**Автономная некоммерческая организация**

**профессионального образования**

**«ПЕРМСКИЙ ГУМАНИТАРНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»**

**(АНО ПО «ПГТК»)**

****УТВЕРЖДАЮ

Заместитель директора

по учебно-методической работе

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Елькина З.Д.

«26» февраля 2021 г.

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

**МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО КУРСА**

**МДК 02.01 ВЫПОЛНЕНИЕ РЕКЛАМНЫХ ПРОЕКТОВ В МАТЕРИАЛЕ**

для специальности

**42.02.01 Реклама**

(код и наименование специальности)

Квалификация выпускника

**Специалист по рекламе**

(базовая подготовка)

Форма обучения

**Очная**

**Пермь, 2021 г.**

Фонд оценочных средств междисциплинарного курса МДК 02.01 Выполнение рекламных проектов в материале составлен в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама (утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 мая 2014 г. N 510).

ФОС предназначен для студентов и преподавателей АНО ПО «ПГТК».

Автор-составитель: Соловьева Т.Б., старший преподаватель

Фонд оценочных средств междисциплинарного курса рассмотрен и одобрен на заседании кафедры дизайна, протокол № 3 от «15» февраля 2021 г.

Рекомендована к утверждению педагогическим советом АНО ПО «ПГТК» (протокол от «26» февраля 2021 г. № 3).

**Содержание ФОС УД**

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |
| 1. Паспорт фонда оценочных средств |  |
| 1.1. Область применения фонда оценочных средств |  |
| 1.2. Организация текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения учебной дисциплины |  |
| 2. Контроль и оценка достижения запланированных результатов обучения |  |
| 2.1. Содержательно – компетентностная матрица оценочных средств текущего контроля |  |
| 2.2. Перечень вопросов и заданий для текущего контроля знаний |  |
| 2.3. Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации |  |
| 2.4. Критерии оценивания ПА |  |
| 3. Рекомендуемая литература и иные источники |  |

##### 1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

***1.1. Область применения фонда оценочных средств***

Фонд оценочных средств предназначен для оценивания достижений запланированных результатов по междисциплинарному курсу МДК 02.01 Выполнение рекламных проектов в материале программы подготовки специалистов среднего звена (далее ППССЗ) по специальности 42.02.01 Реклама

Фонд оценочных средств (ФОС) представляет собой комплект материалов для проведения промежуточной аттестации и текущего контроля.

Результаты обучения - это усвоенные знания и освоенные умения по дисциплине в целях овладения предусмотренных стандартом общих и профессиональных компетенций, а также для оценки достижения обучающимися личностных результатов.

##### *Фонд оценочных средств позволяет оценивать:*

**Формирование элементов общих компетенций (ОК):**

###### Общие компетенции:

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

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

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

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

ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.

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

ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

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

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

***Профессиональные компетенции (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.

**Освоение умений и усвоение знаний**

**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:**

* 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.

**иметь** **практический опыт в**:

* 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;

***1.2. Организация текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения программы учебной дисциплины***

В период обучения по образовательной программе СПО осуществляется текущий контроль успеваемости студентов, промежуточная аттестация по учебным дисциплинам и МДК.

Текущий контроль осуществляется в пределах учебного времени, отведенного на учебную дисциплину, оценивается по пятибалльной шкале. Текущий контроль проводится с целью объективной оценки качества освоения программы дисциплины, а также стимулирования учебной деятельности студентов, подготовки к промежуточной аттестации и обеспечения максимальной эффективности учебного процесса. Для оценки качества подготовки используются различные формы и методы контроля. Текущий контроль междисциплинарного курса осуществляется в форме устного опроса; защиты практических заданий, реферата, творческих работ; выполнения контрольных и тестовых заданий; решения ситуационных задач и других форм контроля, предусмотренных программой МДК.

Промежуточная аттестация проводится в форме, предусмотренной планом учебного процесса: экзамена, дифференцированного зачета, зачета.

