

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 17.10.2023 11:27:59
Уникальный программный ключ:
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad7d0ed9ab87433

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)»

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор – проректор
по образовательной деятельности

_____ С.Г. Дембицкий

« ____ » _____ 20 ____ г.

Колледж ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

МДК.02.04 ТЕХНИКА И ТЕХНОЛОГИИ РЕКЛАМНОГО ВИДЕО

Специальность 42.02.01 Реклама

ФГОС СПО утвержден приказом Минпросвещения России

от «21» июля 2023 г. № 552

Квалификация – специалист по рекламе

Уровень подготовки – базовый

Форма подготовки – очная

Москва, 2025

Программа дисциплины МДК.02.04 Техника и технологии рекламного видео разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования (ФГОС СПО) по специальности 42.02.01 Реклама.

Организация разработчик рабочей программы: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина».

Подразделение: Колледж РГУ им. А.Н. Косыгина

Разработчики: Седельников Александр Леонидович, преподаватель колледжа.

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	5
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ	9
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	11

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ МДК.2.4 ТЕХНИКА И ТЕХНОЛОГИИ РЕКЛАМНОГО ВИДЕО

1.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы

Дисциплина МДК.2.4 «Техника и технологии рекламного видео» является обязательной частью общепрофессионального цикла основной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама.

Дисциплина МДК.2.4 «Техника и технологии рекламного видео» обеспечивает формирование общих компетенций по всем видам деятельности ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама. Особое значение дисциплина имеет при формировании 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.

1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины

В рамках программы дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания

ПК, ОК	Умения	Знания
ПК 2.1 Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий. ПК 2.2 Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах.	разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы; осуществлять видеосъемку для производства рекламного продукта; использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео-, анимации; использовать мультимедийные и web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта.	техники, технологий и технических средств видеосъемки в рекламе; программных средств для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации; технологии создания Интернет-рекламы; аппаратных и программных обеспечений.
ОК 01 Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.	- распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; - анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; - определять этапы решения задачи; - выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; - составлять план действия; - определять необходимые ресурсы; - оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника).	- актуального профессионального и социального контекста, в котором приходится работать и жить; - основных источников информации и ресурсов для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте; - алгоритмов выполнения работ в профессиональной и смежных областях; - методов работы в профессиональной и смежных сферах; - структуры плана для решения задач; - порядка оценки результатов решения задач профессиональной деятельности.

ОК 04 Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.	-организовывать работу коллектива и команды; -взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности.	-психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности; -основы проектной деятельности.
---	---	---

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов			
	5 семестр 9 класс (3 семестр 11 класс)	6 семестр 9 класс (4 семестр 11 класс)	7 семестр 9 класс (5 семестр 11 класс)	Всего
Объем образовательной программы дисциплины, в т.ч.	86	112	28	226
Основное содержание, в т.ч.	68	66	18	152
практические занятия	68	66	18	152
Самостоятельная работа	18	46	10	74
Промежуточная аттестация	Другие формы контроля	Другие формы контроля	Экзамен	

2.2. Тематический план и содержание дисциплины ОУП.08 «Биология»

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала (основное и профессионально-ориентированное), лабораторные и практические занятия, самостоятельная работа, курсовая работа.	Объем часов	Формируемые компетенции
1	2	3	4
Семестр 5			
Основное содержание			
Раздел 1. Основы видеотехники и осветительного оборудования		65	
Тема 1.1. Творческие задачи, технические возможности и технологические решения в современной видеорекламе	Практическое занятие 1. Выявление взаимосвязей творческих и технических аспектов при производстве рекламного видеопродукта на основе произвольно выбранных рекламных роликов.	6	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
	Практическое занятие 2. Выявление взаимосвязей в подходах к созданию рекламных роликов с учетом особенности их размещения и направленности.	6	
	Практическое занятие 3. Выполнение пробного съемочного этюда с использованием современного нестудийного, бытового оборудования (камер смартфонов и т.д.)	5	

