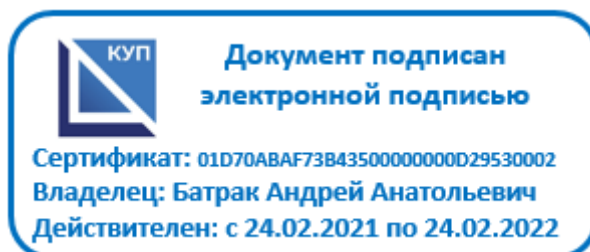




Частное профессиональное образовательное учреждение
«КОЛЛЕДЖ УПРАВЛЕНИЯ И ПРОИЗВОДСТВА»

УТВЕРЖДАЮ
Директор ЧПОУ «КУП»



А.А.Батрак
« 01 » апреля 2021 г.

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

ПМ.02 ПРОИЗВОДСТВО РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ

Специальность СПО: 42.02.01 Реклама

Форма обучения: очная

Срок освоения: 3 года 10 месяцев

Москва
2021

Фонд оценочных средств профессионального модуля ПМ.02 Производство рекламной продукции разработан на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее – СПО) 42.02.01 Реклама

Организация разработчик: Частное профессиональное образовательное учреждение «Колледж управления и производства»

Заместитель директора по МР

 С.Х. Морозова

30.03.2021

Оглавление

1.Паспорт фонда оценочных средств	4
2.Результаты освоения модуля, реализующего практическую подготовку, подлежащие проверке	4
3. Оценка освоения теоретического курса профессионального модуля	5
4. Контроль приобретения практического опыта. Оценка по учебной и (или) производственной практике, реализующей практическую подготовку	29
5. Контрольно-оценочные материалы для экзамена (квалификационного экзамена)	33

1. Паспорт фонда оценочных средств

Фонд оценочных средств предназначен для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу ПМ. 02 Производство рекламной продукции программы, реализующего практическую подготовку, подготовки специалистов среднего звена по специальности базовой подготовки.

Результатом освоения профессионального модуля является готовность обучающегося к выполнению основного вида профессиональной деятельности специалиста по рекламе - Разработка и создание дизайна рекламного продукта и составляющих его профессиональных компетенций, а также общие компетенции, формирующиеся в процессе освоения ОПОП ППСЗ в целом.

Формой аттестации по профессиональному модулю является экзамен (квалификационный). Итогом экзамена является однозначное решение: «вид профессиональной деятельности освоен / не освоен». Решение комиссии заносится преподавателем в зачетную книжку обучающегося по пятибалльной системе (кроме «неудовлетворительно») и экзаменационную ведомость (в т.ч. и «неудовлетворительно»).

Формы промежуточной аттестации по разделам профессиональному модулю

Таблица 1

Элементы модуля, профессиональный модуль	Формы промежуточной аттестации
1	2
МДК.02.01. Выполнение рекламных проектов в материале	дифференцированный зачет, экзамен
МДК. 02.02. Проектная компьютерная графика и мультимедиа	дифференцированный зачет, экзамен
МДК 02.03 Техника и технология рекламной фотографии	дифференцированный зачет, экзамен
МДК 02.04 Техника и технология рекламного видео	дифференцированный зачет, экзамен
УП.02. Производство рекламной продукции	дифференцированный зачет
ПП.02. Производство рекламной продукции	дифференцированный зачет
ПМ. 02 Производство рекламной продукции	Экзамен квалификационный

2. Результаты освоения модуля, реализующего практическую подготовку, подлежащие проверке

2.1. Профессиональные и общие компетенции

В результате контроля и оценки по профессиональному модулю осуществляется комплексная проверка следующих профессиональных и общих компетенций:

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

3. Оценка освоения теоретического курса профессионального модуля

3.1. Типовые задания для оценки освоения МДК

МДК.02.01 Выполнение рекламных проектов в материале

наименование учебной дисциплины

42.02.01 Реклама

код, наименование профессии/специальности

Результаты обучения	ПК, ОК		↗ ↘	Текущий	Промежуточная
---------------------	--------	--	-----	---------	---------------

(освоенные умения, усвоенные знания)		Наименование темы		контроль Промежуточная аттестация	аттестация
				Наименование контрольно- оценочного средства	Наименование контрольно- оценочного средства
1	2	3	4	5	6
Знать: характеристику инструментов, оборудования и основных средств и материалов при исполнении рекламного продукта Уметь: использовать инструменты, оборудование и основные средства и материалы при исполнении рекламного продукта	ОК 1- ОК 11, ПК 2.1 ПК 2.2 ПК 2.3	Тема 1.1.Рекламная полиграфия	2,3	Выполнение практических работ №1 -51	экзамен
Знать: характеристику и классификацию сувенирной продукции Уметь: разрабатывать макеты сувенирной продукции	ОК 1- ОК 11, ПК 2.1 ПК 2.2 ПК 2.3	Тема 1.2. Сувенирная продукция	2,3	Выполнение практических работ №52-70	Экзамен

Приложение 1

Вопросы к экзамену

Теоретическая часть (ответить на любые 3 вопроса)

1. Офсетная печать.
2. Стандартные виды продукции.
3. Формат. Красочность.
4. Бумага. Тираж.
5. Нестандартные виды продукции.
6. Допечатная подготовка.

Практическая часть на выбор разработать макет:

1. Бейдж;
2. Визитка;
3. Календарь;
4. Этикетка.

Критерии оценки:

Оценка «отлично» ставится за выполнение задания в соответствии с заявленной инструкцией полностью и правильно; сделаны глубокие и детальные выводы с опорой на источники.

Оценка «хорошо» ставится за правильное выполнение задания в соответствии с инструкцией с учетом 2-3 несущественных ошибок; выводы сформулированы корректно со ссылкой на источники.

Оценка «удовлетворительно» ставится за выполнение задания правильно не менее чем на половину или если допущена существенная ошибка; выводы сформулированы поверхностно, некорректно; отсутствуют ссылки на источники.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если при выполнении задания допущены две (и более) существенные ошибки или задание не выполнено вообще; выводы сформулированы с грубыми ошибками или отсутствуют вообще.

Приложение 2

Итоговое тестирование

Тест разработан в 2 вариантах одинаковой сложности с количеством вопросов– 30.
На решение теста отводится 90 минут.

Критерии оценки:

Оценка 5 «отлично» - 25-30 правильных ответов

Оценка 4 «хорошо» - 20-24 правильных ответов

Оценка 3 «удовлетворительно» - 15-19 правильных ответов.

Оценка 2 «неудовлетворительно» - менее 15 правильных ответов.

Вариант 1

1. На информационном листе не размещается:

- а) фирменный знак;
- б) логотип;
- в) атрибуты адресата.

