

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Катрич Ольга Владимировна  
Должность: директор  
Дата подписания: 28.11.2023 11:53:29  
Уникальный программный ключ:  
cfda5e8f32dda9141ed3a8a5d0d734bfe51ad91



**Автономная некоммерческая организация среднего профессионального образования  
«Новосибирский городской открытый колледж»  
(АНО СПО «НГОК», НГОК)**

СОГЛАСОВАНО

Исполнительный директор ООО  
«Рекламное агентство «Солнцевуд 11»

Е.А. Ахахлина  
«30» августа 2023 года

Рассмотрено и принято  
на заседании Исследовательского совета  
АНО СПО «НГОК»

Протокол № 1  
от «30» августа 2023 года



УТВЕРЖДЕНО  
Директор АНО СПО «НГОК»

О.В. Катрич  
«30» августа 2023 года



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ  
ПМ.02 Производство рекламной продукции**

специальности  
42.02.01 Реклама

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта 42.02.01 Реклама и примерной основной образовательной программы по специальности 42.02.01 «Реклама»

Организация-разработчик: АНО СПО «Новосибирский городской открытый колледж»

## СОДЕРЖАНИЕ

	СТР
<b>1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	4
<b>2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	6
<b>3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	7
<b>4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	20
<b>5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	26

# 1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

## ПМ.02 Производство рекламной продукции

### 1.1. Область применения программы

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

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

ПК 2.2. Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.

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

Программа профессионального модуля может быть использована в дополнительном профессиональном образовании, повышении квалификации, профессиональной подготовке и переподготовке кадров в рамках профессий рабочих и должностей служащих по ОК 016-94: 20032 Агент рекламный, при наличии основного общего, среднего общего образования. Опыт работы не требуется.

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

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

#### **иметь практический опыт:**

- выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта;
- построения модели (макета, сценария) объекта с учетом выбранной технологии;
- подготовки к производству рекламного продукта;
- производства рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков.

#### **уметь:**

- осуществлять фотосъемку для производства рекламного продукта;
- осуществлять видеосъемку для производства рекламного продукта;
- использовать компьютерные технологии при создании печатного рекламного продукта;
- разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы;
- использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео-, анимации;

- использовать мультимедийные и web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта;
- реализовывать творческие способности для создания рекламного образа.

**знать:**

- технику, технологии и технические средства фотосъемки в рекламе;
- технику, технологии и технические средства видеосъемки в рекламе;
- технические и программные средства для создания печатного рекламного продукта;
- технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации;
- технологию создания Интернет - рекламы;
- аппаратное и программное обеспечение.
- тексты различных средств рекламы;
- специфику создания текстов на радио и телевидении;
- жанрово-тематические особенности видеоматериалов.

**1.3. Количество часов на освоение программы профессионального модуля:**

**всего – 948 часов**, в том числе:

Максимальной учебной нагрузки обучающегося – **698 часов**, включая:  
обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 460 часов;

Практических занятий – 332 часа;

самостоятельной работы обучающегося – 238 часов;

Учебной практики – 108 часов;

Производственной практики – 144 часа.

## 2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

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

#### 3.1. Тематический план профессионального модуля ПМ 02 Производство рекламной продукции

Коды профессиональных компетенций	Наименование разделов профессионального модуля	Всего часов (макс. учебная нагрузка)	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. лекций	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	в т.ч. курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	в т.ч. курсовая работа (проект), часов		
ПК.2.3	МДК.02.01 Выполнение рекламных проектов в материале	158	104	32	72		54			
ПК.2.1	МДК.02.02 Проектная компьютерная графика и мультимедиа	194	128	32	96		66			
ПК.2.1	МДК.02.03 Техника и технологии рекламной фотографии	188	124	32	92		64			
ПК.2.1, ПК 2.2	МДК.02.04 Техника и технологии рекламного видео	158	104	32	72		54			
	<b>Всего:</b>	<b>698</b>	<b>460</b>	<b>128</b>	<b>332</b>		<b>238</b>	<b>108</b>	<b>144</b>	

### 3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю ПМ. 02 Производство рекламной продукции

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работ (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения
<b>ПМ 02. Производство рекламной продукции</b>		<b>698</b>	
<b>МДК.02.01 Выполнение рекламных проектов в материале</b>		<b>168</b>	
<b>Тема 1.1 Наружная реклама</b>	<b>Содержание учебного материала е</b>	2/4/4	2
	Виды наружной рекламы, назначение и роль. Обзор и анализ рекламной продукции наружной рекламы Новосибирской области. Технологии создания наружной рекламы.	<b>2</b>	
	<b>Практические занятия</b>	<b>4</b>	
	№1.Разработка макета билборда с мокапом для компании Рич Фемели/Маяк/ТЦ Мега	2	
	№2. Оформление рекламы в метро - листовки.	2	
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> 1. Подготовить эскиз информационного билборда для компании Рич Фемели/Маяк/ТЦ Мега 2. Подготовить эскиз листовок – рекламы в метро.	<b>4</b>	
<b>Тема 1. 2. Рекламная печатная продукция</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	2/6/4	3
	Виды печатной рекламной продукции. Виды бумаги и фотобумаги, их назначение.	2	
	Способы печати 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. Авторская печатная форма. Подготовка макетов для печати. Выбор бумаги для печати.	2	
	<b>Практические занятия</b>	<b>6</b>	
	№3 Информационное наполнение и верстка евробуклета	2	
	№4 Верстка и печать евробуклета для b2c	2	
	№5 Разработка и печать листовки формата А5 для промо распространения	2	
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> 1. Подготовить эскиз евробуклета и листовки формата А5, для дальнейшей верстки и печати 2. Подготовить примеры реальной рекламной печатной продукции, принятой в качестве эталона	<b>4</b>	
<b>Тема 1.3</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	2/8/6	3