	Самостоятельная работа обучающихся 1. Разработка сюжета для съемочного этюда.	5	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
Тема 1.2. Современное съемочное оборудование и его возможности при создании рекламного продукта	Практическое занятие 4. Освоение выразительных средств оптических систем и съемочных технологий производства рекламной видеопродукции.	5	ОК 1; ОК 2; ОК 3;
	Практическое занятие 5. Формирование навыков работы с видеооборудованием и аксессуарами к нему, техническими характеристиками настройки и параметрами цифрового видео (кодеки и контейнеры).	6	ОК 4; ОК 5; ОК 6;
	Практическое занятие 6. Организация и проведение совместных пробных съемок постановочных этюдов с использованием оптических средств выразительности и современного студийного видеооборудования.	6	ОК 7; ОК 8; ОК 9; ОК 10; ОК 11; ПК 2.1; ПК 2.2; ПК 2.3
	Самостоятельная работа обучающихся 2. Организация и проведение пробных съемок с использованием оптических средств выразительности любой имеющейся съемочной техники.	4	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
Тема. 1.3. Современное осветительное	Практическое занятие 7. Освоение основ использования современного осветительного оборудования и аксессуаров к нему.	5	ОК 1; ОК 2; ОК 3;
оборудование и аксессуары. Основы их использования в	Практическое занятие 8. Формирование навыков работы с средствами световых рисунков и цветовых акцентов. Формирование навыков их использования в видеопродукте рекламного характера.	5	ОК 4; ОК 5; ОК 6; ОК 7; ОК 8; ОК 9;

практической видеосъемке	Практическое занятие 9. Организация и проведение совместных пробных съемок постановочных этюдов с использованием современного осветительного оборудования и аксессуаров к нему (накаливания, светодиодные, люминесцентные; прожекторы и светильники; рассеиватели и отражатели).	7	ОК 10; ОК 11; ПК 2.1; ПК 2.2; ПК 2.3
	Самостоятельная работа обучающихся 3. Организация и проведение пробных видеосъемок с использованием доступных осветительных приборов.	5	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
Раздел 2. Звуковое сопровождение в видеорекламе		21	
Тема. 2.1. Современное звуковое оборудование и области его применения при создании рекламного продукта	Практическое занятие 10. Освоение основ звукового сопровождения в цифровом рекламном видеопродукте.	5	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
	Практическое занятие 11. Освоение основ работы с приемами звукового видеомонтажа (аудиовизуальный контрапункты, косые склейки и т.д.)	4	
	Практическое занятие 12. Освоение основ работы с звукозаписывающими устройствами, параметрами и настройками.	4	
	Практическое занятие 13. Работа с микрофонами разной направленности (всенаправленные, двенаправленные, кардиоидные и т.д.), с радио и проводными петлями для записи звука совместных пробных постановочных видеоэтюдов.	4	
	Самостоятельная работа обучающихся 4. Подбор элементов музыкального ряда и шумового оформления для видеоэтюдов.	4	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
Промежуточная аттестация (другие формы контроля)			
Семестр 6			
Основное содержание			
Раздел 3. Внутрикадровая динамика и композиция		56	
Тема 3.1. Композиционные	Практическое занятие 14. Этюды с пробным использованием композиционных решений (ритм, фрейминг, правило третей и т.д.)	17	ОК 1; ОК 2; ОК 3;

решения и операторские приемы.	Практическое занятие 15. Операторские приемы, статические и динамические панорамы (использование: слайдеров, скейтеров, систендов и съемок с рук). Организация и проведение совместных пробных съемок постановочных этюдов с использованием студийного оборудования.	16	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
	Самостоятельная работа обучающихся 5. Организация и проведение пробных видеосъемок с использованием доступного оборудования (селфипалки, штативы для смартфонов и т.д.)	23	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
Раздел 4. Проектирование и предпроизводственная документация в рекламном видео		56	
Тема 4.1. Проектирование и предпроизводство видеорекламы. Принципы монтажа и режиссерские приемы	Практическое занятие 16. Разработка режиссерских сценариев, операторских экспликаций, аниматиков.	10	ОК 1; ОК 2; ОК 3;
	Практическое занятие 17. Освоение основ работы с технических, технологических аспектов в творческом проектировании рекламного видео. Принципы монтажа и режиссерские приемы.	12	ОК 4; ОК 5; ОК 6;
	Практическое занятие 18. Съемки по заранее разработанным режиссерским сценариям.	11	ОК 7; ОК 8; ОК 9; ОК 10; ОК 11; ПК 2.1; ПК 2.2; ПК 2.3
	Самостоятельная работа обучающихся 6. Подготовка режиссерских сценариев (заявка, раскадровка, список оборудования).	23	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
Промежуточная аттестация (другие формы контроля)			
Семестр 7			
Основное содержание			
Раздел 5. Режиссура монтажа		28	