2. Малоформатное несфальцованное или одноизгибное издание, выпускаемое большим тиражом, - это:

- а) каталог;
- б) листовка;
- в) буклет.

3. Рекламно-каталожное издание - это:

- а) проспект;
- б) фирменные календари;
- в) поздравительные открытки.

4. Использование в газетном рекламном сообщении такого элемента теории массовой коммуникации, как «повторяемость», предполагает:

- а) многократное размещение рекламных сообщений одного и того же лица с заданной периодичностью;
- б) соблюдение принципа последовательности выделения все более крупных, заметных заголовков;
- в) применение изображений, создающих иллюзию движение, создающих элементы необычного ракурса, «смазанности».

5. основополагающие моменты при составлении плана рекламной кампании:

- а) рекламная кампания должна быть длительной – 14 недель и более;
- б) рекламная кампания должна быть короткой – менее недели;
- в) рекламная кампания должна отличаться гибкостью, чтобы по ходу дела можно было вносить необходимые изменения в соответствии с проводимыми исследованиями.

6. Стратегия средств массовой информации - это:

- а) разработка бюджета рекламной кампании отделом СМИ;
- б) использование только телевидения;
- в) использование разнообразных СМИ.

7. Этапу планирования рекламной деятельности соответствуют задачи:

- а) координации направлений рекламной деятельности с маркетинговой стратегией;
- б) реализации стратегических и тактических целей;
- в) упорядочения в упрощении процесса управления.

8. Текст на узнавание товара проводится в процессе:

- а) предтестирования;
- б) пробного тестирования;
- в) посттестирования.

9.Прямая оценка при предтестировании выполняется с использованием:

- а) интервью после организованного показа;
- б) различных приборов;
- в) вербальной шкалы.

10.Воздействие рекламы на продажу товаров:

- а) препятствует продажам;
- б) стимулирует продажи;
- в) продвигает продажи от производителя к потребителю.

11.Критерием эффективности рекламы выступает результат:

- а) сопоставления числа потребителей товара в группах запомнивших и не запомнивших рекламу;
- б) сопоставление долей потребителей товара в группах запомнивших и не запомнивших рекламу;
- в) сопоставление числа лиц, запомнивших и не запомнивших рекламу.

12.К общественной классификационной группе средств товарной информации относятся:

- а) информационные ресурсы;
- б) стимулирование сбыта;
- в) маркировка.

13.Показатель, который можно использовать, чтобы охарактеризовать цели рекламной кампании:

- а) создание и поддержание предпочтения определенному продукту (товарной марке);
- б) рост продаж;
- в) увеличение доли рынка.

14.Выбор средств рекламы определяется как:

- а) стратегическое решение;
- б) тактическое решение;
- в) стратегическое и тактическое решения.

15.Укажите, какое из перечисленных ниже рекомендаций по подготовке рекламного обращения на радио верно:

- а) объектом обращения должна быть массовая аудитория, а неконкретный радиослушатель;
- б) музыкальное сопровождение важнее дикторского текста;
- в) обращение должно быть адресовано конкретному слушателю, а не массовой аудитории.

16.Наиболее распространенным методом определения суммы расходов на рекламу является расчет в процентах к уровню сбыта предыдущего года по причине:

- а) потому что только полученные деньги - это реальные деньги;
- б) это наиболее простой способ формирования рекламного бюджета;
- в) этот метод позволяет уйти от проблем с определением эффективности рекламной деятельности.

17.Производственная секция рекламной службы несет ответственность за следующее:

- а) издание рекламных текстов;
- б) планирование рекламы;
- в) подготовку рекламных текстов.

18.Отметьте наиболее эффективный метод определения рекламного бюджета:

- а) метод предыдущего года;
- б) метод финансовых возможностей;
- в) метод целей и задач.

19.Бюджет рекламы - это:

- а) денежное выражение сметы расходов;
- б) денежное выражение сметы доходов;
- в) денежное выражение сметы прибыли.

20.Стоимость медиа-пространства - это:

- а) расходы на исследование рынка;
- б) стоимость производства рекламного продукта;
- в) стоимость размещение рекламы в различных каналах коммуникаций.

21.Какая статья бюджета рекламной кампании включает в себя «Расходы на исследование рынка»:

- а) стоимость медиапространства;
- б) гонорары;
- в) административные расходы.

22.Самая традиционная форма реализации рекламного пространства на телевидении:

- а) продажа по минутному прайс-листу;
- б) продажа по рейтингам;
- в) продажа по специальным рекламным блокам.

23.Фирменные упаковочные материалы относятся к следующим видам рекламы:

- а) печатной рекламе;
- б) рекламным сувенирам;
- в) рекламе в прессе.

24.Как называются сувенирные изделия с гравировкой или фирменными наклейками:

- а) серийные;
- б) подарочные;
- в) фирменные.

25.Сколько всего методов формирования рекламного бюджета:

- а) 3;
- б) 6;
- в) 9.

26.Брендовые сувениры идеально подходят для:

- а) дарения на выставках;
- б) дарения самым важным клиентам;
- в) дарения клиентам для долгосрочного сотрудничества.

27.Бюджет на рекламу определяется на уровне прошлого года, с учетом инфляции:

- а) метод финансовых возможностей;
- б) метод целей и задач;
- в) метод предыдущего года.

28.Из чего складывается процесс формирования рекламного бюджета:

- а) из количества аудитории;
- б) из положения компании на рекламном рынке;
- в) из определения коммуникационных целей.

29.Что следует сделать для оптимального планирования бюджета рекламной компании:

- а) соотнести размеры фирм-конкурентов;
- б) распределить бюджет компании;
- в) исключить все лишнее.

30.Стоимость работы рекламного отдела или ответственного за рекламу на фирме-рекламодателе:

- а) гонорары;
- б) административные расходы;
- в) бюджет рекламы.

Ключ к тесту Вариант 1

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25
в	б	а	а	в	а	б	в	б	в	в	а	а	б	а	б	а	в	а	в	б	а	б	а	б

26	27	28	29	30
----	----	----	----	----

в	б	в	а	б
---	---	---	---	---

Приложение 3

Аттестация проводится в форме устного экзамена по билетам, составлено 26 билетов. Вопросы сформированы таким образом, чтобы их уровень сложности распределялся по билетам равномерно. Каждый билет включает в себя 3 вопроса: два теоретических вопроса и один практический. Практическая часть – задание в виде самостоятельной работы, которую обучающиеся получают за две недели до начала аттестации. Самостоятельная работа представляет собой разработку макета рекламного проспекта и каталога.

Для подготовки ответа на вопросы билета студентам отводится 30 минут.