<b>Упаковка, как средство рекламной коммуникации</b>	Функции и назначение упаковки. Структура и наполнение упаковки. Нейм и дизайн упаковки	2	
	<b>Практические занятия</b>	<b>8</b>	
	№6 Верстка дизайна упаковки и нейм для мёда	2	
	№7 Верстка дизайна упаковки и нейм для сока	2	
	№8 Верстка дизайна упаковки и нейм для сухого завтрака	2	
	№9 Презентация разработанных проектов упаковки	2	
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> 1. Подготовить эскизы дизайна упаковки по продуктам мед, сок, сухой завтрак 2. Корректировки макетов	4	
<b>Тема 1.4 Каталог и фирменные открытки, как инструмент продаж</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	2/10/6	2
	Разновидности каталогов и их назначение в b2b и b2c сегментах. Структура. Назначение обложки и ее виды. Количество страниц в каталоге	2	
	Открытки: разновидности, назначение		
	<b>Практические занятия</b>	<b>10</b>	
	№ 10 Наполнение каталога по ТЗ заказчика 8 стр. для b2b сегмента	2	
	№11 Верстка каталога 8 стр. для b2b сегмента	2	
	№12 Печать каталога	2	
	№13 Презентация каталога	2	
	№14 Разработки серии открыток для компании по выбору: стимулирующей для массовой рассылки по электронной почте, печатная для индивидуальных VIP поздравлений, для внутреннего пользования	2	
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> 1. Подготовка материалов для каталога 2. Верстка каталога и подготовка к печати 3. Исправление и доработка каталога 4. Корректировка и доработка открыток	<b>4</b>	
<b>Тема 1.5 Рекламная сувенирная продукция</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	4/6/4	2
	Назначение и разновидности сувенирной продукции. Элементы фирменной айдентики. Анализ – психологическое воздействие потребителей на готовую сувенирную рекламную продукцию. Анализ рекламной сувенирной продукции известных изготовителей.	2	
	Технологии нанесения: тампопечать, горячее тиснение, вальцовка, гравертон, термоперенос.	2	
	<b>Практические занятия</b>	<b>6</b>	
	№15 Разработка квартального календаря и блокнота	2	
	№16 Разработка квартального фирменного бланка организации, конверта, пакета, фирменного значка	2	
	№17 Подбор и брендинг продукции, подготовка мокапов набора сувенирной продукции по ТЗ для компании	2	

	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> 1. Изучение каталогов сувенирных изделий Проект 111, Happy Gifts, Oasis 2. Доработка и корректировка макетов сувенирной продукции	<b>4</b>	
<b>Тема 1.6 Визитки</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	2/4/4	2
	Назначение и разновидности визиток. Верстка и обязательные элементы. Разновидности бумаги для выбора	2	
	<b>Практические занятия</b>	<b>4</b>	
	№18 Разработка визиток: личной, деловой и корпоративной	2	
	№19 Демонстрация разработанной продукции, а также портфолио реальных визиток	2	
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> 1. Подбор реальных визиток для портфолио 2. Доработка макетов визиток	<b>4</b>	
<b>Тема 1.7 Рекламные аудиоролики</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	4/4/6	2
	Аудиореклама. Разновидности роликов, бриф на разработку рекламного ролика на радио	2	
	Радиореклама в новосибирской области	2	
	<b>Практические занятия</b>	<b>4</b>	
	№20 Разработка брифа на разработку рекламного аудиоролика на радио	2	
	№21 Создание, монтаж аудиоролика по брифу заказчика	2	
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> 1. Подготовка презентации по радиостанции НСО 2. Написание рекламного текста для аудио ролика по брифу заказчика	<b>6</b>	
<b>Тема 1.8 Бумага. Рекламные макеты в прессе</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	4/6/6	2
	Разновидности и параметры бумаги. Требования к качеству и параметрам в зависимости от сегмента и назначения	2	
	Разновидности рекламных макетов в прессе	2	
	<b>Практические занятия</b>	<b>6</b>	
	№22 Разработать макет «Сетка»	2	
	№23 Разработать макет «Мультиреклама»	2	
	№24 Разработать макет «Окно»	2	
<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> 1. Подбор примеров макетов печатной рекламы в прессе по разновидностям 2. Подготовка материала для наполнения макетов «Сетка», «Мультиреклама», «Окно»	<b>6</b>		
<b>Тема 1.9 Мероприятия для прессы. Выставочные мероприятия</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	4/12/6	2
	Мероприятия для прессы: назначение, разновидности, правила организации	2	
	Выставочные мероприятия: разновидности, бюджет, правила организации. Выставочный стенд. Рекламные конструкции	2	