Тема 5.1. Практический монтаж рекламного видеопродукта	Практическое занятие 19. Разработка монтажных планов.	6	ОК 1; ОК 2; ОК 3;
	Практическое занятие 20. Совместное внесение корректировок в самостоятельно выполненные студентами монтажные проекты, на основе материалов изученных в предыдущих семестрах	5	ОК 4; ОК 5; ОК 6;
	Практическое занятие 21. Перемонтаж на основе внесенных корректировок, подготовка к экзамену).	7	ОК 7; ОК 8; ОК 9; ОК 10; ОК 11; ПК 2.1; ПК 2.2; ПК 2.3
	Самостоятельная работа обучающихся 7. Составление списков из десяти рекламных роликов, наиболее запомнившихся их техническим и технологическим решениями. Монтажно-тонировочная подготовка видео к экзамену	10	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
Промежуточная аттестация (экзамен)			
ВСЕГО		226	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Для реализации программы дисциплины предусмотрены следующие специальные помещения:

№ п/п	Наименование помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом, в том числе помещения для самостоятельной работы, с указанием перечня основного оборудования, учебно-наглядных пособий и используемого программного обеспечения	Адрес (местоположение) помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом
1	Теоретические занятия Аудитория №1207 Посадочных мест 240, рабочее место преподавателя, комплект учебной мебели, флипчарт, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории: экран, проектор, колонки. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающих тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины.	Ул. Малая Калужская, дом 1, корп. 1
2	Практические занятия Аудитория № 4507 Посадочных мест 30, плазменный монитор; видеокамеры: Panasonic AG-AC90 и Panasonic AG-AC160; стойки и штативы; осветительные приборы (накаливания, светодиодные, люминесцентные, прожекторы и светильники); светоформирующие насадки, приборы для спецэффектов, флаги, фильтры и отражатели, приспособления для предметной съемки, соответствующие рабочей программе дисциплины.	Ул. Малая Калужская, дом 1, корп. 4
3	Промежуточная аттестация Аудитория № 4507 Посадочных мест 30, рабочее место преподавателя, оснащенное учебной мебелью; флипчарт, плазменный монитор, соответствующие рабочей программе дисциплины.	Ул. Малая Калужская, дом 1, корп. 4
4	Самостоятельная работа читальный зал библиотеки: помещение для самостоятельной работы, в том числе, научно- исследовательской, подготовки курсовых и выпускных квалификационных работ. Посадочных мест 70 Стеллажи для книг, комплект учебной мебели, 1 рабочее место сотрудника и 6 рабочих мест для студентов, оснащенные персональными компьютерами с подключением к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронным библиотекам и в электронную информационно-образовательную среду организации.	Ул. Малая Калужская, дом 1, корп. 2

3.2.1. Основные печатные и электронные издания

1. Трищенко Д. А. Техника и технологии рекламного видео: учебник и практикум для среднего профессионального образования: учебное пособие. – М.: Издательство Юрайт, 2023.

<https://urait.ru/bcode/518451>

2. Пименов В. И. Видеомонтаж. Практикум: учебное пособие для среднего профессионального образования: учебное пособие. – М.: Издательство Юрайт, 2022.

<https://urait.ru/bcode/518386>

3.2.2. Дополнительные источники

1. Куркова, Н. С. Анимационное кино и видео: азбука анимации: учебное пособие. – М.: Издательство Юрайт, 2022.

<https://urait.ru/bcode/495741>

2. Познин В. Ф. Техника и технология СМИ. Радио- и тележурналистика: учебное пособие. – М.: Издательство Юрайт, 2022.