В период сложной санитарно-эпидемиологической обстановки или других ситуациях невозможности очного обучения и проведения аттестации студентов колледж реализует образовательные программы или их части с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий в предусмотренных законодательством формах обучения или при их сочетании, при проведении учебных занятий, практик, текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся.

Форма промежуточной аттестации по МДК 02.0 Выполнение рекламных проектов в материале - экзамен.

##### 2. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ МДК

##### 2.1. Содержательно-компетентностная матрица оценочных средств текущего контроля

##### В результате текущей аттестации по МДК 02.01 Выполнение рекламных проектов в материале осуществляется проверка сформированности умений и знаний, направленных на формирование соответствующих ФГОС СПО общих и профессиональных компетенций.

Контроль и оценка освоения междисциплинарного курса по темам (разделам)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Элемент учебной дисциплины** | **Формы и методы контроля** | | | |
| **Текущий контроль** | | **Промежуточная аттестация** | |
|  | Форма контроля | Проверяемые ОК, ПК | Форма контроля | Проверяемые ОК, ПК, У, З |
| Тема 2. Рекламная полиграфия | Выполнение и защита проектов. | ОК1-ОК11  ПК2.1, ПК2.2, ПК2.3 | Экзамен | ОК1-ОК9  У1  З1 – З7 |
| Тема 3. Производство печатной продукции | Устный опрос, защита проекта | ОК1-ОК11  ПК2.1, ПК2.2, ПК2.3 |
| Тема 4. Наружная реклама | Устный опрос, защита проекта | ОК1-ОК11  ПК2.1, ПК2.2, ПК2.3 |
| Тема 5. Сувенирная продукция | Защита проекта | ОК1-ОК11  ПК2.1, ПК2.2, ПК2.3 |
| Тема 6. Мероприятия для прессы. Выставочные мероприятия | Устный опрос, защита проекта | ОК1-ОК11  ПК2.1, ПК2.2, ПК2.3 |
| Тема 7. Производство рекламного социального и общественного продукта | Защита проекта | ОК1-ОК11  ПК2.1, ПК2.2, ПК2.3 |

2

* 1. **Перечень вопросов и заданий для текущего контроля**

**Тема 2. Рекламная полиграфия.** (ОК1-ОК11; ПК2.1, ПК2.2, ПК2.3**)**

**Форма:** выполнение и защита проекта.

##### Задание для проекта:

##### Разработка декоративного натюрморта.

##### Отрисовка стикера с эмоциями 5шт.

##### Иллюстрация на праздник для социальных сетей.

##### Разработка макетов: календарей и этикеток.

##### Защита проекта.

##### Критерии оценивания:

##### соответствие работы заявленной теме (0 - 15 баллов);

##### творческий потенциал (0 - 15 баллов): оригинальность замысла, идеи, новизна, творческий подход;

##### композиционное построение (0 - 15 баллов): оценка композиции, взаимосвязь деталей, ритм, цельность восприятия работы, ее законченность;

##### выразительность композиции (0 - 15 баллов): колористическое решение; яркость, наглядность, декоративность, движение;

##### техническое исполнение (0 - 15 баллов): умение пользоваться живописными художественными материалами: акварель, гуашь, акрил и т.д., навыки использования различных декоративных материалов.

##### оригинальность «защиты» проекта (0 - 15 баллов): содержательность, самостоятельность, аргументированность изложения, логичность суждений и выводов, присутствие личностной позиции автора.

##### речевая грамотность (0 - 10 баллов): умение ясно и грамотно выражать свои мысли.

**Отлично: 100-80 баллов**

**Хорошо:79-70 баллов**

**Удовлетворительно:69-50**

**Неудовлетворительно:49 и ниже**

**Тема 3. Производство печатной продукции** (ОК1-ОК11; ПК2.1, ПК2.2, ПК2.3)

**Форма:** устный опрос,выполнение проекта.

##### Список контрольных вопросов:

1. Бумага и материалы печати.
2. Особенности воспроизведения цвета в полиграфии.
3. Определение-понятие: Pantone, cmyk, rgb.
4. 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.
5. Резка готовой печатной продукции, ее окончательный сбор.
6. Авторская печатная форма.
7. Подготовка макетов для печати.

