

Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация
Уральский экономический колледж

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ.02 Производство рекламной продукции
для обучающихся по очной и заочной формам обучения
по специальности 42.02.01 Реклама

Екатеринбург, 2023 г.

Рабочая программа рассмотрена и одобрена
кафедрой

Протокол заседания № 7 от «15» апреля 2023 г.

УТВЕРЖДЕНА решением педагогического совета
АНПОО Уральский экономический колледж

Рабочая программа разработана на основе
Федерального государственного образовательного
стандарта по специальности среднего
профессионального образования 42.02.01 Реклама
и учебных планов АНПОО Уральский
экономический колледж по специальности 42.02.01
Реклама

Организация разработчик: Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация
«Уральский экономический колледж»

Преподаватель – разработчик рабочей программы:

© АНПОО «Уральский экономический колледж», 2023

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.02 Производство рекламной продукции

1.1. Цели и планируемые результаты освоения профессионального модуля, соотнесенные с установленными в образовательной программе компетенциями:

1.1.1. В результате освоения профессионального модуля обучающиеся должны овладеть следующими общими и профессиональными компетенциями:

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.

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.

1.1.2. В результате освоения профессионального модуля обучающиеся должны достигнуть следующих результатов обучения, соотнесенных с результатами освоения основной образовательной программы (компетенциями):

Наименование результата обучения	Дескрипторы результата обучения	Результаты освоения образовательной программы (компетенции), формирование которых обеспечивается результатом обучения (коды компетенций)
Иметь	- выбора и использования инструмента, оборудования	ОК 1; ОК 2; ОК 3; ОК 4; ОК

практический опыт:	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;	5; ОК 6; ОК 7; ОК 8; ОК 9; ОК 10; ОК 11; ПК 2.1.; ПК 2.2.; ПК 2.3.
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;	ОК 1; ОК 2; ОК 3; ОК 4; ОК 5; ОК 6; ОК 7; ОК 8; ОК 9; ОК 10; ОК 11; ПК 2.1.; ПК 2.2.; ПК 2.3.
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.	ОК 1; ОК 2; ОК 3; ОК 4; ОК 5; ОК 6; ОК 7; ОК 8; ОК 9; ОК 10; ОК 11; ПК 2.1.; ПК 2.2.; ПК 2.3.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Объем и структура профессионального модуля, виды учебной работы

2.1.1 Объем и структура профессионального модуля, виды учебной работы (очной форма)

Коды общих и профессиональных компетенций	Наименование разделов профессионального модуля	Суммарный объем учебной нагрузки (всего), час.	Объем профессионального модуля, час.						
			Аудиторная нагрузка						Самостоятельная работа обучающегося, в т.ч. внеаудиторная нагрузка
			Всего	В том числе			Практики		
				Теоретическое обучение	Практические занятия	Курсовая работа	Учебная	Производственная	
ОК 1 – ОК 11, ПК 2.3.	МДК.02.01 Выполнение рекламных проектов в материале	102	68	20	48				34
ОК 1 – ОК 11, ПК 2.1., ПК 2.2.	МДК.02.02 Проектная компьютерная графика в мультимедиа	140	104	44	60				36
ОК 1 – ОК 11, ПК 2.1., ПК 2.3.	МДК.02.03 Техника и технологии рекламной фотографии	184	120	60	60				64
ОК 1 – ОК 11, ПК 2.1., ПК 2.3.	МДК.02.04 Техника и технологии рекламного видео	176	126	66	60				50
	ИТОГО	602	418	190	228				184
	Экзамен по модулю	12	12						
	ИТОГО по УП	614	430	190	228				184
ОК 1, ОК 2, ОК 4, ОК 5, ОК 8, ОК 9, ПК 2.1. – ПК 2.3.	УП.02.01 Учебная практика	216	216				216		-
	ВСЕГО	830	646	190	228		216	-	184

2.1.2. Объем и структура профессионального модуля, виды учебной работы (заочная форма)

Коды общих и профессиональных компетенций	Наименование разделов профессионального модуля	Суммарный объем учебной нагрузки (всего), час.	Объем профессионального модуля, час.						
			Аудиторная нагрузка						Самостоятельная работа обучающегося, в т.ч. внеаудиторная нагрузка
			Всего	В том числе			Практики		
				Теоретическое обучение	Практические занятия	Курсовая работа	Учебная	Производственная	
ОК 1 – ОК 11, ПК 2.3.	МДК.02.01 Выполнение рекламных проектов в материале	102	16	4	12				86
ОК 1 – ОК 11, ПК 2.1., ПК 2.2.	МДК.02.02 Проектная компьютерная графика в мультимедиа	140	20	8	12				120
ОК 1 – ОК 11, ПК 2.1., ПК 2.3.	МДК.02.03 Техника и технологии	172	24	2	22				148

	рекламной фотографии								
ОК 1 – ОК 11, ПК 2.1., ПК 2.3.	МДК.02.04 Техника и технологии рекламного видео	188	20	2	18				148
	ИТОГО	602	80	16	64				502
	<i>Экзамен по модулю</i>	<i>12</i>	<i>12</i>						
	ИТОГО по УП	614	92	16	64				502
ОК 1, ОК 2, ОК 4, ОК 5, ОК 8, ОК 9, ПК 2.1. – ПК 2.3.	УП.02.01 Учебная практика	216	4				4		212
	ВСЕГО	830	96	16	64		4	-	712

2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля

ПМ.02 Производство рекламной продукции

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
МДК.02.01 Выполнение рекламных проектов в материале		
Раздел 1. Базовые навыки дизайн-проектирования рекламных материалов		
Тема 1. Концептуальная проработка рекламной кампании и дизайн-проекта	Содержание теоретических занятий: - Концептуальная проработка как способ идейно-смыслового наполнения рекламных продуктов; - Структура концепций, методы поиска основы для построения концепций; - Отличия концепций и концептов; - Способы интерпретаций готовых концепций при разработке дизайна рекламных материалов и концептов.	ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 8, ОК 9.
	Содержание практических занятий: - Разработка концептуального проекта информационно - графического рекламного комплекса.	ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 6, ОК 7, ОК 8, ОК 9, ПК 2.3.
Тема 2. Основы дизайн-проектирования	Содержание теоретических занятий: - Основы композиционно-художественного формообразования в дизайнерском творчестве, средства композиции, культурные особенности психо-эмоционального восприятия форм; - Теория цвета, базовое представление о визуальной эргономике и психо-эмоциональном восприятии цвета; - Основы стиля в типографике, анатомия шрифта, принципы работы с текстом и печатной информацией в рекламных продуктах.	ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 8, ОК 9.
	Содержание практических занятий: - Разработка пары изобразительных рекламных плакатов с учётом психо-эмоционального отклика зрителя и с использованием средств композиции и цвета; - Разработка шрифтового рекламного плаката.	ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 6, ОК 7, ОК 8, ОК 9, ПК 2.3.
Тема 3. Методы и процессы в дизайн-проектировании	Содержание теоретических занятий: - Метод предпроектного анализа в дизайне рекламных материалов и приёмы, используемые в проектной деятельности; - Дизайн-исследования и способы оценки готовых решений; - Дизайн-мышление как метод постановки и решения задачи; - Коммуникация в дизайн-проектировании и процессе	ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 8, ОК 9.