<https://urait.ru/bcode/512103>

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
<i>Перечень знаний, осваиваемых в рамках дисциплины:</i> технику, технологии и технические средства видеосъемки в рекламе; программные средства для компьютерной обработки графики, аудио, видео, анимации; технологию создания Интернет-рекламы; аппаратное и программное обеспечение.	<i>Характеристики демонстрируемых знаний, которые могут быть проверены:</i> Обучающийся при выполнении практических заданий демонстрирует знания принципов работы осветительного, съемочного, аудио, видеомонтажного и графического оборудования; техники и технологий Интернет-рекламы.	<i>Оценка результатов выполнения практической работы:</i> Экспертное наблюдение за ходом выполнения практической работы, устный опрос, просмотр работ 5 семестр – другие формы контроля (просмотр работ); 6 семестр – другие формы контроля (просмотр работ) 7 семестр – экзамен в устной форме и просмотр выполненных работ.

<i>Перечень умений, осваиваемых в рамках дисциплины:</i> осуществлять видеосъемку для производства 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.	<i>Характеристики демонстрируемых умений:</i> обучающийся уверенно использует технические и технологические возможности осветительного, съемочного, звукового и видеомонтажного оборудования при осуществлении съемок рекламного продукта, на основе разработанного сценария, с использованием профессиональных пакетов программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видеоматериалов и анимации; демонстрирует умения использовать мультимедийные и web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта.	Оценка результатов выполнения практической работы: Экспертное наблюдение за ходом выполнения практической работы, устный опрос, просмотр работ 5 семестр – другие формы контроля (просмотр работ); 6 семестр – другие формы контроля (просмотр работ) 7 семестр – экзамен в устной форме и просмотр выполненных работ.
---	--	---

Разработчики рабочей программы:

Разработчик

Седельников А.Л.

Рабочая программа согласована:
Директор колледжа

Мечетина М.А.

Начальник
управления образовательных программ и проектов

Никитаева Е.Б.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)»

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор – проректор
по образовательной деятельности
_____ С.Г. Дембицкий

«_____» _____ 20____ г.

Колледж ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина»

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

МДК.02.04 ТЕХНИКА И ТЕХНОЛОГИИ РЕКЛАМНОГО ВИДЕО

Специальность: 42.02.01. Реклама
ФГОС СПО утвержден приказом Минпросвещения России
от «21» июля 2023 г. № 552

Квалификация – Специалист по рекламе
Уровень подготовки – базовый
Форма подготовки – очная

Москва, 2025

Фонд оценочных средств дисциплины МДК.02.04 Техника и технологии рекламного видео разработан в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования (ФГОС СПО) по специальности 42.02.01 Реклама.

Организация разработчик рабочей программы: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина».

Подразделение: Колледж РГУ им. А.Н. Косыгина

Разработчик: Седельников Александр Леонидович, преподаватель колледжа.

Фонд оценочных средств предназначен для аттестации обучающихся на соответствие

их персональных достижений при освоении программы дисциплины МДК.2.4 «Техника и технологии рекламного видео» основной образовательной программы СПО – программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 Реклама.

Оценивание знаний, умений и контроль сформированных компетенций осуществляется с помощью текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации. Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация проводятся в соответствии с Положением о формах, периодичности и порядке текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам среднего профессионального образования РГУ им. А.Н. Косыгина.

В результате освоения дисциплины МДК.2.4 «Техника и технологии рекламного видео» обучающийся должен обладать предусмотренными ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама следующими умениями (У) и знаниями (З), которые формируют общие (ОК) и профессиональные компетенции (ПК).

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен иметь навыки:

Н1

- подготовки к производству рекламного продукта;
- производства рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен уметь:

У ПК 2.1, ПК 2.2

- разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы;
- осуществлять видеосъемку для производства рекламного продукта;
- использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео-, анимации;
- использовать мультимедийные и web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта;

У 1

- распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте;
- анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части;
- определять этапы решения задачи; выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы;
- составлять план действия; определять необходимые ресурсы; владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; реализовывать составленный план;
- оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника);

У 4 организовывать работу коллектива и команды; взаимодействовать с коллегами; руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности;

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен знать:

З ПК 2.1, 2.2

- техники, технологий и технических средств видеосъемки в рекламе;
- программных средств для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации; технологии создания Интернет-рекламы;
- аппаратных и программных обеспечений;

З 1

- актуального профессионального и социального контекста, в котором приходится работать и жить;
- основных источников информации и ресурсов для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте;
- алгоритмов выполнения работ в профессиональной и смежных областях;
- методов работы в профессиональной и смежных сферах;
- структуры плана для решения задач;
- порядка оценки результатов решения задач профессиональной деятельности.