**Задания для проекта:**

##### Разработка и печать листовки формата А5 для промо распространения.

##### Критерии оценивания:

##### соответствие работы заявленной теме (0 - 15 баллов);

##### творческий потенциал (0 - 15 баллов): оригинальность замысла, идеи, новизна, творческий подход;

##### композиционное построение (0 - 15 баллов): оценка композиции, взаимосвязь деталей, ритм, цельность восприятия работы, ее законченность;

##### выразительность композиции (0 - 15 баллов): колористическое решение; яркость, наглядность, декоративность, движение;

##### техническое исполнение (0 - 15 баллов): умение пользоваться живописными художественными материалами: акварель, гуашь, акрил и т.д., навыки использования различных декоративных материалов.

##### оригинальность «защиты» проекта (0 - 15 баллов): содержательность, самостоятельность, аргументированность изложения, логичность суждений и выводов, присутствие личностной позиции автора.

##### речевая грамотность (0 - 10 баллов): умение ясно и грамотно выражать свои мысли.

**Отлично: 100-80 баллов**

**Хорошо:79-70 баллов**

**Удовлетворительно:69-50**

**Неудовлетворительно:49 и ниже**

**Тема 4. Наружная реклама** (ОК1-ОК11; ПК2.1, ПК2.2, ПК2.3)

**Форма:** устный опрос,выполнение проекта.

##### Список контрольных вопросов:

1. Виды наружной рекламы, назначение и роль.
2. Технологии создания наружной рекламы.
3. Современные технологии и методы в световой наружной рекламе (короба, неон).
4. Какие средства наружной рекламы размещаются на зданиях и сооружениях?
5. Какие средства наружной рекламы можно отнести к инновационным?
6. Охарактеризуйте основные показатели медиапланирования применительно к наружной рекламе.

**Задания для проекта:**

1. Разработка макета билборда с мокапом для компании Рич, Фамилия, Маяк, ТЦ Мега.
2. Макет рекламы в автобусе, трамвае.
3. Разработка макета вывески.
4. Разработка макета витрины.

**Критерии оценивания:**

##### соответствие работы заявленной теме (0 - 15 баллов);

##### творческий потенциал (0 - 15 баллов): оригинальность замысла, идеи, новизна, творческий подход;

##### композиционное построение (0 - 15 баллов): оценка композиции, взаимосвязь деталей, ритм, цельность восприятия работы, ее законченность;

##### выразительность композиции (0 - 15 баллов): колористическое решение; яркость, наглядность, декоративность, движение;

##### техническое исполнение (0 - 15 баллов): умение пользоваться живописными художественными материалами: акварель, гуашь, акрил и т.д., навыки использования различных декоративных материалов.

##### оригинальность «защиты» проекта (0 - 15 баллов): содержательность, самостоятельность, аргументированность изложения, логичность суждений и выводов, присутствие личностной позиции автора.

##### речевая грамотность (0 - 10 баллов): умение ясно и грамотно выражать свои мысли.

**Отлично: 100-80 баллов**

**Хорошо:79-70 баллов**

**Удовлетворительно:69-50**

**Неудовлетворительно:49 и ниже**

**Тема 5. Сувенирная продукция** (ОК1-ОК11; ПК2.1, ПК2.2, ПК2.3)

**Форма:** устный опрос, выполнение проекта

**Список контрольных вопросов:**

1. Мероприятия для прессы: назначение, разновидности, правила организации.
2. Выставочные мероприятия: разновидности, бюджет, правила организации.
3. Выставочный стенд.
4. Рекламные конструкции