	Информационные письма: разновидности, правила написания	2	
	<b>Практические занятия</b>	<b>12</b>	
	№25 Организация пресс-конференции	2	
	№26 Формирование бюджета выставочного мероприятия	2	
	№27 Разработка макета выставочного стенда	2	
	№28 Разработка рекламных конструкций: ролл-ап, штендер, пресс-волл	4	
	№29 Подготовка информационных материалов для партнеров, прессы, клиентов	2	
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>	<b>6</b>	
	Составление плана выездных мероприятий для компании		
	Подготовка материалов к пресс-конференции		
<b>МДК.02.02 Проектная компьютерная графика и мультимедиа</b>		<b>194</b>	
<b>Тема 2.1. Форматы графических изображений</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	2/-/4	2
	1.Форматы графических изображений. Методы сжатия графических изображений. Качество графических изображений. Уменьшение размера графических изображений без потери качества.	2	
	<b>Практические занятия</b>	<b>4</b>	
	№30 Изменить размер изображения в графическом редакторе Adobe Photoshop	2	
	№31 Изменить размер изображения в графическом редакторе CorelDraw	2	
<b>Тема 2.2. Графические редакторы</b>	<b>Содержание учебного материала е</b>	4/-/2	2
	1.Обзор графических редакторов по работе с растровыми и векторными изображениями. Их достоинства и недостатки.	2	
	2.Область применения графических редакторов.	2	
	<b>Практические занятия</b>	<b>2</b>	
	№32 Провести сравнительный анализ графических редакторов	2	
<b>Тема 2.3. Графический Редактор Adobe Flash, его возможности</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	18/-/32	2
	1.Графический редактор AdobeFlash, его форматы изображений и роликов, применение редактора в создании рекламного продукта.	2	
	2.Интерфейс программы AdobeFlash, основные команды и панели.	2	
	3.Установки проекта ролика. Ключевые и пустые кадры.	2	
	4.Покадровая анимация. Анимация движения простая, анимация движения по траектории. Изменение размеров в движении. Анимация формы.	2	
	5.Сложная анимация-синтез покадровой, в движении и формы.	2	

	6.Управление роликом. Создание интерактивного диалога между роликом и пользователем. Создание интерактивных кнопок. Знание и использование языка ActionScript.	2	
	7.Создание меню-просмотра изображений в редакторе AdobeFlash.	2	
	8.Построение анимации. Работа со слоями. Прорисовка рекламных объектов, героев.	2	
	9.Эффекты анимации.	2	
	<b>Практические занятия</b>	<b>32</b>	
	№33 Создание геометрических примитивов в графическом редакторе Adobe Flash.	2	
	№34 Создание сложных объектов в графическом редакторе Adobe Flash.	2	
	№35 Создание покадровой анимации в графическом редакторе Adobe Flash.	2	
	№36 Создание анимации в движении в графическом редакторе Adobe Flash.	2	
	№37 Создание анимации формы в графическом редакторе Adobe Flash.	2	
	№38 Создание интерактивных кнопок управления.	2	
	№39 Создание интерактивного диалога между пользователем и изображением.	2	
	№40 Создание структуры рекламного анимационного ролика в графическом редакторе Adobe Flash.	2	
	№41 Создание покадровой анимации (5 кадров) в графическом редакторе Adobe Photoshop	2	
	№42 Создание покадровой анимации (20 кадров) в графическом редакторе Adobe Photoshop	2	
	№43 Создание анимированной открытки в графическом редакторе Adobe Photoshop	2	
	№44 Создание анимированной открытки из авторского рисунка в графическом редакторе Adobe Photoshop	2	
	№45 Прорисовка мультипликационного видео из авторского рисунка в графическом редакторе Adobe Photoshop	2	
	№46 Создание мультипликационного видео из авторского рисунка в графическом редакторе Adobe Photoshop	2	
	№47 Авторская инфографика «горячих клавиш» в графическом редакторе Adobe Photoshop	2	
	№48 Создание «защищённых» документов по средствам векторной графики.	2	
<b>Тема 2.4. Интернет-реклама</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	16/20/42	2
	1.Форматы интернет – рекламы	2	
	2.Качество и размеринтернет- рекламы	2	
	3.Размещение на сайте интернет – рекламы	2	
	4.Созданиерекламной Web-страницы.	2	
	5.Анализ известных рекламных Web-страниц.	2	
	6.Создание анимированных интернет-заставок.	2	