З 4

- психологические особенности личности, коллектива;
- основы проектной деятельности, психологические основы деятельности;

Компетенции, формируемые у обучающегося в результате освоения дисциплины:

ОК 1. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам

ОК 4. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде

ПК 2.1 Проводить стратегическое и тактическое планирование

рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.

ПК 2.2 Предъявлять результаты стратегического и тактического

планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах.

Оценка сформированных компетенций

Элемент дисциплины	Текущий контроль	Промежуточная аттестация
--------------------	------------------	--------------------------

	Формы контроля	Проверяемые У, З, ОК, ПК	Формы контроля	Проверяемые У, З, ОК, ПК
Раздел 1. Основы видеотехники и осветительного оборудования	Защита практических работ.	У1, У4, З1, З4, 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	Другие формы контроля	У1, У4, З1, З4, 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
Раздел 2. Звуковое сопровождение в видеорекламе	Защита практических работ.	У1, У4, З1, З4, 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	Другие формы контроля	У1, У4, З1, З4, 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
Раздел 3. Внутрикадровая динамика и композиция	Защита практических работ.	У1, У4, З1, З4, 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	Экзамен	У1, У4, З1, З4, 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

Оценка освоения дисциплины

Оценка		
Отлично / зачтено	Хорошо	Удовлетворительно

Знает: на высоком уровне 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; технологии создания Интернет-рекламы; аппаратное и программное обеспечение. Умеет: на высоком уровне 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.	Знает: на достаточно высоком уровне 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; технологии создания Интернет-рекламы; аппаратное и программное обеспечение. Умеет: на хорошем уровне 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.	Знает: на удовлетворительном уровне 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; технологии создания Интернет-рекламы; аппаратное и программное обеспечение. Умеет: на удовлетворительном уровне 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.
---	--	---

**ТИПОВЫЕ И КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ И ДРУГИЕ МАТЕРИАЛЫ,
НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ
КОМПЕТЕНЦИЙ В ФОРМАТЕ ИЗУЧАЕМОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ),
ВКЛЮЧАЯ САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

5 семестр

1. Для текущего контроля

1.1. Вопросы для устного опроса:

1. Устройство съемочного аппарата.
2. Зеркальные и «слепые» камеры.
3. Оптические системы фото- и видеокамер.
4. Устройство объектива съемочного аппарата.
5. Фокусное расстояние, светосила.
6. Светофильтры и другие оптические насадки.
7. Основные виды света на съемочной площадке.
8. Светотеневое и светотональное освещение.
9. Эффектное освещение.
10. Искусственное и естественное освещение.
11. Виды приборов освещения для кино- видеосъемок.
12. Стандартные трехмерные примитивы. Способы построения.
13. Лимиты, сетка, шаг, средства привязки.
14. Элементы оформления чертежей: штриховка, нанесение размеров, выполнение основных надписей.
15. Системы координат. Пользовательская система координат.

2. Для промежуточной аттестации

2.1. Просмотр рекламных видеороликов, созданных учащимся

6 семестр

1. Для текущего контроля

1.1. Вопросы для устного опроса:

1. Основы композиции кинокадра.
2. Классические законы композиции.
3. Виды композиций кинокадра.
4. Зависимость перспективы от параметров оптики съемочного аппарата.
5. Замкнутые и разомкнутые композиции.
6. Диагональ и ритм в кадре.
7. Один или два центра внимания в картинной плоскости.
8. Работа оператора над построением композиции.

9. Отличие статической композиции от динамической.
10. Виды съемки с движения.
11. Динамическое панорамирование.
12. Внутрикадровый монтаж.
13. Эффектные приемы съемок.
14. Контроль за техническими параметрами кадра.
15. Значение переднего плана для глубинной композиции.
16. Способы управления экспозицией другими параметрами кадра.
17. Понятие глубины резкости в кадре, способы управления глубиной резкости.
18. Операторская техника, используемая для повышения выразительности кадра.
19. Приспособления для крепления камеры к движущимся объектам.
20. Практическое использование линейной и тональной перспективы при съемке.