**Задания для проекта:**

##### Организация пресс-конференции.

##### Сформировать бюджет выставочного мероприятия.

##### Разработка макета выставочного стенда.

##### Разработка рекламных конструкций: ролл-ап, штендер, пресс-волл.

##### Подготовит информационные материалы для партнеров, прессы, клиентов.

##### Критерии оценивания:

##### соответствие работы заявленной теме (0 - 15 баллов);

##### творческий потенциал (0 - 15 баллов): оригинальность замысла, идеи, новизна, творческий подход;

##### композиционное построение (0 - 15 баллов): оценка композиции, взаимосвязь деталей, ритм, цельность восприятия работы, ее законченность;

##### выразительность композиции (0 - 15 баллов): колористическое решение; яркость, наглядность, декоративность, движение;

##### техническое исполнение (0 - 15 баллов): умение пользоваться живописными художественными материалами: акварель, гуашь, акрил и т.д., навыки использования различных декоративных материалов.

##### оригинальность «защиты» проекта (0 - 15 баллов): содержательность, самостоятельность, аргументированность изложения, логичность суждений и выводов, присутствие личностной позиции автора.

##### речевая грамотность (0 - 10 баллов): умение ясно и грамотно выражать свои мысли.

**Отлично: 100-80 баллов**

**Хорошо:79-70 баллов**

**Удовлетворительно:69-50**

**Неудовлетворительно:49 и ниже**

**Тема 7. Производство рекламного социального и общественного продукта** (ОК1-ОК11; ПК2.1, ПК2.2, ПК2.3)

**Форма:** выполнение проекта.

**Задания для проекта:**

##### Создание рекламного плаката – на социальную, общественно-значимую тему.

##### Создание рекламной концертной афиши.

##### Критерии оценивания:

##### соответствие работы заявленной теме (0 - 15 баллов);

##### творческий потенциал (0 - 15 баллов): оригинальность замысла, идеи, новизна, творческий подход;

##### композиционное построение (0 - 15 баллов): оценка композиции, взаимосвязь деталей, ритм, цельность восприятия работы, ее законченность;

##### выразительность композиции (0 - 15 баллов): колористическое решение; яркость, наглядность, декоративность, движение;

##### техническое исполнение (0 - 15 баллов): умение пользоваться живописными художественными материалами: акварель, гуашь, акрил и т.д., навыки использования различных декоративных материалов.

##### оригинальность «защиты» проекта (0 - 15 баллов): содержательность, самостоятельность, аргументированность изложения, логичность суждений и выводов, присутствие личностной позиции автора.

##### речевая грамотность (0 - 10 баллов): умение ясно и грамотно выражать свои мысли.

**Отлично: 100-80 баллов**

**Хорошо:79-70 баллов**

**Удовлетворительно:69-50**

**Неудовлетворительно:49 и ниже**

* 1. **Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации**

##### Форма: экзамен (устно, в билете 1 вопрос теоретический, 1 практическое задание)

##### Список вопросов к экзамену:

##### Основные понятия предмета. Цели и задачи МДК «Выполнение рекламных проектов в материале». Роль и место дисциплины в подготовке специалиста по рекламе.

##### Предмет дисциплины, ее структура, связь с другими дисциплинами.

##### Офсетная печать. Стандартные виды продукции. Формат. Красочность. Бумага. Тираж.

##### Допечатная подготовка. Верстка, сканирование, цветокоррекция. Дизайн, креатив.

##### Фирменный стиль. Технические требования к макету, исходные материалы.

##### Правила изготовления макетов.

##### Программа Corel Draw основные принципы работы.

##### Бумага и материалы печати.

##### Определение-понятие: Pantone, cmyk, rgb.

##### 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.

##### Виды наружной рекламы, назначение и роль.

##### Технологии создания наружной рекламы.

##### Современные технологии и методы в световой наружной рекламе (короба, неон).

##### Назовите основные показатели медиапланирования применительно к наружной рекламе.

##### Мероприятия для прессы: назначение, разновидности, правила организации.

##### Выставочные мероприятия: разновидности, бюджет, правила организации.

##### Рекламные конструкции

##### Практические задания:

##### 1. Разработать макет светового короба

##### 2. Разработать макет неоновой рекламы

##### 3. Разработать макет информационного стенда

##### 4. Разработать макет щитовой рекламы

##### 5. Разработать макет транспортной рекламы

##### Инструкция к выполнению работы (проведению экзамена):

* Место выполнения задания: учебный кабинет
* Максимальное время выполнения задания: 120 мин.