Критерии оценки ответа студента:

«5» (отлично) выставляется в том случае, когда в ответе студента полно и верно раскрыто основное содержание вопроса, соблюдена логическая последовательность элементов ответа, общее положение конкретизируется фактами, обосновывается аргументами.

«4» (хорошо) выставляется в том случае, когда в ответе студента содержится верное освещение темы вопроса, но отсутствует полнота его раскрытия; соблюдена логика изложения, но отдельные положения ответа не подтверждены фактами, не обоснованы аргументами.

«2» (неудовлетворительно) выставляется за ответ на билет менее 50%.

«3» (удовлетворительно) выставляется во всех остальных случаях.

Экзаменационные вопросы

1. Особенности разработки телевизионной рекламы.
2. Требования к графическим макетам.
3. Особенности разработки рекламы в прессе.
4. Верстка, сканирование, цветокоррекция макета.
5. Особенности разработки радио-рекламы.
6. Требования к макетам при печати книг, брошюр, методичек (методических пособий).
7. Особенности разработки наружной рекламы.
8. Требования к макетам для широкоформатной печати.
9. Особенности разработки интернет-рекламы.
10. Верстка, сканирование макета.
11. Роль персонажей в эмоциональной рекламе.
12. Цветокоррекция макета.
13. Характеристики персонажей в эмоциональной рекламе.
14. Требования к разработке макета рекламного проспекта.
15. Изготовление печатных форм. Виды печати. Качество продукции.
16. Дизайн и креатив макета.
17. Характеристика сувенирной продукции.
18. Фирменный стиль в разработке рекламного макета.
19. Способы производства сувенирной продукции.
20. Требования к разработке макета рекламной афиши.
21. Рекламная полиграфическая продукция, специфика, особенности разработки и производства.
22. Преимущества, недостатки, особенности, формы полиграфической продукции.
23. Офсетная печать.
24. Изготовление печатных форм.
25. Виды послепечатного оборудования.
26. Виды красок для печати.

27. Допечатная подготовка макета.
28. Виды печати.
29. Цифровая, экранная цветопроба.
30. Трафаретная печать.
31. Программный спуск полос.
32. Технические требования к макету.
33. Отделочное (послепечатное) оборудование.
34. Утверждение макетов.
35. Основные требования к цвету.
36. Трафаретная печать.
37. Виды красок, цветопробы.
38. Технические требования к макету.
39. Особенности разработки телевизионной рекламы.
40. Правила изготовления макетов.
41. Требования к макетам для широкоформатной печати.
42. Отделочное (послепечатное) оборудование.
43. Виды послепечатного оборудования.
44. Дизайн и креатив макета.
45. Печатный формат.
46. Характеристика сувенирной продукции.
47. Программный спуск полос.
48. Технические требования к макету.
49. Утверждение макетов.
50. Цифровая, экранная цветопробы.
51. Допечатная подготовка макета.
52. Особенности разработки рекламы в прессе.

Третий вопрос в экзаменационном билете практический: разработка рекламного проспекта и каталога.

Приложение 4

Пояснительная записка

Промежуточная аттестация по ПМ.02 Производство рекламной продукции МДК.02.01 Выполнение рекламных проектов в материале проводится согласно учебному плану.

Аттестация проводится в форме устного экзамена по билетам, составлено 26 билетов. Вопросы сформированы таким образом, чтобы их уровень сложности распределялся по билетам равномерно. Каждый билет включает в себя 3 вопроса: два теоретических вопроса и один практический. Практическая часть – задание в виде самостоятельной работы, которую обучающиеся получают за две недели до начала аттестации. Самостоятельная работа представляет собой составление прайс - листа на проведение рекламных кампаний.

Для подготовки ответа на вопросы билета студентам отводится 30 минут.

Критерии оценки ответа студента:

«5» (отлично) выставляется в том случае, когда в ответе студента полно и верно раскрыто основное содержание вопроса, соблюдена логическая последовательность элементов ответа, общее положение конкретизируется фактами, обосновывается аргументами.

«4» (хорошо) выставляется в том случае, когда в ответе студента содержится верное освещение темы вопроса, но отсутствует полнота его раскрытия; соблюдена логика изложения, но отдельные положения ответа не подтверждены фактами, не обоснованы аргументами.

«2» (неудовлетворительно) выставляется за ответ на билет менее 50%.

«3» (удовлетворительно) выставляется во всех остальных случаях.

Экзаменационные вопросы

1. Расчет бюджета проведения рекламной кампании.
2. Виды сувенирной продукции.
3. Характеристика основных статей бюджета проведения рекламной кампании.
4. Характеристика рекламных сувениров.
5. Планирование рекламного бюджета.
6. Выбор сувениров при разработке рекламы.
7. Разделы сметы расходов на рекламу.
8. Классификация рекламных сувениров.
9. Выбор рекламных средств и носителей рекламы: изготовление и размещение телерекламы.
10. Особенности сувенирной рекламы.
11. Выбор рекламных средств и носителей рекламы: изготовление и размещение радиорекламы.
12. Спрос и предложение на российском рынке сувенирной продукции.
13. Выбор рекламных средств и носителей рекламы: изготовление и размещение печатной рекламы.
14. Производственная база сувенирной продукции.
15. Выбор рекламных средств и носителей рекламы: изготовление и размещение наружной и транзитной рекламы.
16. Философия корпоративного сувенира.
17. Изготовление полиграфической рекламной продукции.
18. Классификация сувенирной продукции: промо-сувениры, бизнес- сувениры, VIP-сувениры.
19. Факторы, влияющие на размер рекламного бюджета.
20. Классификация сувенирной продукции: праздничная продукция, изделия из кожи, аксессуары для планирования.
21. Закупка места и времени в СМИ.
22. Классификация сувенирной продукции: текстиль, керамика и стекло, съедобные сувениры.
23. Система скидок, используемая при продаже места и времени в СМИ.
24. Классификация сувенирной продукции: корпоративные подарки, VIP продукция, оригинальные предложения, игрушки.
25. Основные понятия в медиапланировании.
26. Российский рынок сувенирной продукции.
27. Вопросы, решаемые при разработке медиаплана.
28. Характеристика рекламных сувениров.
29. Вопросы, решаемые при разработке медиастратегии.
30. Выбор сувениров при разработке рекламы.
31. Измерение экономических результатов рекламы.
32. Классификация рекламных сувениров.
33. Психологическая эффективность применения средств рекламы.
34. Особенности сувенирной рекламы.
35. Методы формирования рекламного бюджета: метод предыдущего года, метод финансовых возможностей, ориентация на рекламу конкурентов.
36. Общая характеристика рынка рекламно-сувенирной продукции.
37. Методы формирования рекламного бюджета: метод «процент от оборота», метод единичных продаж, метод целей и задач.
38. Спрос и предложение на российском рынке сувенирной продукции.
39. Критерии выбора рекламоносителя.
40. Производственная база сувенирной продукции.
41. Контроль над практической реализацией мероприятий рекламной кампании.
42. Классификация сувенирной продукции: промо-сувениры, бизнес- сувениры, VIP-сувениры.
43. Анализ проведения рекламной кампании.