2. Для промежуточной аттестации

2.1. Просмотр рекламных видеороликов, созданных учащимся.

7 семестр

1. Для текущего контроля

1.1. Вопросы для устного опроса

1. Принципы «виртуального» монтажа при съемках.
2. Разбивка монтажной сцены по крупности планов.
3. Съемка монтажной сцены по направлению движения основного объекта.
4. Съемка диалога с учетом линии взаимодействия.
5. Съемка группы людей с учетом трех и более линий взаимодействия.
6. Принципы монтажа при съемках.
7. Понятие компьютерной графики. Классификация программ машинной графики. Области применения машинной графики.
8. Восприятие яркостной и цветовой информации.
9. Цветовое зрение. Яркостная чувствительность.
10. Цветовые системы. Аддитивный цветовой синтез и цветовая система RGB
11. Оцифровка полутоновых изображений.
12. Оцифровка цветных изображений.
13. Сжатие видеоданных без потерь. Метод Хаффмана.
14. LZW- кодирование.
15. Сжатие изображений с потерями. Дискретное косинусоидальное преобразование. Субдискретизация цветовой информации.
16. Сжатие цифровых видеосюжетов.
17. Устройство для цифрового ввода изображений.
18. Устройство для цифрового ввода изображений. Сканеры: типы, функции, характеристики, возможности.

19. Устройство для цифрового ввода изображений. Видео АЦП.
20. Графические редакторы: типы, назначения, достоинства и недостатки.
21. Графический редактор CorelDraw
22. Графический редактор Adobe Photoshop
23. Издательские системы и программы подготовки презентаций.
24. 3D редакторы.

2. Для промежуточного контроля

2.1. Перечень вопросов к экзамену:

1. Какое самое существенное преимущество цифровой видеозаписи перед аналоговой?

Основное преимущество - этапы обработки - редактирования, копирования, передача цифровых данных не могут привести к искажению и потере видео и аудиоматериала.

2. Сколько стандартов цифровой видеозаписи?

С 1986 года разработано 6 стандартов

3. Какое разрешение имеет стандарт DV

Качественный стандарт HDV разрешение 1440 x 1080

HD TV - 1920x1080 точек при соотношении 16: 9

4. Что такое объектив видеокамеры?

Система линз, заправленная в оправу, где линзы перемещаются вдоль общей оси относительно друг друга

5. Почему сменным объективам отдается предпочтение в профессиональной видеосъемке?

Они повышают вариативность использования камер в зависимости от ситуации (Короткофокусные - для съемки в небольших помещениях, Длиннофокусники для съемки спортивных мероприятий с дальних расстояний)

6. Что такое трансфокация?

Это функция приближения/удаления или зум

Трансфокация характеризуется числом которое является частным от деления максимального фокусного расстояния к минимальному. Чем выше число зум, тем больше разнообразия и возможностей у видеооператора.

7. Из чего состоит ПЗС-матрица видеокамеры?

Состоит из фотодиодов (фотодатчиков) представляющих собой светочувствительные диодные сенсоры, которые располагаются рядами в виде матрицы аналогично тому, как пикселы располагаются на экране монитора. Камеры, работающие в HD вариациях должны иметь разрешение матрицы 1920x1080Ю 1440x1080

8. Каким параметром определяют размер ПЗС-матрицы?

Элементарная частица ПЗС-матрицы - пиксель, куда входят фотодиод, фильтр цвета, микролинза. В дорогих камерах используются 3 матрицы, каждая для красного, зеленого и голубого цветов.

9. Какие магнитные носители могут использоваться для записи в цифровых видеокамерах?

Если раньше основным носителем считалась магнитная кассета mini DV, жесткие диски, мини DVD-диск, то теперь используются стандартные карты-памяти.

10. В чем преимущество видеоискателя перед ЖК-дисплеем?

Лучше для просмотра изображения, выборе необходимого ракурса и настроек. Незаменим при съемке на ярком солнце

11. В чем преимущество ЖК-дисплея перед видеоискателем?