	7. Создание анимированных изображений, фотографий	2	
	8.Создание бегущих строк в качестве рекламы	2	
	<b>Практические занятия</b>	<b>42</b>	
	№49 Создание рекламных аватаров (анимированных изображений для интернета) в графическом редакторе Adobe Photoshopтехнологии фотограмметрии — создание 3D-модели по фото.	6	
	№50 Создание рекламных аватаров (анимированных изображений для интернета) в графическом редакторе Adobe Photoshopтехнологии захвата движения, которые позволяют записать движения и мимику и перенос на 3D-модели цифрового аватара	6	
	№51 Создание рекламных аватаров (анимированных изображений для интернета) в графическом редакторе Adobe PhotoshopUnreal Engine	6	
	№52 Создание структуры интернет - заставки в редакторе Adobe Flash.	6	
	№53 Создание структуры бегущей строки в редакторе Adobe Flash.	6	
	№54 Создание структуры сайта (web- страница)	6	
	№55 Создание 3D логотипа для рекламной компании в графическом редакторе Adobe Photoshop	6	
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> 1.Доработать анимацию в графическом редакторе Adobe Photoshop. 2. Создать звуковое сопровождение к интернет – заставке в редакторе Adobe Flash	<b>16</b>	
<b>Тема 2.5. Графический редактор 3Ds-Max, его возможности</b>	<b>Содержание учебного материала</b> 1.Графический редактор 3Ds-Max, его форматы изображений и роликов, применение редактора в создании рекламного продукта. Интерфейс программы 3Ds-Max, основные команды и панели.	16/40/56 2	2
	2.Управление видом в окнах проекции. Навигация при помощи навигационного куба, колеса. Простые и сложные объекты.	2	
	3.Создание трехмерной модели, используя моделирование: сплайновое, полигональное, с использованием булевых переменных, при помощи модификаторов. Созданиеповерхностей вращения, трехмерных моделей методом лофтинга. Преобразование объекта в редактируемую поверхность. Порядок создания булевых объектов.	2	
	4.Модификаторы: изгиб, решетка, смещение, зеркало, шум, выталкивание, ослабление, рябь, оболочка, перекося, шарообразность, срез, сдавливание, растягивание, сжатие, скручивание, модификаторы свободной трансформации.Создание анимации по ключевым кадрам. Изменение продолжительности анимации. Использование виртуальных камер.	2	
	5.Анимация персонажей. Имитация динамических взаимодействий в 3D-max.	2	

	6.Анимация с использованием частиц. Применение модулей волосы и шерсть, инструмента свиток для создания причесок, редактора – материал. Стандартные источники света и их использование в сцене.	2	
	7.Создание теней в проекции. Визуализация готовой сцены. Создание рекламного ролика в 3Ds-Max. Написание сценария ролика. Создание персонажей или объектов.	2	
	8.Анимация движения персонажей.	2	
	<b>Практические занятия</b>	56	
	№56 Создание геометрических примитивов в графическом редакторе 3Ds-Max	4	
	№57 Создание трехмерных сцен.	4	
	№58 Создание сложных объектов с использованием модификаторов в графическом редакторе 3Ds-Max.	4	
	№59 Создание трехмерных моделей - сплайновое моделирование.	4	
	№60 Создание трехмерных моделей - полигональное моделирование.	4	
	№61. Создание трехмерных моделей - моделирование с использованием булевых операций.	4	
	№62 Создание простой анимации	4	
	№63 Создание сложной анимации – имитация движения	4	
	№64 Создание разного рода частиц, наложение на них эффектов и анимации	4	
	№65Создание волос и шерсти на трехмерной модели.	4	
	№66 Создание текстуры и материала в 3Ds-Max.	4	
	№67 Освещение сцены и эффекты.	4	
	№68 Визуализация сцен в 3Ds-Max	4	
	№69 Создание рекламного ролика в 3Ds-Max.	4	
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>	<b>32</b>	
	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.		
	<b>Учебная практика</b>	<b>36</b>	<b>3</b>
	Нарисовать по созданным эскизам мультипликационный образ, сцены для будущих интернет – заставок в графическом редакторе Corel Draw или Adobe Flash . Создать рекламный Flash –баннеры, интернет - заставки в графическом редакторе AdobeFlash. Создать 2 анимированные открытки на фоне авторских фотографий в графическом редакторе		

	AdobePhotoshop. Создать рекламный ролик в 3D-редакторе на 1 минуту. Создать структуру рекламной Web-страницы в редакторе AdobeDreamweaver.		
	<b>Самостоятельная работа</b>	<b>36</b>	
	<b>МДК.02.03 Техника и технология рекламной фотографии</b>	<b>188</b>	
<b>Тема 3.1 История развития фотографии. Виды фотографии</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>4/-/-</b>	2
	1.Этапы появления фотографии.	2	
	2.Фотография для рекламного продукта.	2	
<b>Тема 3.2 Техники фотографии. Цвет, свет, освещение</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>4/-/10</b>	2
	1.Новые идеи. Художественный подход. Рождение цвета.	2	
	2. Постановка кадра, подбор фон	2	
	<b>Практические занятия- не предусмотрено</b>	-	
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>	<b>10</b>	
	Создание интеллект- карты на основе пройденных тем		
<b>Тема 3.3Профессиональное оборудование для фотосъемки рекламного продукта</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>6/12/-</b>	2
	1.Профессиональные фотокамеры, классификация фотокамер, их характеристики, область применения.	2	
	2. Вспышки, аксессуары к фотокамере (штативы, моноподы, Flash-карты, аккумуляторы, светофильтры, UV-фильтры, бленды).	2	
	3.Объективы, классификация объективов, область применения. Эксплуатация фотооборудования.	2	
	<b>Практические занятия</b>	<b>12</b>	
	№70 Определить область применения фотокамеры	4	
	№71 Провести фотосъемку пейзажа	4	
	№72 Провести фотосъемку интерьера	4	
<b>Тема 3.4 Фотосъемка Предметов</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>8/18/14</b>	
	1.Режимы творческой и базовой зоны.	2	
	2.Фотосъемка в режиме приоритета выдержки, приоритета диафрагмы, в ручном режиме предметов	2	
	3.Использование стационарной вспышки, независимой вспышки и фотосъемка без вспышки. Фотосъемка предметов, объектов в студии: натюрморт, интерьер, рекламный продукт	2	
	4.Натурная фотосъемка: пейзаж, архитектура	2	
	<b>Практические занятия</b>	<b>18</b>	
	№73 Провести фотосъемку натюрморта	6	