	разработки рекламных дизайн-продуктов.	
	Содержание практических занятий: - Разработка рекламных материалов для социальных сетей с использованием одного из выбранных методов дизайн-проектирования; - Составление брифа и технического задания на разработку рекламных материалов для социальных сетей.	ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 6, ОК 7, ОК 8, ОК 9, ПК 2.3.
Раздел 2. Объемно-пространственные рекламные конструкции		
Тема 4. Эргономика и дизайн-проектирование для объёмно-пространственной среды	Содержание теоретических занятий: - Понятие об эргономике. Функции и задачи эргономики. Разделы эргономики и эргономические факторы; - Особенности дизайн-проектирования двумерных рекламных материалов, размещаемых в предметно-пространственной среде	ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 8, ОК 9.
	Содержание практических занятий: - Эргономический анализ рекламного материала; - Разработка рекламного широкоформатного баннера для наружного размещения.	ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 6, ОК 7, ОК 8, ОК 9, ПК 2.3.
Тема 5. Особенности проектирования выставочно-экспозиционных стендов	Содержание теоретических занятий: - Современные виды выставочных стендов и экспозиционных конструкций; - Принципы размещения информации в объемно-пространственной композиции; - Особенности конструирования и изготовления выставочных стендов; - Методы эскизирования объемно-пространственных композиций.	ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 8, ОК 9.
	Содержание практических занятий: - Разработка проекта рекламной инсталляции мини-формата; - Разработка концепта проекта выставочного стенда в эскизном формате в заданной технике.	ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 6, ОК 7, ОК 8, ОК 9, ПК 2.3.
Раздел 3. Фирменный стиль как основа рекламно-графического комплекса		
Тема 6. Фирменные стили и рекламные материалы на их основе	Содержание теоретических занятий: - Гайдлайны и руководства по использованию фирменного стиля, задачи фирменного стиля; - Элементы фирменного стиля и коммуникационные средства; - Логотипы и фирменные знаки, их отличия, классификация, особенности построения; - Вспомогательные элементы фирменного стиля: паттерны, текстуры, фирменные модульные сетки; - Упаковка товарной продукции, виды упаковки, базовые принципы разработки упаковки.	ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 8, ОК 9.
	Содержание практических занятий: - Разработка логотипов и знаков в 2-3 вариантах для заданной организации; - Проектный поиск 2 гарнитур и 3 оттенка цвета для заданной организации; - Разработка дизайн-проекта упаковки товара для заданной организации.	ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 6, ОК 7, ОК 8, ОК 9, ПК 2.3.
Тема 7. Разработка коммуникационных материалов с учётом рекламного эффекта	Содержание теоретических занятий: - Принципы разработки презентации, особенности восприятия информации в формате презентации, правила вёрстки; - Виды нестандартных носителей фирменного стиля, особенности их разработки; - Особенности разработки POS-материалов, виды POS-материалов; - Виды, способы и особенности печати и технология подготовки макетов.	ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 8, ОК 9, ОК 10, ОК 11, ПК 2.3.

	Содержание практических занятий: - Разработка презентации-гайдбука для заданной организации; - Разработка носителя фирменного стиля для заданной организации.	ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 6, ОК 7, ОК 8, ОК 9, ПК 2.3.
МДК.02.02 Проектная компьютерная графика в мультимедиа		
Тема 1. Векторная графика	Содержание теоретических занятий: - Печать документа. Навыки работы с объектами. - Работа с цветом. Способы окрашивания объектов. - Создание и редактирования контуров. - Специальные эффекты в векторной среде. - Работа с текстом, элементы верстки. - Импорт и экспорт изображений, работа с растровыми изображениями - Основные настройки и инструменты.	ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 8, ОК 9, ПК 2.1., ПК 2.2.
	Содержание практических занятий: - Работа с текстом, элементы верстки - Работа с элементами векторной графики	ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 6, ОК 7, ОК 8, ОК 9, ПК 2.1., ПК 2.2.
Тема 2. Растровая графика	Содержание теоретических занятий: - Интерфейс программы растровой графики. - Техника выделения областей изображения. - Создание многослойного изображения. - Выполнение сложного монтажа. - Техника рисования в растровой среде. - Техника ретуширования. - Цветовая и тоновая коррекции изображения. - Работа с текстом в программах растровой графики. - Эффекты в растровой среде. - Работа со слоями многослойного изображения.	ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 8, ОК 9, ПК 2.1., ПК 2.2.
	Содержание практических занятий: - Работа с элементами растровой графики - Разработка макета социального плаката с использованием средств растровой графики	ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 6, ОК 7, ОК 8, ОК 9, ПК 2.1., ПК 2.2.
Тема 3. Создание графических документов с использованием программ векторной и растровой графики	Содержание теоретических занятий: - Разработка рекламного модуля или эскиза оригинала-макета: тематика, вид и стиль оформления документа. - Запуск необходимых графических программ. - Установка и настройка инструментов. - Подготовка текстовых объектов и блоков, графических элементов и растровых изображений, на основе созданного эскиза для создания печатного оригинала-макета. - Размещение, взаимное расположение текста и графики в векторной программе. - Компонировка элементов документа (верстка страниц документа). - Создание пускового макета. Вывод документа на печатающее устройство.	ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 7, ОК 8, ОК 9, ОК 11, ПК 2.1., ПК 2.2.
	Содержание практических занятий: - Разработка рекламного модуля или эскиза оригинала-макета - Разработка рекламного эскиза оригинала-макета	ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 6, ОК 7, ОК 8, ОК 9, ОК 11, ПК 2.1., ПК 2.2.
Тема 4. Компьютерные аудиотехнологии	Содержание теоретических занятий: - Многоканальная обработка цифрового звука. - Ввод и распознавание речи. - Средства компьютерной аудио- технологии. - Звуковые системы персонального компьютера.	ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 8, ОК 9, ОК 11, ПК 2.1., ПК 2.2.
	Содержание практических занятий: - Обработка звука - Подбор звуковых файлов	ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 6, ОК 7, ОК 8, ОК 9, ОК 11, ПК 2.1., ПК 2.2.
Тема 5. Компьютерные видеотехнологии	Содержание теоретических занятий: - Сведение видеoinформации и звука в ролик. - Особенности обработки цифровой видеoinформации.	ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 8, ОК 9, ОК 11,

	- Ввод видеоданных в ПК.	ПК 2.1., ПК 2.2.
	Содержание практических занятий: - Обработка видео - Подбор видеоряда	ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 6, ОК 7, ОК 8, ОК 9, ОК 11, ПК 2.1., ПК 2.2.
Тема 6. Реализация мультимедийных проектов	Содержание теоретических занятий: - Сведение элементов мультимедийного проекта в единое целое. - Динамические процессы в мультимедиа среде. - Особенности работы с текстом. - Средства разработки мультимедийных приложений.	ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 7, ОК 8, ОК 9, ОК 10, ОК 11, ПК 2.1., ПК 2.2.
	Содержание практических занятий: - Разработка идеи рекламного ролика - Создание рекламного ролика	ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 6, ОК 7, ОК 8, ОК 9, ОК 10, ОК 11, ПК 2.1., ПК 2.2.
МДК.02.03 Техника и технологии рекламной фотографии		
Раздел 1. Информационные технологии в издательской и рекламной деятельности		
Тема 1. Сферы использования ИТ и подготовка к разработке концепции визуальных материалов	Содержание теоретических занятий: - ИТ в издательской деятельности - ИТ в рекламной деятельности - Задачи издательской и рекламной деятельности, выполняемые с использованием ИТ - Подготовка ТЗ (технического задания) для создания визуальных материалов - Программное обеспечение для подготовки и создания визуальных материалов	ОК 1; ОК 2; ОК 3; ОК 4; ОК 8; ОК 10, ОК 11.
Тема 2. Верстка и виды верстки	Содержание теоретических занятий: - Понятие верстки - Виды верстки и их особенности: Общая верстка Газетная / Журнальная верстка Макетная верстка	ОК 2; ОК 3; ОК 4; ОК 8; ОК 10.
	Содержание практических занятий: - Анализ и разбор ошибок в верстке (каждого вида) - Формирование рекомендаций по изменению макета	ОК 4; ОК 5; ОК 6; ОК 7; ОК 9; ПК 2.1.; ПК 2.3.
Тема 3. POS-материалы (Материалы оформления точки продаж)	Содержание теоретических занятий: - Понятие POS-материалов - Виды POS-материалов - Особенности разработки концепции POS-материалов	ОК 2; ОК 3; ОК 4.
	Содержание практических занятий: - Анализ и разбор ошибок в верстке POS-материалов - Формирование рекомендаций по изменению макетов POS-материалов	ОК 4; ОК 5; ОК 6; ОК 7; ОК 9; ПК 2.1.; ПК 2.3.
Тема 4. Практика верстки издательских и рекламных материалов.	Содержание практических занятий: - Разработка POS и рекламных материалов по подготовленным ТЗ.	ОК 1; ОК 4; ОК 5; ОК 6; ОК 7; ОК 8; ОК 9; ОК 10. ПК 2.1.; ПК 2.3.
Раздел 2. Программное обеспечение и приложения для разработки комплексных визуальных материалов		
Тема 5. Программное обеспечение и приложения для обработки фото-материалов	Содержание теоретических занятий: - Знакомство с программой и интерфейсом - Изучение возможностей и задач, решаемых с помощью программы / приложения	ОК 1; ОК 2; ОК 3; ОК 4; ОК 8; ОК 11.
Тема 6. Программное обеспечение и приложения для работы с векторной графикой	Содержание теоретических занятий: - Знакомство с программой и интерфейсом - Изучение возможностей и задач, решаемых с помощью программы / приложения	ОК 1; ОК 2; ОК 3; ОК 4; ОК 8; ОК 11.
Тема 7. Программное обеспечение и	Содержание теоретических занятий: - Знакомство с программой и интерфейсом	ОК 1; ОК 2; ОК 3; ОК 4; ОК 8; ОК 11.