##### Критерии оценивания ПА:

##### Критерии оценивания:

**«отлично»** - Представлен развернутый ответ на теоретический вопрос, студент ориентируется в излагаемом материале, отвечает на дополнительные вопросы. В практической работе убедительно скомпоновано изображение в заданном формате. В работе демонстрируется высокий уровень владения техникой работы графическими материалами и инструментами в зависимости от поставленной задачи. Используется разнообразие техник изображения и фактур различных декоративных элементов, разнообразие различных декоративно-художественных приемов для создания стилизованного изображения.

**«хорошо»** - Представлен достаточно развернутый ответ на теоретический вопрос. Студент уверенно отвечает на дополнительные вопросы, демонстрирует достаточно высокий уровень теоретических знаний. В практической работе недостаточно точно найден размер изображения в формате листа. В работе демонстрируется грамотное владение техникой работы графическими материалами и инструментами в зависимости от поставленной задачи. Используется разнообразие техник изображения и фактур различных декоративных элементов, разнообразие различных декоративно-художественных приемов для создания стилизованного изображения. Есть ошибки, существенно не влияющие на изображение.

**«удовлетворительно» -** Представлен не полный ответ на теоретический вопрос. Студент демонстрирует достаточный уровень теоретических знаний, однако затрудняется отвечать на отдельные вопросы. В практической работе компоновка листа имеет композиционные ошибки. Элементы плохо связаны масштабом с форматом листа. Отсутствует разнообразие техник изображения и фактур различных декоративных элементов, разнообразие различных декоративно-художественных приемов для создания стилизованного изображения. В работе демонстрируется слабое владение техникой работы графическими материалами и инструментами. Нет логики в последовательности предоставляемой работы.

**«неудовлетворительно»** - Теоретический вопрос не раскрыт. Студент затрудняется отвечать на дополнительные вопросы. В практической работе отсутствует композиция. В работе не продемонстрированно владение техникой работы материалами и инструментами. Большая часть композиции не закончена.

1. **РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА И ИНЫЕ ИСТОЧНИКИ**

**Основные источники:**

1. Кукушкина, В. А. Разработка художественно-конструкторских (дизайнерских) проектов в материале : учебное пособие / В. А. Кукушкина, Т. А. Сметанникова, Т. В. Ананьева. — Липецк : Липецкий государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2022. — 77 c. — ISBN 978-5-00175-115-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/128720.html. — Режим доступа: для авторизир. пользователей
2. Компьютерная графика : учебное пособие для СПО / Д. В. Горденко, Д. Н. Резеньков, С. В. Сапронов, Н. В. Гербут. — Саратов : Профобразование, 2022. — 90 c. — ISBN 978-5-4488-1538-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/122431.html. — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/122431>
3. Журов, Г. И. Основы современной цифровой фотографии : учебное пособие для СПО / Г. И. Журов, В. И. Сединин, Е. М. Погребняк. — 2-е изд. — Саратов : Профобразование, 2023. — 234 c. — ISBN 978-5-4488-1625-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/132579.html. — Режим доступа: для авторизир. пользователей
4. Рознатовская, А. Г. Создание компьютерного видеоролика в Adobe Premiere Pro CS 2 : учебное пособие / А. Г. Рознатовская. — 3-е изд. — Москва : Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 80 c. — ISBN 978-5-4497-0694-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/97583.html. — Режим доступа: для авторизир. пользователей