В отслеживании текущих настроек, в просмотре отснятого материала. Возможность поворачивается - удобна для контроля картинки при введении съемки с любых ракурсов (съемка с верхней точки), необходим при ручной настройке баланса белого и фокусировки.

12. Какие разъемы для передачи видеосигналов используются в видеокамере?

1. Простой разъем - RGA - тюльпан позволяют подключить и аналоговые телевизоры;

2. На второй ступеньке - S-VHS

3. Числовой разъем - HDMI - позволяет передавать информацию с разрешением 1920x1080.

13. Где находятся элементы настройки видеокамер на профессиональных камерах?

Они вынесены на корпус камеры, обычно с левой стороны. настройки камеры удобнее вести через сенсорные кнопки, колесики. Через МЕНЮ менее удобны.

14. Что такое экспозиция видеозаписи?

Экспозиция - количество света, попадающее на матрицу видеокамеры

15. Что такое выдержка?

Момент работы затвора в долях секунды. В видеосъемке - чем короче выдержка, тем четче изображение движущегося объекта.

16. Что такое диафрагма?

Регулируемое отверстие объектива

17. Как увеличить глубину резкости?

ГРИП зависит от расстояния съемки и величины открытия диафрагмы. Чем меньше отверстие диафрагмы, тем больше ГРИП.

18. Что такое светочувствительность видеокамеры?

Характеристика цифрового фотоаппарата или видеокамеры, определяющая зависимость числовых параметров созданного им цифрового изображения от экспозиции, полученной светочувствительной матрицей. Светочувствительность цифровых фотоаппаратов принято выражать в единицах, эквивалентных светочувствительности ISO

19. Назовите недостатки автоматической настройки?

Функцию использовать в экстремальных условиях! Камера на свое усмотрение может использовать значения экспозиции, ISO. что приводит к потере качества видеоизображения.

20. Назовите типичные примеры стандартной экспозиции?

Линия программной линии. Портрет. Спорт. Макросъемка.

21. Что такое TV настройка?

Режим Приоритета выдержки

22. Что такое AV настройка?

Режим приоритета диафрагмы.

23. Что такое функция "Зебра"?

Зебра отмечает черно-белыми или ярко-белыми полосами участки, которые будут выглядеть абсолютно белыми.

24. Зачем нужен баланс белого?

ББ-функция позволяющая компенсировать искажения цветопередачи, вызванные разными свойствами источников освещения (солнце, облака, вспышка и т.д.)

25. Что такое фокусировка?

Фокусировка - установка метража от объектива до снимаемого объекта или наведение резкости на нужный объект.

26. Какие параметры фокусировки знаете?

Ручной и автоматический. Что достигается при помощи переключателя на объективе Fokus.

27. Когда использовать ручную фокусировку?

Когда объект занимает малую часть кадра; объект находится не в ЦЕНТРЕ кадра; Объект находится за сеткой, стеклом, решеткой...; когда в кадре есть более освещенный объект; если задний план - источник света; когда съемка вводится в сумерках или темноте

28. Приводите синонимы термина " Трансфокация"

Объектив с переменным фокусным расстоянием, Зум-объектив

29. Что такое zoom?

*Объектив переменного фокусного расстояния (вариообъектив, трансфокактор; также зум-объектив от англ. **zoom** lens) — объектив с переменным фокусным расстоянием.*

30. Недостатки "галогенового света"?

Высокая энергозатратность, повышенное тепловыделение, низкий срок службы ламп.

31. Преимущества холодного света?

Малая потребляемая мощность, равномерный рассеянный свет(заполняющий), долгий срок службы ламп

32. В чем меряется освещенность?

Единицей измерения освещённости в Международной системе единиц (СИ) служит люкс (1 люкс = 1 люмену на квадратный метр), в СГС — фот (один фот равен 10 000 люксов).

33. Какие типы освещения используются в фото и видеосъемке?

Естественный и искусственный

34. Какие схемы виды студийного освещения вы знаете?

Светотеневое, светотональное, бестеневое

35. Для чего используется заполняющий свет и какие устройства позволяют его обеспечить?

Равномерно заливает пространство. Используют приборы, рассеивающий свет, экраны из белого материала. Данный свет выравнивает контрасты. Классический источник - софтбокс.

