев и показателей оценки эффективности и качества выполнения профессиональных задач | Собеседование. Отчет по учебной и производственной практике. |
| ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность. | Обоснованность принятия решения в стандартных и нестандартных ситуациях; | Собеседование. Отчет по учебной и производственной практике. Практические работы. |
| ОК 4. Осуществлять поиск ииспользование информации,необходимой для эффективноговыполнения профессиональныхзадач, профессионального и личностного развития. | Нахождение и использование информации для эффективного выполненияпрофессиональных задач, профессионального и личностного развития;Адекватность использования нескольких источников информации для решения профессиональных задач, включая электронные; | Собеседование. Отчет по учебной и производственной практике.Практические работы.Творческие работы. Самостоятельная работа. |
| ОК 5. Использовать информационно- коммуникационные технологии в профессиональной деятельности. | Своевременность решения профессиональных задач на основе самостоятельно найден-ной информации с использованием ИКТ;Результативность использования различных информационных источников с использованием ИКТ;Качество оформления результатов работы с использованием ИКТ; | Собеседование. Отчет по учебной и производственной практике. Практические работы. |
| ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями. | Ясность и аргументированность изложения собственного мненияПравильность выбора стратегии поведения при организации работы в командеРезультативность взаимодействия с коллегами, руководством, потребителями | Собеседование. Отчет по учебной и производственной практике. Практические работы. |
| ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий. | Адекватность оценки и анализа эффективности и качества результатов работы членов команды (подчиненных) | Собеседование.Отчет по учебной и производственной практике. Практические работы. |
| ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации. | Результативность внеаудиторнойсамостоятельной работы при изучении профессионального модуля;Верность выбора способов коррекции результатов собственной деятельности; | Собеседование. Отчет по учебной и производственной практике. Практические работы. |
| ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности. | Систематичность в изучении дополнительной, справочной литературы, периодических изданий в области профессиональной деятельности; | Анализ библиотечного формуляра обучающегося.Собеседование.Отчет по учебной ипроизводственной практике.Практические работы. |
| ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности. | Точность определения порядка организации предпринимательской деятельности в профессиональной областиТочность определения видов ответственности в сфере профессиональной деятельности в соответствии с законодательством РФ. | Анкетирование. Собеседование. Практические работы. |
| ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке | Технология электронных образовательныхресурсов (работа с информационными источниками в сети Интернет) | Практические работы. |