приложения для работы с текстовыми материалами	- Изучение возможностей и задач, решаемых с помощью программы / приложения	
Раздел 3. Технология и методики создания визуального материала, включающего фото-контент		
Тема 8. Создание смысловой концепции визуального материала	Содержание теоретических занятий: - Понятие «инсайта» и его маркетинговое значение - Способы поиска инсайта - Перевод инсайта в образ (поиск образа)	ОК 1; ОК 2; ОК 3; ОК 4; ОК 8.
	Содержание практических занятий: - Поиск инсайтов через анализ целевой аудитории - Применение инсайтов (креативная технология формирования визуальных сюжетов и образов, основанных на инсайтах)	ОК 1; ОК 4; ОК 5; ОК 6; ОК 7; ОК 9; ПК 2.1.; ПК 2.3.
Тема 9. Виды визуалов (изображений)	Содержание теоретических занятий: - Виды визуалов по способу выражения • Реалистичный • Графический • Типографический • Совмещенный	ОК 1; ОК 2; ОК 3; ОК 4; ОК 8.
	Содержание практических занятий: - Анализ и описание визуальных решений (всех типов) - Создание (описание / ТЗ) и обоснование визуальных решений всех типов.	ОК 1; ОК 4; ОК 5; ОК 6; ОК 7; ОК 9; ПК 2.1.; ПК 2.3.
Тема 10. Виды образов в рекламе	Содержание теоретических занятий: - Виды образов: • Продуктовый • Ситуация потребления • Игровая ситуация (сюжет) - Очеловеченные образы: • Глянцевый • Имитация UGC (Реалистичный) • Инфлюенсер • Персонаж-маскот	ОК 1; ОК 2; ОК 3; ОК 4; ОК 8; ОК 11.
	Содержание практических занятий: - Анализ образов в рекламной коммуникации популярных брендов - Подбор рекламных образов через поиск инсайта о целевой аудитории	ОК 1; ОК 4; ОК 5; ОК 6; ОК 7; ОК 9; ОК 11; ПК 2.1.; ПК 2.3.
Тема 11. Шрифт и типографика	Содержание теоретических занятий: - Значение шрифтов в рекламном макете - Психологизм шрифтов - Виды шрифтов - Подбор шрифта через поиск инсайта о целевой аудитории	ОК 1; ОК 2; ОК 3; ОК 4; ОК 8
	Содержание практических занятий: - Анализ шрифтов в рекламной коммуникации популярных брендов - Подбор шрифтов через поиск инсайта о целевой аудитории	ОК 1; ОК 4; ОК 5; ОК 6; ОК 7; ОК 8; ОК 9; ПК 2.1.; ПК 2.3.
МДК.02.04 Техника и технологии рекламного видео		
Раздел 1. Анимационные и видео-технологии в рекламе		
Тема 1. Цели и задачи динамической рекламы	Содержание теоретических занятий: - Цели и задачи динамической рекламы - Сферы применения динамической рекламы - Психологизм и особенности восприятия видео-рекламы	ОК 1; ОК 2; ОК 3; ОК 4; ОК 8; ОК 10
Тема 2. Составляющие части рекламного анимационного / видео-сообщения	Содержание теоретических занятий: - Состав рекламного видео-ролика - Состав гиф / мوشн-анимационного ролика	ОК 1; ОК 2; ОК 3; ОК 4; ОК 8
	Содержание практических занятий:	ОК 4; ОК 5; ОК 6;

	- Анализ рекламных роликов популярных брендов	ОК 7; ОК 9 ПК 2.1.; ПК 2.3.
Тема 3. Образ и сюжет как основа визуальной коммуникации	Содержание теоретических занятий: - Виды рекламных образов - Виды рекламных сюжетов - Форматы рекламы	ОК 1; ОК 2; ОК 3; ОК 4; ОК 8
	Содержание практических занятий: - Отбор и анализ рекламных роликов согласно критериям рекламных жанров - Описание и анализ сюжетов / рекламных образов	ОК 4; ОК 5; ОК 6; ОК 7; ОК 9 ПК 2.1.; ПК 2.3.
Раздел 2. Создание рекламного ролика		
Тема 4. Подготовительный этап создания рекламного ролика	Содержание теоретических занятий: - Анализ профиля восприятия целевой аудитории (поиск архетипических образов и сюжетов) - Поиск образного инсайта (в восприятии аудитории) - Подбор рекламного образа	ОК 1; ОК 2; ОК 3; ОК 4; ОК 8; ОК 10; ОК 11
	Содержание практических занятий: - Подготовка технического задания (ТЗ) рекламного ролика по брифу заказчика	ОК 4; ОК 5; ОК 6; ОК 7; ОК 9 ПК 2.1.; ПК 2.3.
Тема 5. Создание рекламного ролика	Содержание теоретических занятий: - Формирование целостного рекламного сюжета - Насыщение сюжета чертами коммерческого предложения - Написание сценария рекламного ролика	ОК 1; ОК 2; ОК 3; ОК 4; ОК 8; ОК 10; ОК 11
	Содержание практических занятий: - Подготовка сценария рекламного ролика по ТЗ	ОК 4; ОК 5; ОК 6; ОК 7; ОК 9 ПК 2.1.; ПК 2.3.
Учебная практика. Виды работ: Задание 1. Смысловые векторы и тезисы в PR-текстах Выберите один PR-текст, имеющий ярко выраженный информационно-имиджевый окрас. Составьте краткую структуру смысловых векторов и тезисов этого PR-текста (в виде схемы) PR-тексты. Классические PR-тексты: жанры. Выберите 5 любых классических жанров PR-текстов: 1 - Пресс-релиз, 2 – Байлайнер, 3 – Бэкграундер, 4 – Фактшит, 5 - Заявление для СМИ, 6 - Имиджевая статья, 7 - Имиджевое интервью, 8 - Миссия компании, 9 – Поздравление, 10 - Кейс-стори, 11 - Пресс-кит. В краткой форме описать: - значение жанра (для чего?) - предполагаемый канал подачи (место размещения) - основные особенности (структуры, языка) Задание 2. Пресс-релиз 1 - Творческая работа: напишите пресс-релиз по сюжету народной сказки «Колобок». Обоснуйте выбор структуры пресс-релиза, отбор персонажей (участников / спикеров) и пространственно-временное решение пресс-релиза. 2 - Ответьте на вопрос: «Что является основным инфоповодом вашего пресс-релиза?» 3 – Создайте пресс-релиз с реалистичным сюжетом, посвященный той же теме, что и пресс-релиз по сказке «Колобок» PR-тексты Задание 3. Имиджевая статья. Выберите бренд и продукт бренда (например, смартфон и компанию, которая его производит). 1 – Сформулируйте 3 инфоповода, связанных с продуктом бренда 2 – Опишите основные цели и тезисы по каждому инфоповоду (о чем она должна рассказать?) 3 – Распишите структуру тезисов для каждого инфоповода 4 – Создайте 3 имиджевых статьи, посвященные продукту и бренду по каждому из придуманных инфоповодов. Задание 4. Кейс-стори 1 – Подберите (воспользуйтесь новостной лентой) или придумайте 3 инфоповода о взаимодействии различных компаний/ внедрении технических новшеств и пр. 2 – Сформулируйте цели кейс-стори (в чем должны убедить?) 3 – Сформулируйте убеждающую структуру тезисов кейс-стори 4 – Создайте 3 кейс-стори под придуманные инфоповоды, обратив особое внимание на насыщение материала реалистичным измеримыми фактами (цифрами, данными, апелляцией к источникам и цитированием) Задание 5. Приёмы рекламного текста: Фонетика 1 - Приведите не менее 10 примеров слоганов, использующих фонетические приёмы: - Аллитерация - Созвучие (рифма) - Каламбур (языковая игра) 2 – Разработайте 5 вариантов своих слоганов (продукт / услуга – любые) с подобными приёмами и		ОК 1, ОК 2, ОК 4, ОК 5, ОК 8, ОК 9, ПК 2.1. – ПК 2.3.