	№74 Провести фотосъемку архитектуры	6	
	№75 Провести фотосъемку в студии	6	
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Выполнить предметную фотосъемку натюрморта с использованием цветных фильтров. Бытовые предметы. Съемка в цвете.	<b>14</b>	
<b>Тема 3.5</b> <b>Фотосъемка людей</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>4/24/-</b>	2
	1.Режимы творческой и базовой зоны. Использование стационарной вспышки, независимой вспышки и фотосъемка без вспышки.	2	
	2.Постановочная фотография. Репортажная фотография. Рекламная фотография на продажу.	2	
	<b>Практические занятия</b>	<b>24</b>	
	№76 Провести фотосъемку женщин и мужчин	6	
	№77 Провести фотосъемку детей	6	
	№78 Провести постановочную фотосъемку	6	
	№79 Провести фотосъемку рекламного продукта	6	
<b>Тема 3.6</b> <b>Обработка фотографии в графическом редакторе AdobePhotoshop</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>14/26/30</b>	2
	1. Графический редактор AdobePhotoshop.	2	
	2.Форматы изображений	2	
	3. Интерфейс программы AdobePhotoshop, основные команды и панели.	2	
	4. Применение редактора в создании рекламного продукта. Создание рабочего стола.	2	
	5. Форматы фотографий, их качество, область применения. Экспозиция, цветовой баланс изображения.	2	
	6.Изменение размера фотографии без потери качества.	2	
	7.Основные приемы редактирования фотографий, наложения текста, эффектов, фильтров, замена фона, изменение цветовых настроек. Изменения качества фотографии	2	
	<b>Практические занятия</b>	<b>26</b>	
	№80 Изменить на изображении (фото) цветовой баланс; яркость (работа в программе Adobe Photoshop)	4	
	№81 На открытых в программе картинках (фото) перемещение слоев, перемещение изображений	4	
	№82 Клонирование образца.	6	
	№83 Объединение двух и более изображений для создания сюрреалистических изображений.	6	
	№84 Изменить цвет на предложенных изображениях (переход в черно- белую гамму)	6	
<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>	<b>30</b>		
1. Выполнить в программе Adobe Photoshop буклет сложением в два листа для рекламной продукции			



	на выбор. При выполнении применять работу со слоями, текстом, заливкой (градиентом), обрезкой, коррекцией изображений. Разрешение 300 пикселей/дюйм. Цветовой режим RGB. Размеры изображения 30см x 21см. Сохранить документ в двух форматах: .psd, .jpeg.		
<b>Тема 3.7 Рекламное портфолио</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>6/42/30</b>	2
	1. Дополнительные возможности фоторедактора Adobe Photoshop (создание своих инструментов, фонов и т.д.)	2	
	2. Графические редакторы: Lightroom	2	
	3. Выбор фильтров. Пресеты	2	
	<b>Практические занятия</b>	<b>40</b>	
	№85 Обработка фотографий под рекламную продукцию: рекламный плакат. обложка журнала	6	
	№86 Создать пресеты	6	
	№87 Заменить фон на предложенных изображениях	4	
	№88 Обработать фотографии под рекламный баннер	4	
	№89 Написать техническое задание на фотосъемку рекламного продукта	6	
	№90 Восстановление «старой» (выцветшей) фотографии (в любом фоторедакторе)	4	
	№91 Подготовить рекламный проект для наружной рекламы (банер)	6	
	№92 Создать визитку/ листовку/рекламный купон	6	
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>	30	
1. Создание авторских кистей, фонов, шрифтов для создания рекламной продукции. 2.Создание новых кистей на основе фотографии (изображение, которое было ранее создано)			
Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета		2	
<b>МДК.02.04 Техника и технологии рекламного видео</b>		<b>158</b>	
<b>Тема 4.1 Видеокамеры и их классификация</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>6/-/-</b>	2
	1.Видеооборудование, классификация видеокамер	2	
	2.Область применения видеокамер, профессиональные видеокамеры.	2	
	3.Уход за видеооборудованием, его хранение.	2	
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>	<b>2</b>	
<b>Тема 4.2 Аксессуары к видеокамере</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>8/-/-</b>	2
	1.Объективы к видеокамерам	2	
	2. Область применения объективов к видеокамерам	2	
	3. Штативы, ST-Dcam, их область применения,	2	
	4. Аккумуляторы, видеосумки, средства ухода за видеоаппаратурой, диски, кассеты, flash-карты.	2	
<b>Тема 4.3</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>6/20/12</b>	2