44. Классификация сувенирной продукции: праздничная продукция, изделия из кожи, аксессуары для планирования.
45. Рекламный бриф.
46. Классификация сувенирной продукции: текстиль, керамика и стекло, съедобные сувениры.
47. Разработка стратегического документа рекламной кампании.
48. Классификация сувенирной продукции: корпоративные подарки, VIP продукция, оригинальные предложения, игрушки.
49. Общая характеристика рынка рекламно-сувенирной продукции.
50. Российский рынок сувенирной продукции.
51. Планирование рекламного бюджета.
52. Выбор сувениров при разработке рекламы.

Третий вопрос в экзаменационном билете практический: составление прайс - листа на проведение рекламных кампаний.

Приложение 5

Пояснительная записка

Промежуточная аттестация по ПМ.02 Производство рекламной продукции МДК.02.01 Выполнение рекламных проектов в материале проводится согласно учебному плану по специальности 42.02.01 Реклама.

Экзамен проводится в форме просмотра выполненных работ в течение семестра и дополнительному заданию по теме, полученной на консультации.

В процессе экзамена определяются:

знания:

- ассортимента, свойств, методов испытаний и оценки качества материалов;
- технологических, эксплуатационных и гигиенических требований, предъявляемых к материалам;

умения:

- разрабатывать рекламный проект (рекламный календарь);
- выполнять эталонные образцы объекта рекламы или его отдельные элементы в макете, материале.

Материалы: бумага А3, карандаш, ластик, ручка, линейка, фламастеры, цветные карандаши.

Время на выполнение задания – 1 час.

Задание оценивается по 5 - ти балльной шкале.

Критерии оценки экзаменационной работы.

«Отлично»

- верно подобраны материалы, учтены их формообразующие свойства.
- полностью выполнен эталонный образец объекта рекламы и его отдельные элементы в макете, материале.
- достигнута полная согласованность тонального звучания композиции.

«Хорошо»

- достаточно верно подобраны материалы, учтены не все их формообразующие свойства.
- полностью выполнен эталонный образец объекта рекламы и его отдельные элементы в макете, материале.
- не достигнута полная согласованность тонального звучания композиции.

«Удовлетворительно»

- не верно подобраны материалы, не учтены их формообразующие свойства.
- в достаточной степени выполнен эталонный образец объекта рекламы и его отдельные элементы в макете, материале.
- отсутствует согласованность тонального звучания композиции.

«Неудовлетворительно»

- не подобраны материалы.

- не выполнен эталонный образец объекта рекламы и его отдельные элементы в макете, материале.
- отсутствует согласованность тонального звучания композиции.

Экзаменационный билет

1. Просмотр выполненных работ в материале по темам:

- выполнение макета сувенирной продукции;
- выполнение макета прайс-листа на сувенирную продукцию;
- разработка фирменного стиля организации.

2. Дополнительное задание по теме:

- разработка рекламного календаря

МДК 02.02 Проектная компьютерная графика и мультимедиа

Примерные практические работы:

Практическая работа № 1

«Рисование. Инструменты, приемы»

Цель работы: изучение инструментов и приемов рисования в программе.

Содержание работы: нарисовать простую работу с помощью инструментов рисования, вставить объекты из других изображений.

Весь разработанный материал должен быть представлен в электронном виде и сопровождаться краткой аннотацией.

Практическая работа № 2

«Слои. Виды слоев. Использование слоев. Заливка»

Цель работы: познакомиться с важным инструментом – слоями, видами слоёв, их применением, операциями над ними, смешиванием.

Содержание работы:

На примере нескольких изображений показать виды слоёв, виды смешивания, операции над ними.

Практическая работа № 3

«Построение 3D моделей различной топологии.»

Цель работы: научиться создавать различные по сложности и структуре трехмерные объекты.

Содержание работы:

На примере нескольких объектов показать возможности построения сложных моделей. Весь разработанный материал должен быть представлен в электронном виде и сопровождаться краткой аннотацией.

Весь разработанный материал должен быть представлен в электронном виде и сопровождаться краткой аннотацией.

Критерии оценки

Баллы	Критерии оценки
«5»	<p>Формально-образное выражение в композиции содержательной сущности прорабатываемой темы, художественное отображение ее качественной специфики;</p> <p>Соответствие вида композиционной организации характеру решаемой задачи;</p> <p>Стилистическое единство (гармоничность) формообразования композиционных элементов;</p> <p>Соблюдение количественной меры (минимум средств–максимум</p>

	<p>выразительности) в применении формально-композиционных и художественно-образных средств для решения конкретных задач; Оригинальность композиционного решения и целостность его внутренней структуры; Строгая методическая последовательность работы над заданием; полнота объема выполненной работы; коэффициент роста профессионального мастерства студента.</p>
«4»	<p>Формально-образное выражение в композиции содержательной сущности прорабатываемой темы, художественное отображение ее качественной специфики; Соответствие вида композиционной организации характеру решаемой задачи; Стилистическое единство (гармоничность) формообразования композиционных элементов; Не соблюдение количественной меры (минимум средств–максимум выразительности) в применении формально-композиционных и художественно-образных средств для решения конкретных задач; оригинальность композиционного решения и целостность его внутренней структуры; Строгая методическая последовательность работы над заданием; Полнота объема выполненной работы.</p>
«3»	<p>Соответствие вида композиционной организации характеру решаемой задачи; Стилистическое единство (гармоничность) формообразования композиционных элементов; Соблюдение количественной меры (минимум средств–максимум выразительности) в применении формально-композиционных и художественно-образных средств для решения конкретных задач; Отсутствие оригинальности композиционного решения и целостности его внутренней структуры; Непоследовательность в работе над заданием; Работа выполнена с небольшими недочетами.</p>
«2»	<p>Несоответствие вида композиционной организации характеру решаемой задачи; Отсутствие стилистического единства формообразования композиционных элементов; Непоследовательность в работе над заданием; Работа выполнена не полностью.</p>

МДК 02.03. Техника и технология рекламной фотографии

Оценочные средства для текущего контроля успеваемости

Вопросы для устного опроса

1. В каких областях применяется фотография?
2. Когда была сделана первая космическая фотосъемка?
3. В каких СМИ используются фотография?
4. Использовал ли книгопечатник Иван Федоров фотографии в своих книгах?
5. Какое место занимает фотография в науке, медицине?
6. Сколько основных частей на аналоговых фотоаппаратах?
7. Дать характеристику фотокамере.
8. Для чего служит лентопротяжный механизм в фотоаппарате?
9. Назовите методы присоединения объектива к корпусу.