структурой. Задание 6. Приёмы рекламного текста: Лексика 1 - Приведите не менее 10 примеров слоганов / копирайтов (малых текстовых форматов), использующих лексические приёмы: - Неологизмы - Прецедентные тексты 2 – Разработайте 5 вариантов своих текстов, подразумевающих наличие вышеописанных приёмов. Блок Рекламные тексты Задание 7. Коммерческое предложение – создание структуры. Создать 3 варианта коммерческого предложения для одного и того же продукта / услуги, но с учётом различного УТП. УТП требуется выразить в триггерах коммуникации, например, уникальный состав в описании, выделение особенно низкой цены. Задание 8. Модели создания рекламного текста. Создайте 3 рекламных текста свободной аргументации и тематики, используя 3 любых модели (на ваш выбор) Модели рекламы: Перевернутая пирамида, Описательная, Повествовательная, Реклама-парадокс, Реклама-инструкция, Реклама-диалог Там, где требуется, опишите визуальное сопровождение рекламы, распишите синопсис (сюжет), диалоги по ролям и пр.) Задание 9. Этапы создания имени бренда. Создайте несколько альтернативных вариантов имени бренда (продукт / услуга / категория на выбор студента), воспроизведя основные этапы создания имени бренда: 1 – Изучение объекта (бренда / продукта). 2 – Анализ нейминга конкурентов. 3 – Установка критериев имени бренда. 4 – Генерация вариантов (не менее 30). 5 – Фильтрация. 6 – Формирование шорт-листа (итог – 3 наименования). Задание оформить в презентацию: 1 этап – 1 слайд. Задание 10. Визуальные образы как иллюстрации скрытых потребностей аудитории 1 – Выбрать любой потребительский продукт (например, молоко). 2 – Сформировать список потенциальных скрытых потребностей / желаний аудитории (например: молоко быстро портится, молоко в хрупком пакете, из пакета неудобно наливать...) 3 – Придумайте по 5 рекламных образов / сюжетов, раскрывающих (олицетворяющих / иллюстрирующих) проблему и ее решение со стороны бренда. Задание 11. Составные части рекламного креатива. 1 – Отберите 5 рекламных креативов свободной тематики (любой бренд / продукт) 2 – Проанализируйте их, описав: • План содержания: - основная мысль - инсайт - месседж (посыл) тезисом • План выражение: визуальное решение / изображение; копирайт (сопровождающий / поясняющий текст); идеи по размещению; звуковые решения (если видео); персонажи; сюжет Задание 12. Этапы разработки креатива 1 – Отобрать продукт / услугу 2 – Создать набор из 3-х рекламных креативов для одного продукта, представляющий собой: • Описание сюжета рекламного ролика / визуального сюжета • Описание персонажа (-ей) • Текстовый копирайт (сопровождающий текст) В процессе создания задействовать все этапы разработки: 1 – Поиск инсайта. 2 – Подбор ассоциаций. 3 – Разработка сюжета. 4 – Создание креатива (описание). 5 – Отбор итоговых вариантов. Процесс расписать поэтапно, оформив результаты в презентацию в свободной форме. Реализация всех этапов создания рекламного ролика: от анализа продукта и целевой аудитории до формирования брифа, технического задания и написания сценария.	
---	--

Примерная тематика самостоятельной работы обучающегося:

- работа в электронной библиотечной системе, составление конспектов первоисточников и другой учебной и научной литературы, работа с конспектами;
- разработка индивидуального проекта
- выполнение практического задания (кейса)
- выполнение проектных графических работ
- решение задач и упражнений по образцу

2.3. Распределение объема профессионального модуля по разделам, темам и видам учебной работы

2.3.1. Учебно-тематический план занятий (очная форма обучения)

Раздел, тема дисциплины	Общая учебная нагрузка (час.)	Аудиторная нагрузка (час.)		Самостоятельная работа, в т.ч. внеаудиторная нагрузка (час.)
		Теоретическое обучение	Практические занятия	
МДК.02.01 Выполнение рекламных проектов в материале	102	20	48	34
Раздел 1. Базовые навыки дизайн-проектирования рекламных материалов	32	10	12	10
Тема 1. Концептуальная проработка рекламной кампании и дизайн-проекта	6	2	2	2
Тема 2. Основы дизайн-проектирования	14	4	6	4
Тема 3. Методы и процессы в дизайн-проектировании	12	4	4	4
Раздел 2. Объемно-пространственные рекламные конструкции	26	6	12	8
Тема 4. Эргономика и дизайн-проектирование для объемно-пространственной среды	11	4	2	5
Тема 5. Особенности проектирования выставочно-экспозиционных стендов	15	2	10	3
Раздел 3. Фирменный стиль как основа рекламно-графического комплекса	40	4	22	14
Тема 6. Фирменные стили и рекламные материалы на их основе	18	2	10	6
Тема 7. Разработка коммуникационных материалов с учетом рекламного эффекта	22	2	12	8
Дифференцированный зачет	4	-	2	2
МДК.02.02 Проектная компьютерная графика в мультимедиа	140	44	60	36
Тема 1. Векторная графика	22	8	8	6
Тема 2. Растровая графика	22	8	8	6
Тема 3. Создание графических документов с использованием программ векторной и растровой графики	20	6	8	6
Тема 4. Компьютерные аудиотехнологии	24	8	10	6
Тема 5. Компьютерные видеотехнологии	24	8	10	6
Тема 6. Реализация мультимедийных проектов	28	6	16	6
МДК.02.03 Техника и технологии рекламной фотографии	184	60	60	64
Раздел 1. Информационные технологии в издательской и рекламной деятельности	68	25	28	15
Тема 1. Сферы использования ИТ и подготовка к разработке концепции визуальных материалов	10	5	-	5
Тема 2. Верстка и виды верстки	24	15	6	3
Тема 3. POS-материалы (Материалы оформления точки продаж)	14	5	6	3
Тема 4. Практика верстки издательских и рекламных материалов.	20	-	16	4
Раздел 2. Программное обеспечение и приложения для разработки комплексных визуальных материалов	24	5	-	19
Тема 5. Программное обеспечение и приложения для обработки фото-материалов	12	2	-	10
Тема 6. Программное обеспечение и приложения для работы с векторной графикой	6	2	-	4
Тема 7. Программное обеспечение и приложения для работы с текстовыми материалами	6	1	-	5
Раздел 3. Технология и методики создания	92	30	32	30

визуального материала, включающего фото-контент				
Тема 8. Создание смысловой концепции визуального материала	30	10	6	14
Тема 9. Виды визуалов (изображений)	26	10	10	6
Тема 10. Виды образов в рекламе	20	5	10	5
Тема 11. Шрифт и типографика	16	5	6	5
МДК.02.04 Техника и технологии рекламного видео	176	66	60	50
Раздел 1. Анимационные и видео-технологии в рекламе	60	30	20	10
Тема 1. Цели и задачи динамической рекламы	10	10	-	-
Тема 2. Составляющие части рекламного анимационного / видео-сообщения	16	10	6	-
Тема 3. Образ и сюжет как основа визуальной коммуникации	34	10	14	10
Раздел 2. Создание рекламного ролика	116	36	40	40
Тема 4. Подготовительный этап создания рекламного ролика	60	20	20	20
Тема 5. Создание рекламного ролика	56	16	20	20
Экзамен по модулю	12	12	x	x
ИТОГО по УП:	614	198	228	188
Учебная практика	216	-	216	-
ВСЕГО:	830	198	444	188