**Дополнительная литература:**

1. Комиссарова, М. Н. Разработка проектов: рекламный менеджмент и маркетинг : учебное пособие для СПО / М. Н. Комиссарова. — Саратов : Профобразование, 2020. — 135 c. — ISBN 978-5-4488-0848-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/95594.html. — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/95594>
2. Заможных, Е. А. Рекламные технологии : учебное пособие (курс лекций) / Е. А. Заможных, П. И. Срыбная. — Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2018. — 118 c. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/92742.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей
3. Медведева, Е. И. Мифодизайн в рекламе технических инноваций : учебное пособие / Е. И. Медведева. — Саратов : Вузовское образование, 2021. — 127 c. — ISBN 978-5-4487-0766-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/102240.html . — Режим доступа: для авторизир. пользователей
4. Епифанова, А. Г. История графического дизайна и рекламы : учебное пособие для СПО / А. Г. Епифанова. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2023. — 220 c. — ISBN 978-5-4497-1791-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/123351.html — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: https://doi.org/10.23682/123351
5. Штейнбах, О. Л. Компьютерная графика. Проектирование в среде AutoCAD : учебное пособие для СПО / О. Л. Штейнбах, О. В. Диль. — 2-е изд. — Саратов : Профобразование, 2023. — 108 c. — ISBN 978-5-4488-1590-4. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/132576.html . — Режим доступа: для авторизир. пользователей
6. Забелин, Л. Ю. Компьютерная графика и 3D-моделирование : учебное пособие для СПО / Л. Ю. Забелин, О. Л. Штейнбах, О. В. Диль. — 2-е изд. — Саратов : Профобразование, 2023. — 292 c. — ISBN 978-5-4488-1594-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/132417.html. — Режим доступа: для авторизир. пользователей
7. Мефодьева, Л. Я. Инженерная и компьютерная графика: КОМПАС-3D V18 : учебное пособие для СПО / Л. Я. Мефодьева. — Саратов : Профобразование, 2022. — 173 c. — ISBN 978-5-4488-1502-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/125573.html. — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/125573>
8. Дружинин, А. И. Компьютерная графика : учебное пособие / А. И. Дружинин, В. В. Вихман, Г. В. Трошина. — Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2022. — 76 c. — ISBN 978-5-7782-4706-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/126498.html. — Режим доступа: для авторизир. пользователей
9. Сейтказиева, И. С. Компьютерная графика : учебное пособие / И. С. Сейтказиева, А. Т. Ибраева, Т. К. Ниязбеков. — Бишкек : Международный университет Кыргызстана, 2022. — 107 c. — ISBN 978-9967-462-7 4-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/135473.html— Режим доступа: для авторизир. пользователей
10. Эллис, А. А. Фотографика : учебное пособие / А. А. Эллис. — Минск : Республиканский институт профессионального образования (РИПО), 2023. — 116 c. — ISBN 978-985-895-126-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/134107.html. — Режим доступа: для авторизир. пользователей
11. Надеждин, Н. Я. Введение в цифровую фотографию : учебное пособие для СПО / Н. Я. Надеждин. — Саратов : Профобразование, 2021. — 281 c. — ISBN 978-5-4488-0996-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/102189.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей
12. Елисеенков, Г. С. Искусство фотографики в дизайне : учебное наглядное пособие для обучающихся в ассистентуре-стажировке по специальности 54.09.03 «Искусство дизайна (по видам)», вид «Графический дизайн», квалификация «Преподаватель творческих дисциплин в высшей школе. Дизайнер» / Г. С. Елисеенков, Г. Ю. Мхитарян. — Кемерово : Кемеровский государственный институт культуры, 2021. — 155 c. — ISBN 978-5-8154-0614-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/121312.html. — Режим доступа: для авторизир. пользователей
13. Шемшуренко, Е. Г. Теория и практика фотографии : учебное пособие / Е. Г. Шемшуренко. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2019. — 124 c. — ISBN 978-5-7937-1639-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/102978.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: https://doi.org/10.23682/102978
14. Катунин, Г. П. Технологии обработки видео в программе Sony Vegas Pro : учебное пособие для СПО / Г. П. Катунин, Е. С. Абрамова. — Саратов : Профобразование, 2021. — 238 c. — ISBN 978-5-4488-1311-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/108834.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей
15. Дружинин, Д. В. Сжатие видеоданных графического интерфейса пользователя : учебное пособие / Д. В. Дружинин, А. В. Замятин. — Томск : Издательство Томского государственного университета, 2020. — 142 c. — ISBN 978-5-94621-934-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/116815.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей
16. Баженов, А. С. Кино-, видеомонтаж : практикум по дисциплине для обучающихся по направлению подготовки 51.03.02 «Народная художественная культура», профиль «Руководство студией кино-, фото- и видеотворчества», квалификация (степень) выпускника «бакалавр» / А. С. Баженов. — Кемерово : Кемеровский государственный институт культуры, 2020. — 52 c. — ISBN 978-5-8154-0559-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/108560.html. — Режим доступа: для авторизир. пользователей
17. Бердышев, С. Н. Рекламное агентство. С чего начать? / С. Н. Бердышев. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 168 c. — ISBN 978-5-394-03257-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/83125.html. — Режим доступа: для авторизир. пользователей