<b>Постановка цели и задачи видеоролика</b>	1. Построение сценарной заявки – рабочей версии видеоролика. Сюжет, тема, цели, проблемы. Жанры видеоролика.	2	
	2. Необходимое оборудование. Актеры, место видеосъемки	2	
	3. Видео-редакторы, в котором будет произведен монтаж	2	
	<b>Практические занятия</b>	<b>20</b>	
	№93 Разработка контент-плана рекламного ролика: постановка цели, стратегия	<b>20</b>	
<b>Тема 4.4 Построение сценария ролика</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>6/20/-</b>	2
	1. Разработка идеи сценария: действий, сюжетов, эпизодов, актов.	2	
	2. Создание образов героев, их внешности, черт характера, достоинств, недостатков, индивидуальности.	2	
	3. Написание сценария ролика. Описание планов видеосъемки по готовому сценарию.	2	
	<b>Практические занятия</b>	<b>20</b>	
	№94 Написать сценарий рекламного ролика на 5 минут	<b>10</b>	
	№95 Написать сценарий видеосъемки рекламного ролика на 5 минут	<b>10</b>	
<b>Тема 4.5 Видеосъемка рекламного ролика</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>6/20/30</b>	2
	1. Основные приемы видеосъемки	2	
	2. Технологии видеосъемки: общего плана	2	
	3. Технологии видеосъемки: крупного плана, Диалога героев, героев в движении.	2	
	<b>Практические занятия</b>		
	1. Написать монтажный план видеоролика	<b>20</b>	
	<b>Самостоятельная работа</b> Провести видеосъемку рекламного ролика	<b>30</b>	
<b>Тема 4.6 Видео - редакторы, их назначение и возможности</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>4/20/10</b>	2
	1. Современные видео-редакторы, их возможности и область применения.	2	
	2. Форматы видео – файлов, их качество	2	
	<b>Практические занятия</b>	<b>20</b>	
	№96 Монтирование рекламного ролика в видео - редакторе	<b>20</b>	
	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b> Редактирование рекламного ролика в видео-редакторе	<b>10</b>	
<b>Тема 4.7. Монтаж видеоролика</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>8/40/30</b>	2
	1. Интерфейс видео-редактора, основные панели, основные команды,	2	
	2. Импорт файлов, монтирование ролика в видео – редакторе.	2	
	3. Основные принципы монтажа, видео -переходы, видео-эффекты, аудио-переходы, аудио –	2	

	эффекты. Микширование звука. . Формат кадра ролика, изменение его параметров в видео - редакторе. Скорость кадров в ролике. Масштабирование, прозрачность		
	5. наложение эффектов на кадры. Создание титров в видео-редакторе, визуализация проекта, просмотр, анализ ролика, экспортирование ролика в необходимый формат и качества.	2	
	<b>Практические занятия</b>	<b>30</b>	
	№97 Корректировать рекламный ролик	10	
	№98 Создать видеоэффекты в рекламном ролике	10	
	№100 Озвучить рекламный ролик	10	
	<b>Самостоятельная работа</b> Разработка мультимедийной (интернет, видео, анимационной) рекламной компании (по выбору студента). Подготовка презентации дизайн-проекта.	<b>30</b>	
<b>Учебная практика</b>		<b>108</b>	
<b>Производственная практика (по профилю специальности)</b>		<b>144</b>	
<b>Промежуточная аттестация – экзамен по профессиональному модулю</b>			

## **4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ. 02. Производство рекламной продукции**

### **4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению**

Реализация программы модуля предполагает наличие учебных лабораторий:

информационных и коммуникационных технологий, компьютерной графики и видеомонтажа.

Полигоны: мини-типография.

Студии: видеостудия; фотостудия.

Оборудование лаборатории компьютерной графики и видеомонтажа:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- учебно-методический комплекс;
- наглядные пособия.

Технические средства обучения:

- 15 компьютеров IBM PC, с оперативной памятью не меньше 2 ГБ и свободной

памятью не меньше 20 ГБ, планшеты, электронные перья, мышки;

- плазменная панель;
- принтер;
- сканер;
- сеть Интернет;
- программное обеспечение общего и профессионального назначения,

программы Adobe

Photoshop, Adobe Flash, CorelDraw, Adobe Premiere, 3D-max, Adobe Dreamweaver

Реализация программы модуля предполагает обязательную учебную практику.

Оборудование лаборатории информационных и коммуникационных технологий:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- учебно-методический комплекс;
- наглядные пособия.

Технические средства обучения:

- 15 компьютеров IBM PC, с оперативной памятью не меньше 2 ГБ и свободной

памятью не меньше 10 ГБ.

- web-камеры;
- выход в Интернет;
- выход в локальную сеть института;

Оборудование фотостудии:

- профессиональная фотокамера;
- объективы: стандартный, широкоугольный, макро – объектив.
- комплект студийного оборудования: 2 софтбокса, 2 фотозонта,
- стойка для фона,
- фон белый,
- фон серый,
- штатив,
- стол для фотосъемки,
- радиосинхронизатор,
- отражатели;
- зеркало;
- стол для преподавателя;
- шкаф для хранения фотооборудования;
- стулья для студентов.