2.3.2. Учебно-тематический план занятий (заочная форма обучения)

Раздел, тема дисциплины	Общая учебная нагрузка (час.)	Аудиторная нагрузка (час.)		Самостоятельная работа, в т.ч. внеаудиторная нагрузка (час.)
		Теоретическое обучение	Практические занятия	
МДК.02.01 Выполнение рекламных проектов в материале	102	4	12	86
Раздел 1. Базовые навыки дизайн-проектирования рекламных материалов	32	2	3	27
Тема 1. Концептуальная проработка рекламной кампании и дизайн-проекта	6	0,5	1	4,5
Тема 2. Основы дизайн-проектирования	14	1	1	12
Тема 3. Методы и процессы в дизайн-проектировании	12	0,5	1	10,5
Раздел 2. Объемно-пространственные рекламные конструкции	26	1	2	23
Тема 4. Эргономика и дизайн-проектирование для объемно-пространственной среды	11	0,5	1	9,5
Тема 5. Особенности проектирования выставочно-экспозиционных стендов	15	0,5	1	13,5
Раздел 3. Фирменный стиль как основа рекламно-графического комплекса	44	1	7	36
Тема 6. Фирменные стили и рекламные материалы на их основе	18	0,5	2,5	15
Тема 7. Разработка коммуникационных материалов с учётом рекламного эффекта	26	0,5	3,5	18
МДК.02.02 Проектная компьютерная графика в мультимедиа	140	8	12	120
Тема 1. Векторная графика	22	1	1	20
Тема 2. Растровая графика	22	1	1	20

Тема 3. Создание графических документов с использованием программ векторной и растровой графики	20	2	2	16
Тема 4. Компьютерные аудиотехнологии	24	1	2	21
Тема 5. Компьютерные видеотехнологии	24	1	2	21
Тема 6. Реализация мультимедийных проектов	28	2	4	22
МДК.02.03 Техника и технологии рекламной фотографии	184	2	30	152
Раздел 1. Информационные технологии в издательской и рекламной деятельности	68	2	16	52
Тема 1. Сферы использования ИТ и подготовка к разработке концепции визуальных материалов	10	2	2	8
Тема 2. Верстка и виды верстки	24	-	4	20
Тема 3. POS-материалы (Материалы оформления точки продаж)	14	-	4	10
Тема 4. Практика верстки издательских и рекламных материалов.	20	-	6	14
Раздел 2. Программное обеспечение и приложения для разработки комплексных визуальных материалов	24	-	6	24
Тема 5. Программное обеспечение и приложения для обработки фото-материалов	12	-	2	12
Тема 6. Программное обеспечение и приложения для работы с векторной графикой	6	-	2	6
Тема 7. Программное обеспечение и приложения для работы с текстовыми материалами	6	-	2	6
Раздел 3. Технология и методики создания визуального материала, включающего фото-контент	92	-	8	76
Тема 8. Создание смысловой концепции визуального материала	30	-	2	26
Тема 9. Виды визуалов (изображений)	26	-	2	22
Тема 10. Виды образов в рекламе	20	-	2	16
Тема 11. Шрифт и типографика	16	-	2	12
МДК.02.04 Техника и технологии рекламного видео	176	2	30	144
Раздел 1. Анимационные и видео-технологии в рекламе	60	1	10	49
Тема 1. Цели и задачи динамической рекламы	10	-	-	10
Тема 2. Составляющие части рекламного анимационного / видео-сообщения	16	0,5	5	10,5
Тема 3. Образ и сюжет как основа визуальной коммуникации	34	0,5	5	28,5
Раздел 2. Создание рекламного ролика	116	1	20	95
Тема 4. Подготовительный этап создания рекламного ролика	60	0,5	10	49,5
Тема 5. Создание рекламного ролика	56	0,5	10	45,5
Экзамен по модулю	12	12	x	x
ИТОГО по УП:	614	16	84	514
Учебная практика	216	-	4	212
ВСЕГО:	830	16	88	726

2.4. Виды, формы и методы контроля планируемых результатов освоения профессионального модуля

Текущий контроль определяет степень качества усвоения изученного учебного материала теоретического и практического характера в ходе обучения. Система текущего

контроля успеваемости предусматривает разнообразные по форме и содержанию контрольные мероприятия (контрольные точки), учитывающие все виды аудиторной и самостоятельной учебной деятельности обучающегося.

Основными видами текущего контроля успеваемости студентов являются:

- входной контроль - необходимый для успешного планирования и управления учебным процессом;
- тематический контроль (по материалам и в объеме одной учебной темы);
- рубежный контроль (в объеме разделов или групп тем по дисциплине) обеспечивающий качество изучения студентами учебного материала, управление учебной деятельностью студентов и ее корректировку, а также стимулирование регулярной, целенаправленной работы студентов, активизация их познавательной деятельности; определение уровня овладения студентами навыками самостоятельной работы, создание условий для их формирования. Рубежный контроль может проводиться несколько раз в семестр, в виде предварительного контроля (перед экзаменом) и / или в форме итогового контроля, направленного на выявление степени овладения студентами системой знаний, умений и навыков (компетенций), полученных в процессе изучения учебной дисциплины. Итоговый контроль осуществляется в конце семестра изучения профессионального модуля.

Основными формами текущего контроля успеваемости студентов являются: устный опрос на лекциях, практических и семинарских занятиях, проверка выполнения письменных домашних заданий, проведение контрольных работ, тестирование (письменное или компьютерное), контроль самостоятельной работы студентов (в письменной или устной форме) и т.д.

Промежуточная аттестация (контроль) обучающихся по профессиональному модулю обеспечивает оценивание результатов учебной деятельности студента за семестр, служащий для определения уровня качества подготовки студентов в соответствии с требованиями ФГОС СПО по специальности. Промежуточная аттестация осуществляется в конце семестра и завершает изучение профессионального модуля. Промежуточная аттестация реализуется в форме экзамена по модулю / квалификационного экзамена.

Результаты освоения профессионального модуля достигаются за счет использования в процессе обучения активных и интерактивных методов и технологий формирования заданных компетенций у студентов.

2.5. Использование в процессе обучения активных и интерактивных методов и технологий формирования компетенций.

Переход к компетентностному подходу в процессе обучения требует изменения многих составляющих учебного процесса: содержания, способов контроля и методов обучения. Одним из наиболее важных направлений изменения методов обучения при переходе к компетентностному подходу является использование в учебном процессе активных и интерактивных методов и технологий обучения.

Включение в учебный процесс активных и интерактивных методов обучения активизирует познавательную активность студентов, усиливает их интерес и мотивацию, развивает способность к самостоятельному обучению и обеспечивает более полное

усвоение информации (если при лекционной подаче материала усваивается не более 20%, информации, то в деловой игре – до 90%).

Активное и интерактивное обучение предполагает обучение, погруженное в общение, которое сохраняет конечную цель и основное содержание предмета, но видоизменяет формы и приемы ведения занятия. К научно-методическим основам, на которых базируется активное и интерактивное обучение относятся обучение через опыт и сотрудничество, учет различий в стилях познания, использование поисковых, исследовательских и игровых методов.

Интерактивное обучение как особая форма организации познавательной деятельности обеспечивает вовлеченность всех студентов в образовательный процесс, создает условия для обмена, взаимного обогащения знаниями, идеями, способами деятельности, способствует установлению эмоциональных контактов между студентами, приучает работать в команде, снимает нервную нагрузку, помогает испытать чувство защищенности, взаимопонимания и собственной успешности.

К методам активного и интерактивного обучения относятся:

Игровые технологии: деловая игра, сюжетно - ролевая игра, имитационные игры, игровые занятия на моделях (искусственная образовательная среда, компьютерные деловые игры), стажировка (с выполнением или без выполнения должностной роли), действия по инструкции (алгоритму)

Ситуационный анализ: анализ конкретных ситуаций, решение ситуативных и производственных задач, кейс-технологии (иллюстративные учебные ситуации, кейсы с формированием и без формирования проблемы, прикладные упражнения), разбор инцидентов из практики, баскет-метод и т.д.