10. Для чего служит корпус фотоаппарата.
11. Что такое "Триплет"?
12. Объясните термин "Анастигмат".
13. Что такое трансфокатор?
14. Какой параметр фотографии отвечает за регулировку отверстия объектива?
15. Что такое "Рыбий глаз"?
16. Объясните значение термина "выдержка".
17. Значение термина "диафрагма" и ее цифровые значения.
18. Что означает значение выдержки "500"?
19. При каком значении диафрагмы отверстие объектива открыто: 2 и 11?
20. На какой диафрагме лучше фотографировать спортивные мероприятия 30 или 500? Почему?
21. При каком значении диафрагмы размывается задний фон?
22. Объясните методику съемки в ночное время.
23. На какой выдержке вести фотосъемку вращающегося каруселя?
24. Экспозиция составляет 500/8. Чтобы размыть фон какие значения вы должны поставить?
25. Экспозиция 125/8. Значение выдержки поставили на 500, то значение диафрагмы будет? Почему?
26. При каком значении диафрагмы размывается задний фон?
27. Объясните методику съемки в ночное время.
28. На какой выдержке вести фотосъемку вращающегося каруселя?
29. Экспозиция составляет 500/8. Чтобы размыть фон какие значения вы должны поставить?
30. Экспозиция 125/8. Значение выдержки поставили на 500, то значение диафрагмы будет? Почему?
31. Какой прибор нужен для проекционной фотопечати?
32. Можно ли открывать фотобумагу на свету?
33. Какие рабочие растворы используются в аналоговой фотопечати?
34. Для чего служит фотоз экспонометр?
35. В какой прибор вставят негатив при аналоговой фотопечати?
36. Какая страна выпускает систему фотоаппаратов "Canon"?
37. Что означает аббревиатура EOS?
38. Какая марка является профессиональной камерой: EOS 1100D или EOS 5D Mark III?
39. В каком году была выпущена серийная цифровая камера Canon?
50. Что означает индекс "D" на маркировке фотоаппарата?
51. Все цифровые фотоаппараты работают _____ формате.
52. Почему необходимо форматировать карту памяти?
53. Что означает термин "экспозамер"?
54. На какой части фотоаппарата находится переключатель стабилизации изображения?
55. Что означает термин "баланс белого"?
56. Что такое "баланс белого"?
57. какую информацию выдает ЖК-дисплей цифрового фотоаппарата?
58. Для чего нужен диск установки режимов?
59. На каком значении iso фотографировать в дневное время?
60. Для чего нужен видоискатель?
61. Какой фотографический параметр определяет цветовую температуру?

62. Какое значение цветовой температуры у фотовспышки?
63. В чем измеряется величина цветовой температуры?
64. Солнце у горизонта. Какое цифровое значение цветовой температуры?
65. Где наблюдается самая высокая цветовая температура?
66. Что такое ISO ?
67. На что влияет значение ISO ?
68. В каком значении ISO вести портретную фотосъемку в студии: 100 или 1600? Почему?
69. В каком порядке увеличивается цифровое значение ISO?
70. При каком значении ISO лучше всего добиться качественных фотографий?

Практические задания

1. Съемка на пленэре
 - 1.1 Суперсайты, пиллары, брандмаузеры
 - 1.2 Я и реклама
 - 1.3 Производственный портрет: Я фотограф, Я видеооператор
 - 1.4. Афиши
 - 1.5. Кронштейны
 - 1.6. Штендеры
 - 1.7. Симметрия
 - 1.8. Перспектива
 - 1.9 Золотое сечение
 - 1.10. Правило третей
2. Фотосъемка в интерьере
 - 2.1 Портрет на билборд
 - 2.2 Парфюмерия
3. Редактура в программе Photoshop CC
 - 3.1 Билборды в 3 вариантах:
 1. красный фон
 2. белый фон
 3. черный фон
 - 3.2. Я на обложке журнала
 - 3.3. Парфюмерия
 - 3.4. Фотоаппарат
 - 3.5. Телефон
 - 3.6. Ювелирные украшения
 - 3.7. Одежда
 - 3.9. Лекарства
 - 3.10. Школьные принадлежности
 - 3.11. Я на календаре
 - 3.12. Афиша "Золото Осени"
 - 3.13. Афиша "Выставка литературы по фотографии и видеосъемке"
4. Подготовить тексты
 - 4.1. Мое фотографическое лето
5. ACDS

6. Старая фотография

Тесты. 100 вопросов по светописи

1. Что принято считать за удобный объект для этюдных упражнений по овладению изобразительно-выразительным средством фотографии?

- а) пейзаж
- б) солнце
- в) архитектура
- г) море

2. При каком виде съемки у любителей распространенной ошибкой считается стремление охватить как можно больше пространства?

- а) клякса
- б) пейзаж
- в) оземь
- г) земля

3. При съемке интерьера какой требуется объектив?

- а) круг
- б) квадрат
- в) многоугольник
- г) широкоугольный

4. В каком виде съемки предпочтение следует отдавать объективам с нормальным или даже несколько увеличенным фокусным расстоянием и резко фокусирует объектив в плоскости фокусировки и имеет сравнительно небольшую глубину резкости?

- а) портрет
- б) анфас
- в) профиль
- г) три четверти

5. В какой съемке даже фотолюбитель должен подготовиться заранее, изучить маршруты, способом передвижения и определить вид съемки?

- а) съемка в квартире
- б) съемка в путешествиях
- в) съемка на улице
- г) съемка в магазине

6. Что лежит в основе любой хорошей камеры?

- а) битый объектив
- б) качественный объектив
- в) надежная корпусная конструкция
- г) оба варианта верны

7. Как называются обобщенно приятные мелочи для фотоаппарата?

- а) акустический прибор
- б) аксессуары
- в) шумы
- г) зернистость

8. Что есть у камеры встроенная и мы всегда задумываемся о покупке внешней?

- а) штатив
- б) микрофон
- в) вспышка

г) фотоаппарат

9. Что имеет смысл приобрести сразу для защиты оптики и оно помогает не менять цветовую картину, не пропускать ультрафиолетовые лучи и т.д.?

а) пано

б) натюрморт

в) фильтры

г) шоколад

10. Что имеет смысл приобрести для переноски и хранения фототехники?