**Профессиональные базы данных и информационные ресурсы сети Интернет:**

1. <http://www.window.edu.ru> - «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»
2. [http://www.edu.ru](http://www.edu.ru/) - Российский портал открытого образования
3. <http://www.znanium.com> - ЭБС «Iprbooks»
4. http://www.[advtime.ru](http://advtime.ru/) - Время рекламы. Теория и практика рекламы. СМИ. РА.
5. http://[www.advi.ru](http://www.advi.ru) - Рекламные идеи. О брендинге и креативе.
6. http://[www.sostav.ru](http://www.sostav.ru/) - Состав. Реклама, маркетинг, PR.
7. http://[www.adindex.ru](http://www.adindex.ru) Adindex. - Сайт о рекламе и маркетинге.
8. http://[www.advertology.ru](http://www.advertology.ru) - Advertology. Наука о рекламе.
9. http://[www.advesti.ru](http://www.advesti.ru) AdVesti. - Сайт, посвященный рекламодателям.
10. http://[www.media-online.ru](http://www.media-online.ru) - Media-online. Все о рекламе.
11. http://[www.rwr.ru](http://www.rwr.ru) - RWR. Реклама в России.
12. http://[www.akarussia.ru](http://www.akarussia.ru/) - АКАР. Ассоциация Коммуникационных Агентств России.
13. http://www.[adme.ru](http://adme.ru) - Сайт о рекламе.
14. http://[www.reklamodatel.ru](http://www.reklamodatel.ru) - Рекламные идеи - YES!": профессиональный журнал о рекламе и маркетинге.
15. http://[www.es.ru](http://www.es.ru). - Журнал "Рекламодатель: теория и практика". Дизайн, фото, галереи.
16. http://[www.index.ru](http://www.index.ru) Index.ru - открытая база данных по компаниям, работающим в области визуальных коммуникаций. Самый большой каталог выполненных работ.

**Материалы для проверки результатов освоения компетенций учебной дисциплины.**

**Выполнение рекламных проектов в материале**

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

1.Календарик, ручка, блокнот с логотипов компании относится к

а) сувенирной рекламной продукции\*

б) полиграфии

в) наружной рекламе

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

2.Что такое тампопечать?

а) тиснение изображений на обложки и изделия из кожи, бумаги или картона б) нанесения рекламных изображений на гладкие пластиковые и керамические поверхности

в) способ нанесения изображения на вещи для частого употребления\*

**ОК 3Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность**

3.Визуальный образ будущей рекламной конструкции:

а) логотип

б) картография

в) проект-эскиз\*

**ОК 4Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития**

4.Какой документ должна иметь каждая рекламная вывеска?