Эвристические технологии генерирования идей: «мозговой штурм», синектика, ассоциации (метафоры)

Тренинг-методы: социально-психологический тренинг, тренинг делового общения, психотехнические игры

Проблемное обучение: активные (проблемные) лекции и семинары, лекции-дискуссии, перекрестные дискуссии, тематические дискуссии: круглый стол, пресс-конференция / научно-практическая конференция, дебаты

Проектное обучение: разработка творческого индивидуального или группового проекта, исследовательские проекты, информационные проекты, творческие проекты, социально-ориентированные проекты, игровое проектирование

Командное обучение: работа в малых группах, интервью, работа «группы экспертов»

Тестовые технологии обучения (помимо контроля тесты выполняют также диагностическую, обучающую, организующую, развивающую учебные функции): тесты с однозначным выбором ответа, тест с многозначным ответом, тесты на дополнение, тесты перекрестного выбора, МАСТАК-технология (метод активного социологического тестирования, анализа и контроля)

2.6. Задачи, уровни, виды и формы самостоятельной работы и перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся

Согласно требованиям ФГОС СПО и иных нормативных документов самостоятельная работа студентов является обязательным компонентом образовательного процесса, так как она способствует более глубокому освоению изучаемой дисциплины, обеспечивает закрепление получаемых на лекционных занятиях знаний путем приобретения навыков осмысления и расширения их содержания, навыков решения актуальных практических задач, научно-исследовательской деятельности, подготовки к семинарским и практическим занятиям, сдаче зачетов и экзаменов, обеспечивая тем самым формирование общекультурных и профессиональных компетенций обучающихся.

Самостоятельная работа студентов является совокупностью аудиторных и внеаудиторных занятий и работ, обеспечивающих успешное освоение образовательной программы среднего профессионального образования в соответствии с требованиями ФГОС СПО.

В рамках освоения основной профессиональной образовательной программы среднего профессионального образования самостоятельная работа обучающихся направлена на решение следующих задач:

- закрепление и расширение знаний, умений, полученных студентами во время лекционных и практических занятий, формирование на их основе устойчивых стереотипов умственной и физической деятельности;
- приобретение дополнительных знаний и навыков по дисциплинам, междисциплинарным комплексам, профессиональным модулям, практическому обучению;
- формирование и развитие знаний и навыков, связанных с научно-исследовательской деятельностью, навыков самоорганизации;
- формирование самостоятельности мышления, способности к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- выработка навыков эффективной самостоятельной профессиональной практической и учебно-исследовательской деятельности

Уровни самостоятельной работы обучающихся:

1. Самостоятельная работа по образцу (низкий уровень самостоятельности) – предполагает непосредственный перенос известного способа решения в аналогичную ситуацию. Работа выполняется на основе алгоритмов, ранее продемонстрированных преподавателем и опробованных студентами при выполнении предыдущих заданий. Воспроизведение алгоритмов способствует формированию умений и навыков, запоминанию способов самостоятельной работы в конкретных ситуациях.

2. Самостоятельная работа – реконструкция (пороговый уровень самостоятельности) предполагает осмысленный перенос знаний и умений в типовые ситуации, учит анализировать события, явления, факты, создает условия для развития мыслительной активности обучающихся, формируют приемы и методы познавательной деятельности.

3. Самостоятельная работа – исследование (продвинутый уровень самостоятельности) – основана на постоянном поиске новых решений, обобщении и систематизации полученных знаний, их переносе в иные нестандартные ситуации и направлена на формирование и развитие творческой деятельности обучающихся.

Структура самостоятельной работы включает три основных этапа: подготовительный (ориентировочный), исполнительный и контрольно-диагностический. В рамках указанных этапов последовательно выполняются следующие учебные действия: анализ учебного задания и сроков его выполнения, поиск способов и средств его выполнения; планирование хода выполнения задания и прогнозирование возможных затруднений; проверка, оценка и самооценка полученных результатов.

Самостоятельная работа

№ п/п	Вид самостоятельной работы	Содержание самостоятельной работы	Примерное время
1.	Подготовка к лекции (теоретическому занятию)	Самостоятельная работа по подготовке к лекции необходима для повторения изученного ранее материала, поскольку изучение любой дисциплины строится на последовательном освоении разделов и тем, каждая из которых так или иначе связана с предыдущими. Поэтому уровень освоения конкретной дисциплины и формирования соответствующих общих и профессиональных компетенций напрямую связан с тем, насколько студент ориентирован на получение на лекциях новых знаний, дополняющих уже имеющиеся по данной дисциплине.	20 минут
2.	Подготовка к практическому (семинарскому) занятию	Самостоятельная работа обучающихся по подготовке к практическому занятию предполагает осмысление цели и задач его проведения, овладение навыками аналитической и научно – исследовательской деятельности. Самостоятельная подготовка к практическому (семинарскому) занятию направлена на: - развитие навыков работы с научной и иной литературой; - формирование навыков формулировки задачи / выявления проблемы и умения их анализировать, выделять составные части, определять этапы решения задачи / проблемы; - поиск и анализ дополнительной информации, позволяющей глубже разобраться в отдельных вопросах темы или сформировать целостное представление по проблеме; - выработку умения формулировать задачи поиска информации, определять необходимые источники информации и их актуальность, структурировать получаемую информацию, выделяя наиболее значимую часть, оценивать практическую значимость и оформлять результаты поиска; - формирование и развитие навыков грамотного изложения своих мыслей в устной и письменной форме с использованием современной научной профессиональной терминологии, для подготовки собственного выступления по обсуждаемым вопросам; - формирование навыка аргументированного ведения дискуссии по обсуждаемой проблеме. Работа на практическом занятии направлена в том числе на изменение студентом самого себя. Данный результат очень важен, поскольку он обеспечивает формирование целого ряда общекультурных компетенций, например, способность:	30 - 60 минут

		- организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество; - самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации; - осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития и т.п.	
3.	Подготовка к коллоквиуму	Коллоквиум представляет собой коллективное обсуждение раздела дисциплины на основе самостоятельного изучения этого раздела студентами. Подготовка к коллоквиуму осуществляется на основе перечня вопросов, подготовленного преподавателем, ответы на которые необходимо получить при изучении определенного перечня научных источников. Студентам во необходимо ознакомиться со специальной литературой, выписать из нее ответы на вопросы, которые будут обсуждаться на коллоквиуме, сформулировать свое мнение по каждому из вопросов.	30 - 60 минут
4.	Подготовка к контрольной (проверочной) работе	Самостоятельная подготовка к контрольной работе включает в себя: - изучение конспектов лекций, раскрывающих материал, знание которого проверяется контрольной работой; - повторение учебного материала, полученного при подготовке к семинарским, практическим занятиям и во время их проведения; - изучение дополнительной литературы, в которой конкретизируется содержание проверяемых знаний; - повторение / восстановление алгоритмов, ранее продемонстрированных преподавателем и опробованных студентами при выполнении заданий на практических занятиях; - составление в мысленной форме ответов на поставленные в контрольной работе вопросы.	2 часа
5.	Подготовка к зачету	Самостоятельная подготовка к зачету должна осуществляться в течение всего семестра, в том числе, в рамках подготовки к лекционным и практическим занятиям, а также подготовки к коллоквиуму и контрольной работе, если они предусмотрены преподавателем Подготовка включает в себя, в том числе, очередную проработку всего лекционного материала, материалов, подготовленных к практическим (семинарским) занятиям в течение семестра и полученных во время практических занятий (в рамках докладов других студентов, во время «круглых столов», дискуссий, обсуждения и осмысления материала); соотнесение данной информации с вопросами к зачету, в случае недостатка информации, поиска ответов в рекомендованной преподавателем учебной, учебно-методической и иной литературе. Рекомендуется делать краткие записи для формирования в сознании четкой логической схемы ответа на вопрос. Накануне зачета необходимо повторить ответы, не используя записи.	3,5 – 4 часа
6.	Подготовка к экзамену	Самостоятельная подготовка к экзамену схожа с подготовкой к зачету, но объем учебного материала, который необходимо подготовить к экзамену (восстановить в памяти, вновь осмыслить	16 – 24 часа