-Технические средства обучения:

- 1 компьютер IBM PC, с оперативной памятью не меньше 2 ГБ и свободной памятью

не меньше 20 ГБ, планшет, электронные перо;

- телевизор, ЖК панель.

Оборудование видеостудии:

- профессиональная видеокамера;
- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- учебно-методический комплекс;
- наглядные пособия.

комплект студийного оборудования: 3 софита,

- стойка для фона,
- фон белый,
- фон серый,
- штативы для видеокамер;
- стол для преподавателя;
- отражатели;
- зеркало;
- ST-DCAM;

#### Технические средства обучения

1 компьютер IBM PC, с оперативной памятью не меньше 2 ГБ и свободной памятью

не меньше 20 ГБ;

- телевизор, ЖК панель;
- стол для преподавателя;
- шкаф для хранения видеооборудования;
- стулья для студентов.

#### Оборудование мини-типографии

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- учебно-методический комплекс;
- наглядные пособия.
- стол для принятия заказов на печатную продукцию;
- столы для сбора печатной продукции;
- шкаф для хранения бумаги, картриджей, печатной продукции.

#### Технические средства обучения:

1 компьютер IBM PC, с оперативной памятью не меньше 2 ГБ и свободной памятью не

меньше 20 ГБ, планшет, электронные перо;

- принтер черно-белый;
- принтер цветной;
- плоттер.

### **4.2. Информационное обеспечение обучения**

#### **Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы**

##### Основные источники:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. Ч. 4 [Тест]: [принят Государственной Думой 24 ноября 2006 года, одобрен Советом Федерации 8 декабря 2006 года]. – Ст.76.

2. О рекламе [Текст] : федеральный закон №38-ФЗ (ред. от 08.03.2015, с изм., внесенными Федеральным законом от 03.07.2016 N 281-ФЗ).

3. Васильев, Г. А. Электронный бизнес и реклама в Интернете [Текст] : учебное пособие. / Г. А. Васильев, Д. А. Забегалин. – М. : Юнити-Дана, 2016. – 184 с.

4. Марусева, И. В. Творческая реклама: приемы и методы ее создания (художественно-аналитическое исследование) [Текст] : монография. / И. В. Марусева. – М. : Директ-Медиа, 2018 г. – 419 с.

5. Нагапетянц, Н. А. Стратегии маркетинга и оценка эффективности их реализации [Текст] / Н. А. Нагапетянц, Е. Е. Тарасова // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2017. – No1. – с. 76–83.

6. Ноздренко, Е. А. Теория и практика креативной деятельности [Текст] / Е. А. Ноздренко, О. А. Карлова, И. А. Пантелеева, И. А. Карлов // Красноярск, Сибирский федеральный университет. 2017. – 372 с.

7. Тарасова, Е. Е. Модели PR-деятельности хозяйствующих субъектов [Текст] / Е. Е. Тарасова, Л. В. Коптелова // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2017. – No 2. – с. 13-20.

8. Тарасова, Е. Е. Совершенствование управления PR-деятельностью предприятий АПК на основе алгоритма взаимодействия с целевыми аудиториями [Текст] / Е. Е. Тарасова, Л. В. Коптелова, А. А. Чалова // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2018. – No2.– с. 83–90.

9. Тарасова, Е. Е. Стратегический подход к управлению маркетинговыми коммуникациями [Текст] / Е. Е. Тарасова, А. А. Чалова // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2017.– No2. – с. 112–120.

10. Тарасова, Е. Е. Тенденции развития рынка маркетинговых услуг в России [Текст] / Е. Е. Тарасова, Е. А. Шеин // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2012. – No1. – с. 14-20.

#### Дополнительные источники

1. Бабаев, А. Б. Контекстная реклама [Текст] / А. Б. Бабаев, Н. В. Евдокимов, А. А. Иванов. – СПб : Питер, 2012. – 304 с.

2. Бове, Кортлэнд Л. Современная реклама [Текст] /Кортлэнд Л. Бове, Уилльям Ф. Аренс – Тольятти: Довгань, 2012. – 704 с.

3. Богатов, В. Н. Вирусное видео: секреты и технологии [Текст] / В. Н. Богатов. – СПб : Питер, 2016. – 160 с.

4. Гула, Д. М. Пути улучшения эффективности рекламы на телевидении [Текст] / Д. М. Гула. – М. : Лаборатория книги, 2012. – 117 с.

5. Мухутдинов, Е. Р. Как сделать свой сайт и заработать на нем. Практическое пособие для начинающих по заработку в Интернете [Текст] / Е. Р. Мухутдинов. – СПб : Питер, 2012. – 272 с.

6. Прингл, Х. Энергия торговой марки [Текст] / Х. Прингл, М. Томпсон. – СПб : Питер, 2012. – 288 с.

7. Смирнова, Ю. В. Реклама на телевидении: разработка и технология производства [Текст] : учебное пособие / Ю. В. Смирнова. – М. : Омега-Л, 2017. – 256 с.

8. Ульяновский, А. В. Мифодизайн : коммерческие и социальные мифы [Текст] / А. В. Ульяновский. – СПб. : Питер, 2012. – 544 с.