а) фотосумку

б) кожаная женская сумка

в) барсетка

г) кошелек

Ситуационные задачи

1. Вы снимаете портрет с параметрами экспозиции: выдержка 1/250, диафрагма 5.6, ISO 200, и для съемки мало света. Ваши действия для того чтобы портрет стал нормально экспонированным

1. увеличить выдержку;

2. уменьшить выдержку;

3. уменьшить чувствительность (ISO);

4. увеличить чувствительность (ISO);

5. увеличить значение диафрагмы;

6. уменьшить значение диафрагмы

Ответ: _____ (1,4,5)

2. В программе Adobe Photoshop выполнить буклет сложением в два листа для рекламной продукции на выбор. При выполнении применять работу со слоями, текстом, заливкой (градиентом), обрезкой, коррекцией изображений. Разрешение 300 пикселей/дюйм. Цветовой режим RGB. Размеры изображения 30см x 21см. Сохранить документ в двух форматах: .psd, .jpeg.

Ответ: оценивается готовая работа в соответствии с определенными критериями (См. таблицу Критерии оценивания результатов теста).

3. Вы снимаете портрет с параметрами экспозиции: выдержка 1/35, диафрагма 4, ISO 1200, и для съемки много света. Ваши действия для того чтобы портрет стал нормально экспонированным

1) увеличить выдержку;

2) уменьшить выдержку;

3) уменьшить чувствительность (ISO);

4) увеличить чувствительность (ISO);

5) значение диафрагмы не менять;

6) уменьшить значение диафрагмы

Ответ: _____ (2,3,5)

Оценочные средства для промежуточной аттестации

МДК 02.03 Техника и технология рекламной фотографии

Форма аттестации - комплексный экзамен

Условия аттестации: аттестация проводится в устной форме по завершению освоения учебной дисциплины при положительных результатах.

Время аттестации: Подготовка - 45 мин.; устный ответ – 10 мин.

Примерный перечень экзаменационных вопросов

1. История возникновения фотографии. Гелиография. Изобретение Дагера. Калотипия
2. Изобретение двухступенчатого процесса. Фотохимия для 2-ступенчатого процесса
3. Этапы развития фотографии в России. Развитие фотографии и фототехники в зарубежных странах
4. Практические возможности фотографии
5. Российские фотоаппараты. Основные части фотоаппарата
6. Зарубежные камеры. Основные части фотоаппарата
7. Цифровые ряды аналоговой фотоаппаратуры. 1. Классификация фотоаппаратуры по видеоискателю
8. Российские и зарубежные зеркальные камеры
9. Объектив и его характеристики
10. Классификация объективов
11. Основные параметры аналоговой и цифровой фотографии
12. Затвор. Виды затворов
13. Глубина резко изображаемого пространства, ее зависимость от характеристики объектива и параметров
14. Понятие экспозиции. Бреккетинг. Взаимозаменяемость выдержки и диафрагмы
15. Аксессуары для аналоговой и цифровой фотоаппаратуры
16. Общие вопросы освещения. Элементы и типы освещения
17. Фотоэкспонетрия. Творческая группа экспозиции на цифровых камерах
18. Жанры фотографии.
19. Методы фотосъемки
20. Особенности портретной фотосъемки в фотостудии
21. Светоприемники на аналоговых и цифровых фотокамерах. Классификация.
22. Фотошоп. Инструменты ретуширования в цифровой и аналоговой технологиях.
23. Фотошоп. Инструменты редактирования.
24. Фотошоп. Строка меню. Работа со слоями
25. Многоснимочные жанры фотографии. Особенности съемки свадьбы, торжественных мероприятий.
26. Особенности съемки рекламной фотографии. Жанры рекламной фотографии
27. Композиция кадра. Виды композиции
28. Съемка пейзажа. Виды.
29. Понятие экспозиции.
30. Композиционное построение пейзажных фотографий

Практические задания

1. Сфотографируйте модель на пленэре с размытием заднего фона;
2. Сфотографируйте модель на пленэре с использованием красного шарфа;
3. Сфотографируйте модель на пленэре с использованием зонта;
4. Сфотографируйте модель на пленэре с большой глубиной резкости;
5. Сфотографируйте модель на пленэре в группе;
6. Сфотографируйте модель на пленэре с включением дерева;
7. Сфотографируйте модель на пленэре с заполнением кадра;
8. Сфотографируйте модель на пленэре, применяя правило диагонали;
9. Сфотографируйте модель на пленэре с использованием "золотого сечения"
10. Сфотографируйте модель на пленэре крупным планом.
11. Установить на фотоаппарате "Canon-60 D" пиктограмму ББ "Солнце"

12. Установить на фотоаппарате "Canon-60 D" пиктограмму ББ " Тень "
13. Установить на фотоаппарате "Canon-60 D" пиктограмму ББ " Вспышка "
14. Установить на фотоаппарате "Canon-60 D" пиктограмму ББ "Лампа накаливания"
15. Установить на фотоаппарате "Canon-60 D" пиктограмму ББ "Лампа дневного света"
16. Установить на фотоаппарате "Canon-60 D" пиктограмму ББ " Облака "
17. Установить на фотоаппарате "Canon-60 D" пиктограмму ББ "Температура 5200 К"
18. Установить на фотоаппарате "Canon-60 D" пиктограмму ББ "Ручной ББ"
19. Установить на фотоаппарате "Canon-60 D" ISO "400"
20. Установить на фотоаппарате "Canon-60 D" ISO "800"
21. В студии фотографируйте портрет на документ
22. В студии фотографируйте художественный портрет
23. В студии фотографируйте художественный портрет в 3/4
24. В студии фотографируйте двойной портрет
25. В студии фотографируйте групповой портрет
26. В студии фотографируйте натюрморт "Фрукты"
27. В студии фотографируйте композицию "Фотоаппараты"
28. В студии фотографируйте композицию "Книги"
29. На ПК создайте черно-белую фотографию
30. На ПК отредактируйте лицо человека.

Критерии оценок

Оценка «отлично» ставится если:

- Студент демонстрирует знание учебного материала на основе программы и углубленные сведения по вопросу за пределами программы
- Логическое, последовательное изложение вопроса с опорой на источники
- Определяет свою позицию в раскрытии подходов к рассматриваемому вопросу
- Выполняет практическое задание на высоком уровне, студент демонстрирует свои знания и умения применительно к практике, присутствуют элементы креативного подхода при выполнении задания

Оценка «хорошо»

- Демонстрирует знание учебного материала в пределах программы
- Раскрывает различные подходы к рассматриваемой проблеме с незначительными неточностями, отвечает на дополнительные вопросы
- Опирается при ответе на обязательную литературу
- Выполняет творческие задания с некоторыми замечаниями.

Оценка «удовлетворительно»

- Знает учебный материал со значительными неточностями
- Отсутствует собственная критическая оценка возможности использования теоретического материала для решения современных педагогических проблем
- Выполняет творческое задание со значительными ошибками.