		и понять), значительно больше. Важно сформировать целостное представление о содержании ответа на каждый вопрос, что предполагает знание разных научных подходов к сущности того или иного явления, или процесса, умение определять и анализировать факторы их определяющие и т.п. Для этого рекомендуется первоначально в течение 1 - 2 дней, подобрать из разных источников материал, необходимый для развернутого ответа на каждый вопрос, изложив его в виде краткого конспекта. Затем по памяти восстановить содержание каждого ответа.	
--	--	--	--

Формы самостоятельной работы обучающихся для овладения, закрепления и систематизации знаний и формирования умений:

- работа в электронной библиотечной системе, составление конспектов первоисточников и другой учебной и научной литературы, работа с конспектами
- обработка текста (конспекта, учебника, первоисточника, дополнительной литературы, аудио и видеозаписей)
- повторная работа с учебным материалом: составление плана, составление таблиц для систематизации учебного материала, ответ на контрольные вопросы, заполнение рабочей тетради и т.п.
- аналитическая обработка текста (аннотирование, рецензирование, реферирование, конспект-анализ и др.),
- работа с тестами и вопросами для самопроверки
- работа с нормативно – правовыми документами
- написание реферата, эссе
- подготовка курсовой работы
- составление словаря по дисциплине
- разработка индивидуального или группового проекта
- выполнение практического задания (кейса)
- поиск информации по заданным параметрам
- подготовка мультимедиа сообщений / докладов к выступлению на семинаре (конференции), материалов-презентаций и т.п.
- построение сводной (обобщающей) таблицы
- решение задач и упражнений по образцу
- решение вариативных задач
- выполнение расчетных и графических работ
- решение ситуационных задач
- подготовка к деловым / ролевым играм
- проектирование и моделирование различных видов и компонентов профессиональной деятельности
- т.д.

Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся: методические указания по самостоятельной работе студентов; учебная и методическая литература в библиотеке и электронной библиотеке Колледжа; отведенное для самостоятельной работы время занятий в компьютерных классах Колледжа, включая

работу со специализированным программным обеспечением, информационными справочными системами.

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Требования к минимуму материально-технического обеспечения

Реализация профессионального модуля ПМ.02 Производство рекламной продукции требует наличия специальных учебных помещений для проведения всех видов занятий, в т.ч. учебных аудиторий для проведения теоретических занятий (лекций) и практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, помещений для проведения лабораторных работ, текущего контроля и промежуточной аттестации, соответствующим образом оснащенные помещения для самостоятельной работы студентов.

Учебные помещения должны быть оснащены всем необходимым оборудованием: рабочие места преподавателя, обучающихся, технические и иные средства обучения.

Перечень кабинетов и/или лабораторий и/или мастерских и/или иных помещений, требующихся для освоения дисциплины:

№	Наименование помещения
1.	Кабинет проектирования рекламного продукта, цветоведения, шрифтовой и художественной графики, корректуры, художественно-технического редактирования изданий
2.	Лаборатория компьютерного дизайна, компьютерной графики и видеомонтажа
3.	Фотолаборатория
4.	Багетная мастерская
5.	Видеостудия
6.	Фотостудия
7.	Методический кабинет
8.	Читальный зал (кабинет для самостоятельной работы)
9.	Актальный зал
10.	Библиотека

3.2. Информационное обеспечение обучения

3.2.1. Перечень рекомендуемых учебных изданий, дополнительной литературы, информационных Интернет-ресурсов

Основные источники

1. Куркова, Н. С. Аудиовизуальные технологии в рекламе: учебное пособие для вузов / Н. С. Куркова. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 127 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14857-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/497186>.

2. Нуркова, В. В. Психология фотографии. Культурно-исторический анализ: монография / В. В. Нуркова. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 473 с. — (Актуальные монографии). — ISBN 978-5-534-12307-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/496483>.

3. Основы дизайна и композиции: современные концепции: учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. Э. Павловская [и др.]; ответственный

редактор Е. Э. Павловская. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 119 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11671-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/494767>.

4. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта: учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 502 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05261-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489057>.

5. Трищенко, Д. А. Техника и технологии рекламного видео: учебник и практикум для вузов / Д. А. Трищенко. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 177 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11564-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/495892>.

6. Графический дизайн. Современные концепции: учебное пособие для вузов / Е. Э. Павловская [и др.]; ответственный редактор Е. Э. Павловская. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 119 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11169-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/493343>.

Дополнительные источники

1. Колышкина, Т. Б. Проектирование и оценка рекламного образа: учебное пособие для вузов / Т. Б. Колышкина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 262 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10041-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/494656>.

2. Литвина, Т. В. Дизайн новых медиа: учебник для вузов / Т. В. Литвина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 181 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10964-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/493319>.

3. Одегов, Ю. Г. Эргономика: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Ю. Г. Одегов, В. Н. Сидорова, М. Н. Кулапов. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 157 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-02611-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491133>.

4. Пашкова, И. В. Проектирование: проектирование упаковки и малых форм полиграфии: учебное пособие для вузов / И. В. Пашкова. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 179 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11228-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/495775>.

Справочно-библиографические, периодические издания, в т.ч. российские журналы:

1. <http://www.grebennikoff.ru/product/8/> - журнал «Реклама. Теория и практика».

Информационные ресурсы сети Интернет

1. <https://netology.ru/> - сборник статей на наиболее актуальные маркетинговые темы.
2. <https://vc.ru/> – агрегатор профессиональных блогов
3. <https://cyberleninka.ru/about> - научная электронная библиотека открытого доступа
4. <https://www.behance.net> - платформа для публикации и хранения творческих проектов.

3.2.2. Перечень современных баз данных, лицензионное программное обеспечение

Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы (информационные технологии), используемое при осуществлении образовательного процесса по дисциплине:

- Информационная справочная система и база данных «ГАРАНТ» <http://www.garant.ru/> (доступ по паролю) (отечественное производство)
- Студенческий информационно-справочный портал "Гарант-Образование" <https://edu.garant.ru/> (доступ свободный) (свободно распространяемое);
- Научная электронная библиотека – база данных eLIBRARY.RU <https://elibrary.ru/defaultx.asp> (доступ свободный);
- Центральная база данных Росстата - <https://www.gks.ru/dbscripts/cbsd/> (доступ свободный) (свободно распространяемое);
- Scopus – единая база данных рецензируемой научной литературы. www.scopus.com (доступ свободный);

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в т.ч. отечественного производства, используемое при осуществлении образовательного процесса по дисциплине:

- Microsoft Windows (лицензионное).
- Офисный пакет программ MicrosoftOffice, включающий текстовый редактор MicrosoftWord, электронную таблицу MicrosoftExcel, программу для подготовки презентаций MicrosoftPowerPoint, браузер InternetExplorer (лицензионное).
- Программный продукт 1С: Предприятие (лицензионное, отечественное производство)
- Программные продукты семейства Corel (лицензионное).

Особенности учебно-методического обеспечения для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Студенты с ограниченными возможностями здоровья, в отличие от остальных студентов, имеют свои специфические особенности восприятия и переработки материала. Подбор и разработка учебных материалов для таких студентов производится с учетом различных форм предоставления данного материала так, чтобы инвалиды с нарушениями

слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения - аудиально. Предусмотрено в случае необходимости создание текстовой версии любого нетекстового контента для его возможного преобразования в альтернативные формы, удобные для различных пользователей, альтернативную версию медиа-контента, предусмотрены возможность масштабирования текста и изображений без потери качества и доступность управления контентом с клавиатуры.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля осуществляется преподавателем в процессе проведения лекционных и практических занятий, выполнения обучающимися контрольных и самостоятельных работ, индивидуальных заданий, прохождения тестирования, сдачи дифференцированного зачета / экзамена, экзамена по модулю.