36.Что такое софтбоксы?

Приспособления для получения мягкого рассеянного света - металлический каркас, обтянутый отражающей тканью

37. Для чего нужны софтбоксы?

Для обеспечения заполняющим светом фото- видеостудию

38. Какие типы фонов знаете?

Бумажные, шелкографические обои, тканевые, пластиковые, хромакей

39. Какие аксессуары необходимы в видеосъемке?

Штатив, фильтры, энергообеспечение - аккумуляторы, зарядные устройства

40. Что такое штатив?

Приспособление, позволяющее решить проблему дрожания камеры. Удобен при длительной съемке с одной точки.

41. Для чего нужен съемочный павильон?

Для максимального удобства видеосъемки, где установлены видеоаппаратура, фон (Хромакей), световое оборудование.

41. Что знаете о хромакее?

Процесс фото и видеосъемки на определенном цветовом фоне. Впоследствии отснятый материал обрабатывается точечным вырезанием объекта из среды с подменой фона (Зеленый или синий фон).

42. Какие два основных формата видеозаписи знаете?

DV и HD. DV - разрешение 720 576 пикселей, частота - 25 кадров(PAL) HD - разрешение 1920 1080, частота 25 кадров

43. Какие способы соединения (сопряжения) видеокамеры и компьютера знаете?

USB- интерфейс, при помощи карт-ридера

44. Как можно передавать информацию с видеокамеры на ПК?

На ПК установить необходимый драйвер (имеется в комплекте камеры), соединить видеокамеру с ПК при помощи USB- интерфейса или карт-ридера

45. Что такое HDMI - разъем?

Разъем для соединения ПК с видеокамерой. HDMI - разъем используется для вывода и просмотра видео на телевизоре

46. Объясните значение термина "Заставка"

Ритмично чередующиеся набор картинок в сопровождении музыки

47. Что такое "бегущая строка"?

Текстовое объявление в виде нескольких предложений, транслируемое наложением на кадр.

48. Дайте характеристику "рекламному ролику".

Видеофрагмент рекламного характера, где ведущим информационным средством является видеоряд.

49. Почему телевизионную рекламу относят к наиболее эффективным видам рекламы?

Телереклама способна оказать влияние на миллионную аудиторию. Регулярное транслирование

50. В чем преимущество интернет-рекламы перед TV рекламой?

Стоимость (Бюджет) создания видеоролика. Продвижение также стоит гораздо дешевле чем на телевидении.

51. Где еще используется видеореклама?

На выставках, на массовых мероприятиях, конференциях, слетах, форумах, спортивных мероприятиях

51. Назовите разновидности телерекламы

Заставка, Бегущая строка, Рекламный ролик, Рекламный видеофильм, Сюжет, Рекламно-развлекательная передача, Телемагазин, Поддержка программ, Развлекательная передача.

52. Сюжетные типы рекламных видеороликов?

рекламный спот- постановочный рекламный ролик; видеоанонс, блиц-ролик, развернутый, демонстрационный, информационно-описательный, дольче-вита, шоковый, парадоксальный

53. Что такое рекламный видеоролик?

Видеофрагмент рекламного характера, где ведущим информационным средством является видеоряд.

54. Какие варианты рекламных видеофильмов знаете?

Презентация на выставках, Рекламно-популярные фильмы о товаре, местах отдыха, туристической, наукоемкой продукции. Имиджевый фильм - раскрутка бренда фирмы

55. Хронометраж рекламного видеофильма?

До 20 минут

55. Что такое рекламный сюжет?

Форма телевизионной рекламы с продолжительностью 1-5 минут, где представлена полная информация о рекламном объекте, услуге.

56. Хронометраж блиц-ролика?

15-20 секунд

57. Какое время считается оптимальным для восприятия телезрителем содержание видеоролика?

30 секунд

58. Что рекламируется в рекламном ролике "дольче вита"?

Гламур, роскошный образ жизни

59. Хронометраж презентационного видеофильма для демонстрации на выставках, переговорах?

1-3 минуты

60. Что такое Телемагазин?

Передача, которая преследует исключительно рекламные цели. Товары, рекламируемые в передаче, можно купить по звонку из дома.