Оценка «не удовлетворительно»

- Не знает учебный материал, не дает ответа на дополнительные вопросы
- Отсутствует собственная критическая оценка возможности использования теоретического материала для решения современных педагогических проблем
- Студент не выполнил практическое задание верно.

МДК 02.04 Техника и технология рекламного видео

Оценочные средства для текущего контроля успеваемости

МДК 02.04 Техника и технология рекламного видео

Вопросы для устного опроса

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 видеоператора.

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 пиксели располагаются на экране монитора. Камеры работающие в HD вариациях должны иметь разрешение матрицы 1920x1080 или 1440x1080

8. Каким параметром определяют размер ПЗС-матрицы?

Элементарная частица ПЗС-матрицы - пиксел., 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 miniDV, жесткие диски, мини DVD-диск, то теперь используются стандартные карты-памяти.

10. В чем преимущество видеискателя 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 видеискателем?

В отслеживании текущих настроек, в просмотре отснятого материала. Возможность поворачивается - удобна для контроля картинка 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 мене 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.

Шкала оценивания

Оценка 5 «отлично» ставится, если студент:

- 1) полно и аргументированно отвечает по содержанию задания;
- 2) обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только по учебнику, но и самостоятельно составленные;
- 3) излагает материал последовательно и правильно.

Оценка 4 «хорошо» ставится, если студент:

студент дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «5», но допускает 1-2 ошибки, которые сам же исправляет.

Оценка 3 «удовлетворительно» ставится, если студент:

обнаруживает знание и понимание основных положений данного задания, но:

- 1) излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировках;
- 2) не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры;
- 3) излагает материал непоследовательно и допускает ошибки.

Оценка 2 «неудовлетворительно» ставится, если студент:

обнаруживает незнание ответа на задание, допускает ошибки в формулировке определений и понятий, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал; отмечаются такие недостатки в подготовке студента, которые являются серьезным препятствием к успешному овладению последующим материалом.

Практические задания

1. Записать видеointервью
2. Записать интервью с педагогом
3. Произвести запись ролика для социального ролика ("Разделяй и применяй")
4. Написать вопросы и сценарий видеointервью
5. Написать сценарий для сюжетной съемки "Встреча"
6. Написать сценарий рекламного видеоролика "Покупайте зубную пасту, тетрадь, книгу...."
7. Произвести видеосъемку на тему "Я в библиотеке"
8. Произвести видеосъемку для рекламы книги - буктрейлера.

9. Произвести видеосъемку "Праздник в ЧПК"

10. Произвести видеосъемку на тему "На площадках Worldskills"

Ситуационные задачи

1. Установите соответствие между значениями диафрагмы и полученным результатом изображения



Запишите в таблицу выбранные цифры и внесите их в бланк тестирования.

А	Б	В
3	1	2

Оценивание практических заданий

Оценочная шкала	Показатели	Критерии
Отлично (85-100 баллов)	1. Полнота выполнения практического задания;	Задание выполнено в полном объеме, студент проявил высокий уровень самостоятельности и творческий подход к его выполнению
Хорошо (70-84 баллов)	2. Правильность выполнения практического задания;	
Удовлетворительно (50-69 баллов)	3. Своевременность и последовательность выполнения практического задания.	Задание выполнено в полном объеме, имеются отдельные недостатки в оформлении представленного Материала
Неудовлетворительно (0-49 баллов)	4. Значимость и актуальность сформулированных практикантом предложений для повышения эффективности работы организации.	
		Задание в целом выполнено, однако имеются недостатки при выполнении в ходе практики отдельных разделов (частей) задания, имеются замечания по оформлению собранного материала
		Задание выполнено лишь частично, имеются многочисленные замечания по оформлению собранного Материала

Тесты

1. Какой российский фильм получил премию "Оскар"?

- а) А зори здесь тихие
- б) Летят журавли
- в) Москва слезам не верит
- г) Иван Васильевич меняет профессию

2. Отрасль человеческой деятельности, заключающаяся в создании движущихся

- а) Фотография
- б) Аэрография

- в) Кинематография
- г) Библиография

3.Какая чёрно-белая короткометражная лента в России была вручную раскрашена в цвет?

- а) "Ухарь-купец"
- б) «Белое солнце пустыни»
- в) «Свадьба в малиновке»
- г) «Весна на заречной улице»

4.Частота кадров старых (немых) чёрно-белых фильмов составляла

- а) 800 кадров в минуту
- б) 1000 кадров в минуту
- г) 1200 кадров в минуту
- д) 1500 кадров в минуту

5.В начале XXI века, с развитием цифровых технологий записи изображения, появилось понятие:

- а) Видеооператор
- б) Съёмочная группа
- в) Цифровой кинематограф
- г) Видеокамера

6.День рождения кино

- а) 17 февраля 1885г.
- б) 4 июня 1876г.
- в) 15 марта 1901г.
- г) 28 декабря 1895 г.

7.Что такое "фильм д'ар"?

- а) Документальный фильм
- б) Фильм со спецэффектами
- в) Художественный фильм
- г) Короткометражный фильм

8.Первая постановка русского игрового фильма принадлежит А. Дранкову. Благодаря ловкости и предприимчивости Дранков собрал нужные средства для постановки фильма и 15 октября 1908 года показал картину

- а) «Понизовая вольница»(Стенька Разин)
- б) «Чапаев»
- в) «Отцы и дети»
- г) «Афоня»

9.Кто впервые продемонстрировал публике «движущиеся картинки» – заснятый эпизод о том, как рабочие выходят из ворот фабрики, и ряд других коротеньких кинозарисовок?

- а) Дранков
- б) Штрогейм
- в) Люмьеры
- г) Гриффит

10. В классических фильмах этого жанра действие происходит на Диком Западе Америки в XIX веке

- а) Детектив
- б) Драма
- г) Боевик
- д) Вестерн

Шкала оценивания

Оценка в 5-балльной шкале	% правильных ответов от общего количества тестовых заданий
5 «отлично»	91-100
4 «хорошо»	81-90
3 «удовлетворительно»	71-80
2 «неудовлетворительно»	0-70

Оценочные средства для промежуточной аттестации по МДК 02.04 Техника и технология рекламного видео

Форма аттестации - комплексный экзамен

Условия аттестации: аттестация проводится в устной форме по завершению освоения учебной дисциплины при положительных результатах.

Время аттестации: Подготовка - 45 мин.; устный ответ – 10 мин.