4.1. Результаты, критерии и оценочные средства для проведения текущего и промежуточного контроля освоения профессионального модуля и формирования общих и профессиональных компетенций

4.1.1. Критерии оценивания результатов освоения профессионального модуля и формирования общих и профессиональных компетенций при проведении текущего и промежуточного контроля

1. Базовый уровень освоения учебного материала - пороговый
2. Умение использовать теоретические знания и практические навыки при выполнении профессиональных задач - повышенный
3. Уровень глубокой сформированности общих и профессиональных компетенций – продвинутый

Компоненты результатов обучения по профессиональному модулю	Признаки уровня освоения компонентов компетенций		
	пороговый	повышенный	продвинутый
Знания	Студент демонстрирует знание-знакомство, знание-копию: узнает объекты, явления и понятия, находит в них различия, проявляет знание источников получения информации, может осуществлять самостоятельно репродуктивные действия над знаниями путем самостоятельного воспроизведения и применения информации.	Студент демонстрирует аналитические знания: уверенно воспроизводит и понимает полученные знания, относит их к той или иной классификационной группе, самостоятельно систематизирует их, устанавливает взаимосвязи между ними, продуктивно применяет в знакомых ситуациях.	Студент может самостоятельно извлекать новые знания из окружающего мира, творчески их использовать для принятия решений в новых и нестандартных ситуациях.
Умения	Студент умеет корректно выполнять предписанные действия по инструкции, алгоритму в известной ситуации, самостоятельно выполняет действия по решению типовых задач, требующих выбора из числа известных методов, в предсказуемо изменяющейся	Студент умеет самостоятельно выполнять действия (приемы, операции) по решению нестандартных задач, требующих выбора на основе комбинации известных методов, в непредсказуемо изменяющейся ситуации	Студент умеет самостоятельно выполнять действия, связанные с решением исследовательских задач, демонстрирует творческое использование умений (технологий)

	ситуации		
Иметь практический опыт:	Студент демонстрирует готовность к решению ограниченного количества нетипичных задач при условии оказания ему методической помощи (например, постановка уточняющих вопросов), а также не готов решать практические задачи повышенной сложности и принимать профессиональные и управленческие решения в условиях неполной определенности, при недостаточном документальном, нормативном и методическом обеспечении.	Студент демонстрирует готовность к самостоятельному решению ограниченного количества нетипичных задач, но испытывает трудности при решении практических задач повышенной сложности, позволяющих принимать профессиональные и управленческие решения в условиях неполной определенности, при недостаточном документальном, нормативном и методическом обеспечении.	Студент готов решать практические задачи повышенной сложности, нетиповые задачи, принимать профессиональные и управленческие решения в условиях неполной определенности, при недостаточном документальном, нормативном и методическом обеспечении.

4.1.2. Формы контроля результатов освоения профессионального модуля и формирования общих и профессиональных компетенций при проведении текущего и промежуточного контроля

Наименование результата обучения	Дескрипторы результата обучения	Результаты освоения образовательной программы (компетенции), формирование которых обеспечивается результатом обучения (коды компетенций)	Формы контроля	
			Текущего	Промежуточного
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;	ОК 1; ОК 2; ОК 3; ОК 4; ОК 5; ОК 6; ОК 7; ОК 8; ОК 9; ОК 10; ОК 11; ПК 2.1.; ПК 2.2.; ПК 2.3.	- подготовка мультимедиа сообщений / докладов к выступлению на семинаре (конференции), материалов-презентаций и т.п. - построение сводной (обобщающей) таблицы - решение ситуационных задач - проектирование и моделирование различных видов и компонентов профессиональной деятельности - выполнение (проверка выполнения) практических графических работ; - работа над практическими кейсами; - выполнение самостоятельных работ; - клаузура; - подготовка творческого проекта.	Экзамен по модулю
Уметь:	- осуществлять фотосъемку для производства рекламного продукта; - осуществлять видеосъемку для производства рекламного продукта;	ОК 1; ОК 2; ОК 3; ОК 4; ОК 5; ОК 6; ОК 7; ОК 8; ОК 9; ОК 10; ОК 11; ПК 2.1.; ПК 2.2.;	- решение задач, упражнений и творческих упражнений по образцу - выполнение самостоятельных работ; - контроль самостоятельной работы (в письменной или устной форме);	

	- 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;	ПК 2.3.	- подготовка и защита творческого проекта - контрольные работы - проведение оценки и экспертизы других творческих работ; - участие в тематических дискуссиях: круглых столах, дебатах и т.п.; - поиск информации по заданным параметрам; - участие в мозговом штурме, генерация идей для решения задачи.	
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.	ОК 1; ОК 2; ОК 3; ОК 4; ОК 5; ОК 6; ОК 7; ОК 8; ОК 9; ОК 10; ОК 11; ПК 2.1.; ПК 2.2.; ПК 2.3.	- устный опрос на лекциях / практических занятиях - проверка конспектов по дополнительной литературе и первоисточникам - участие в мастер-классе	

4.1.3. Показатели и критерии оценивания текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения профессионального модуля

Экзамен по модулю является итоговой оценкой уровня сформированности общих и профессиональных компетенций студента по профессиональному модулю и включает в себя оценку теоретических знаний студента, развитие творческого и аналитического мышления, приобретение навыков самостоятельной работы, умение синтезировать полученные знания и применять их к решению практических задач, уровень сформированности практических навыков по виду профессиональной деятельности. Оценка, выставляемая студенту в ходе промежуточной аттестации, является совокупной и учитывает предыдущие оценки его знаний по данному профессиональному модулю, полученные в ходе текущего и промежуточного контроля.

При проведении текущей и промежуточной аттестации по профессиональному модулю в рамках традиционной шкалы оценивания применяются следующие критерии:

Оценка	Критерии выставления оценки
Отлично (зачтено)	студент демонстрирует всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, точно, четко и конкретно отвечает на вопросы, может доказать и проиллюстрировать свои рассуждения практическими примерами, в том числе, полученными в ходе практического обучения, при ответе на вопросы рассуждает, опираясь на знания, полученные как в рамках данного профессионального модуля, так и при изучении других смежных дисциплин (МДК), умеет свободно выполнять практические

	задания, предусмотренные программой, в том числе, решает нестандартные задачи, в целом ответы глубокие, обоснованные и законченные;
Хорошо (зачтено)	в своих ответах на вопросы студент четко формулирует определения и может показать взаимосвязь различных частей пройденного в рамках данного профессионального модуля материала, студент демонстрирует способность к размышлению, при ответе на вопросы рассуждает, опираясь на знания, полученные в рамках данного профессионального модуля, в том числе, в ходе практического обучения, легко решает типовые задачи, способен к самостоятельному пополнению и обновлению знаний и умений в ходе дальнейшей учебной и профессиональной деятельности
Удовлетворительно (зачтено)	студент обнаруживает в целом правильное понимание основных вопросов программного материала, может дать определения основных понятий, пройденных в рамках профессионального модуля, однако излагает их недостаточно четко и / или не в полном объеме, предусмотренном учебным материалом лекционных, практических занятий и практического обучения, не может вывести закономерности и связать воедино разные разделы профессионального модуля, допускает отдельные ошибки в ответе и при выполнении заданий, решение типовых задач может вызывать затруднение, при этом студент обладает необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя
Неудовлетворительно (не зачтено)	знания студента обрывочны, не покрывают всего предмета, скорее заучены, чем поняты и, как следствие, студент не может объяснить связей в рамках изложенного материала, дать точных определений понятий, пройденных в рамках профессионального модуля, дает расплывчатые формулировки, не владеет в должной степени терминологией и приемами решения типовых задач; оценка «неудовлетворительно», как правило, ставится студентам, которые не могут продолжить обучение или приступить к профессиональной деятельности по окончании Колледжа без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине

4.1.4. Оценочные средства по профессиональному модулю представлены в рамках Фонда оценочных средств, являющегося приложением к настоящей рабочей программе

4.2. Особенности проведения текущей и промежуточной аттестации для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации указанных обучающихся создаются фонды оценочных средств,

адаптированные для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья и позволяющие оценить достижение ими запланированных в основной образовательной программе результатов обучения и уровень сформированности всех компетенций, заявленных в образовательной программе.

Такие оценочные средства создаются по мере необходимости с учетом различных нозологий. При проведении текущей и промежуточной аттестации для указанных лиц предусмотрено включение в учебный процесс различных посредников, включая тьюторов и уполномоченных по делам инвалидов. Форма проведения текущей аттестации для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.). При необходимости таким студентам обеспечиваются соответствующие условия проведения занятий и аттестации, в том числе предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на зачете или экзамене.