а) полис

б) паспорт\*

в) инн

**ОК 5Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности**

5.В каком веке появились первые рекламные вывески?

а) 19\*

б) 17

в) 15

**ОК 6Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.**

1.Графическая, текстовая, либо иная информация рекламного характера, которая размещается на специальных временных или стационарных конструкциях, расположенных на открытой местности, а также на внешних поверхностях зданий, сооружений, на элементах уличного оборудования, над проезжей частью улиц и дорог или на них самих, а также на автозаправочных станциях (АЗС)- это

а) наружная реклама\*

б) полиграфия

в) реклама в СМИ

**ОК 7Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.**

2.Является ли вывеска магазина элементов наружной рекламы?

а) да, является

б)нет, не является\*

в)является при условии, что ее размер будет не менее 1,5 на 2 метра

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

3.Какой размер наиболее популярен среди рекламных щитов?

а) 6 на 3 метра\*

б)15 на 25 метров

в)100 на 50 метров

**ОК 9Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.**

4.Что означает понятие «сторона А» в рекламном щите?

а) изображение против хода движения

б) изображение по ходу движения\*

в) обращена к той части территории, где её могут видеть потенциальные клиенты

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

5.Как называется стандартный рекламный щит 3 на 6 метра? 7

а) билборд\*

б) пиллар

в) ситиборд

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

1.Должна ли вывеска пройти обязательную регистрацию в муниципальных организациях города?

а) должна\*

б) не должна

в) должна, если ее размер превышает 10 квадратных метров

2. Носители рекламных сообщений, имеющие постоянное место размещения-это

а) временные

б) стационарные\*

в) локальные

3. Остекленная часть фасадов зданий, предназначенная для информации о товарах и услугах-это

а) настенные панно

б) кронштейны

в) витрины\*

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

1.Листовой рекламный носитель это

а) постер

б) плакат

в) афиша\*

2. Верстка это

а) работа с текстовым материалом

б) исправление орфографических ошибок

в) распределение и оформление текста в макете\*

3. Особенность растровой графики

а) изображения с использованием цветных точек, называемых пикселями, расположенных на сетке\*

б) изображения с использованием линейной графики

в) изображения, которые нельзя изменить в размере

4. Расположение графических и текстовых объектов – это

а) композиция\*

б) организация

в) кернинг

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

1.Рисованный типаж или образ, олицетворяющий рекламный символ компании и отражающий суть ее миссии

а) логотип

б) фирменный герой\*

в) бренд

2.В переводе с английского языка слово «дизайн» означает

а) проектировать\*

б) чертить

в) планировать

3. Можно ли изменять пропорции, расположение элементов логотипа, или его наклон

а) да

б) нет\*

в) в исключительных случаях можно

4.Основные типы логотипов

а) графические, изобразительные\*

б) словесные, комбинированные

в) фирменные, текстовые

5. Основным методом дизайна является

а) практико-ориентированный метод

б) метод модификации жизненного пространства

в) метод художественно-образного моделирования объекта\*

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

1. Козырьки и навесы с нанесенной на них рекламной информацией и размещенные над витринами, входами или проемами зданий и сооружений это

а) маркизы\*

б) штендеры

в) носимые рекламные конструкции

2.Создание на полиграфических изделиях линий отрыва

а) резка

б) перфорация\*

в) сверление отверстий

3. Приклеивание к плотному и жесткому материалу (основе) более тонкого материала (лайнера)

а) кругление

б) каширование\*

в) высечка

4. Нанесение на полиграфические изделия оттиска, рельефа, припрессовывание к ним пленки или фольги

а) тиснение\*

б) биговка

в) ламинирование

**ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№**  **п.п.** | **Содержание изменения** | **Дата,**  **номер протокола**  **заседания кафедры,**  **подпись**  **зав.кафедрой** |
| 1 | 2 | 3 |
| 1 |  |  |
| 2 |  |  |
| 3 |  |  |
| 4 |  |  |