9. Халилов, Д. Маркетинг в социальных сетях. [Текст] / Д. Халилов. – 2-е изд. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 240 с.
10. Шестов, Н. П. Сценарий рекламного ролика как часть рекламной стратегии [Текст] / Н. П. Шестов. – М. : Лаборатория книги, 2011. – 153 с.
11. Щербаков, С. А. Партизанский маркетинг в социальных сетях. Инструкция по эксплуатации SMM-менеджера [Текст] / С. А. Щербаков. – СПб : Питер, 2014. – 208 с.
12. Энджел, Д. Ф. Поведение потребителей [Текст] / Д. Ф. Энджел, Р. Д. Блэкуэлл, П. У. Миниард. – 10-е изд. – СПб : Питер, 2010. – 944 с.

#### Интернет-ресурсы

1. Дмитриева Л. М. Разработка творческой концепции рекламного продукта // <http://razrabotkreklprod.jimdo.com>
2. <http://adindustry.ru>
3. <https://www.adme.ru/tvorchestvo-reklama/>
4. <http://www.akarussia.ru/node/7095>
5. <http://cyberleninka.ru>
6. <http://www.sostav.ru/>

### **4.3. Общие требования к организации образовательного процесса**

Обязательным условием допуска к производственной практике (по профилю специальности) в рамках профессионального модуля «Создание оригинал-макета» является освоение учебной практики для получения первичных профессиональных навыков в рамках профессионального модуля «Выполнение работ по профессии рабочего».

При работе над курсовой работой (проектом) обучающимся оказываются консультации.

### **4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса**

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу: наличие высшего профессионального образования, соответствующего профилю модуля Производство рекламной продукции.

### **4.5. Специальные условия для получения профессионального образования обучающимися с ограниченными возможностями здоровья**

Реализация программы для лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в смешанной группе с использованием мультимедийного проектора, специального программного обеспечения.



Для самостоятельной работы студентам предлагаются учебные и лекционные материалы в электронном виде с альтернативными форматами (крупный шрифт, аудиозаписи и пр.).

Студенту по запросу обеспечивается индивидуальный режим работы на занятии (дополнительные перерывы, изменение темпа работы и пр.).

По запросу составляется индивидуальный план освоения образовательной программы.

## 5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ. 02 Производство рекламной продукции

Результаты (профессиональной компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 2.1 Выбирает и использует инструмент, оборудование и основные изобразительные средства и материалы при исполнении рекламного продукта;	<ul style="list-style-type: none"> <li>- подбирает оборудование, инструменты и материалы для изготовления рекламного продукта;</li> <li>- анализирует и корректирует выбранные средства;</li> <li>- использует профессиональную фотокамеру, профессиональную видеокамеру, USB-порт для захвата видеоматериала, аксессуары, электронное перо в рисовании графических объектов;</li> <li>- выбирает и использует студийное фотооборудование и оптимальный фон под студийную фотосъемку;</li> <li>- выбирает и использует студийное видеооборудование и оптимальный фон под студийную видеосъемку;</li> <li>- ухаживает и хранит профессиональное фотооборудование, профессиональную видеокамеру;</li> </ul>	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.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- разрабатывает сценарии для съемок и монтажа рекламы;</li> <li>- разрабатывает сценарную заявку рекламного ролика;</li> <li>- разрабатывает сценарий рекламного ролика;</li> <li>- разрабатывает сценарий видеосъемки рекламного ролика;</li> <li>- разрабатывает сценарий монтажного плана.</li> <li>- разрабатывает макеты рекламной печатной продукции;</li> <li>- разрабатывает макеты мультимедийной рекламы.</li> </ul>	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.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- подготавливает рекламную продукцию или ее отдельные элементы к производству;</li> <li>- печатает обложки для боксов дисков, кассет, концертные афиши, рекламные</li> </ul>	Экспертная оценка выполнения практических работ. Экспертная оценка разработанного

	плакаты, рекламные двусторонние листовки, авторские рекламные открытки; - изготавливает в электронном варианте рекламные баннеры; - собирает упаковку; - оформляет рекламную продукцию.	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, обеспечивающих их умений.

<b>Результаты (освоенные общие компетенции)</b>	<b>Основные показатели оценки результата</b>	<b>Формы и методы контроля и оценки</b>
Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	– демонстрация интереса к будущей профессии	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы
Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	– выбор и применение методов и способов решения профессиональных задач в области разработки рекламных продуктов; – оценка эффективности и качества выполнения;	
Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	– решение стандартных и нестандартных профессиональных задач в области разработки рекламного продукта	
Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	– эффективный поиск необходимой информации; – использование различных источников информации.	
Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	– работа на персональных компьютерах и iMAC в графических программах.	

Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	– взаимодействие с обучающимися, преподавателями и мастерами в ходе обучения	
Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий	– самоанализ и коррекция результатов собственной работы	
Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	– организация самостоятельных занятий при изучении профессионального модуля	
Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	– анализ инноваций в области разработки рекламного продукта;	
Исполнять воинскую обязанность, в том числе с применением полученных профессиональных знаний.	- выполнение рекламных проектов.	
Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности	- анализ предпринимательской деятельности в области рекламы.	
Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке	– анализ экологической, информационной и коммуникативной культуры; – общение на иностранном языке.	