Примерный перечень экзаменационных вопросов

1. Жанровые особенности рекламного ролика
2. Виды экранного искусства, основные законы
3. ТВ студия: оборудование, аппаратные средства
4. Фестивали ТВ рекламы, формы их проведения
5. Российские видеокамеры. Российские кинокамеры. Зарубежные камеры
6. Функции телевизионного рекламного продукта
7. Формы и специфика производства телевизионной рекламы
8. Съёмочный аппарат как основной инструмент изобразительного искусства. Фотокамера и видеокамера.
9. Съёмочный аппарат как основной инструмент изобразительного искусства
10. . Виды съёмочной аппаратуры, ее основные узлы, носители изображения
11. Особенности устройства различных видеокамер. Характеристики и свойства объектива съёмочного аппарата
12. Фокусное расстояние, диафрагма, глубина изображаемого пространства
13. Съёмка статичной камерой.
14. Фокусное расстояние, диафрагма, глубина изображаемого пространства
15. Понятие "крупный план"
16. Движение камеры: панорама
17. Классификация объективов. Трансфокаторы
18. Движение камеры: сопровождение, "тревелинг".
19. Творческие возможности приемов съёмки движущейся камерой
20. Основные параметры видеосъёмки. Инструменты и методы их выбора.
21. Приемы "наезд" и "отъезд" как смысловые и монтажные единицы
22. Отражательная способность физических тел
23. Цели и задачи освещения. Эффекты и состояние освещения. Интенсивность и направление света.
24. Цветовая температура источников света.
25. Ключевая яркость.
26. Цветовая температура источников света. Видеосъёмка. Творческие возможности приёмов съёмки статичной камерой.
27. Светофильтры и их устройство.
28. Интервал яркостей объекта съёмки.
29. Съёмка движущейся камерой. Съёмка крупным планом.
30. Особенности съёмки при искусственном и естественном освещении, эффекты освещения.

Практические задания

1. Создать видеоролик, соответствующий требованиям технического задания с применением линейного и нелинейного монтажа с помощью программного пакета Adobe Premiere Pro "Интервью со студентом ЧПК"

Обязательные требования к видеоролику:

- Ясная идея сценария, четкий вывод
- Присутствие не менее 5 сцен
- Лаконичный, композиционно продуманный текст
- Соответствие музыкального ряда визуальному

2. Создать видеоролик, соответствующий требованиям технического задания с применением линейного и нелинейного монтажа с помощью программного пакета Vegas Pro 13.0 (64-bit)Pro "Берем интервью у педагога ЧПК"

Обязательные требования к видеоролику:

- Ясная идея сценария, четкий вывод
- Присутствие не менее 5 сцен
- Лаконичный, композиционно продуманный текст
- Соответствие музыкального ряда визуальному

3. Создать видеоролик, соответствующий требованиям технического задания с применением линейного и нелинейного монтажа с помощью программного пакета Adobe Premiere Pro "Встреча". Обязательные требования к видеоролику:

- Ясная идея сценария, четкий вывод
- Присутствие не менее 5 сцен
- Лаконичный, композиционно продуманный текст
- Соответствие музыкального ряда визуальному

4. Создать видеоролик, соответствующий требованиям технического задания с применением линейного и нелинейного монтажа с помощью программного пакета Vegas Pro 13.0 (64-bit)Pro " Читаем интересные книги". Обязательные требования к видеоролику:

- Ясная идея сценария, четкий вывод
- Присутствие не менее 5 сцен
- Лаконичный, композиционно продуманный текст
- Соответствие музыкального ряда визуальному

5. Создать видеоролик, соответствующий требованиям технического задания с применением линейного и нелинейного монтажа с помощью программного пакета Adobe Premiere Pro "Улицы города Чебоксар". Обязательные требования к видеоролику:

- Ясная идея сценария, четкий вывод
- Присутствие не менее 5 сцен
- Лаконичный, композиционно продуманный текст
- Соответствие музыкального ряда визуальному

6. Создать видеоролик, соответствующий требованиям технического задания с применением линейного и нелинейного монтажа с помощью программного пакета Adobe Premiere Pro "Видео для буктрейлера"

Обязательные требования к видеоролику:

- Ясная идея сценария, четкий вывод
- Присутствие не менее 5 сцен
- Лаконичный, композиционно продуманный текст
- Соответствие музыкального ряда визуальному

Система оценок

Оценка «отлично» ставится если:

- Студент демонстрирует знание учебного материала на основе программы и углубленные сведения по вопросу за пределами программы
- Логическое, последовательное изложение вопроса с опорой на источники
- Определяет свою позицию в раскрытии подходов к рассматриваемому вопросу
- Выполняет практическое задание на высоком уровне, студент демонстрирует свои знания и умения применительно к практике, присутствуют элементы креативного подхода при выполнении задания

Оценка «хорошо»

- Демонстрирует знание учебного материала в пределах программы
- Раскрывает различные подходы к рассматриваемой проблеме с незначительными неточностями, отвечает на дополнительные вопросы
- Опирается при ответе на обязательную литературу
- Выполняет творческие задания с некоторыми замечаниями.

Оценка «удовлетворительно»

- Знает учебный материал со значительными неточностями
- Отсутствует собственная критическая оценка возможности использования теоретического материала для решения современных педагогических проблем
- Выполняет творческое задание со значительными ошибками.

Оценка «не удовлетворительно»

- Не знает учебный материал, не дает ответа на дополнительные вопросы
- Отсутствует собственная критическая оценка возможности использования теоретического материала для решения современных педагогических проблем
- Студент не выполнил практическое задание верно.

Методическое описание порядка проведения (процедуры) оценивания усвоенных компетенций при защите курсовой работы (проекта):

Тема курсовой работы (проекта) выбирается студентом самостоятельно из предложенного перечня, согласовывается с руководителем и утверждается на заседании ПЦК. Подготовка осуществляется во внеаудиторное время. Результаты озвучиваются на защите курсовых проектов, регламент – 10-15 мин. на выступление.

Итоговая оценка за курсовую работу складывается:

1. Оценивание научным руководителем объем изученной литературы;
2. Оценивание представленного студентом письменного текста с точки зрения его содержания (актуальность и раскрытие темы, самостоятельность исследования, творческие выводы, анализ практики)
3. Оформление курсовой работы (проекта);
4. Оценивание защитной речи и ответов на вопросы по теме работы.

Оценка Критерии оценки

Отлично работа выполнена в соответствии с утвержденным планом, полностью раскрыто содержание каждого вопроса, студентом сформулированы собственные аргументированные выводы по теме работы. Оформление работы соответствует предъявляемым требованиям. При защите работы студент свободно владеет материалом и отвечает на вопросы.

Хорошо работа выполнена в соответствии с утвержденным планом, полностью раскрыто содержание каждого вопроса.

Незначительные замечания к оформлению работы. При защите работы студент владеет материалом, но отвечает не на все вопросы.

Удовлетворительно работа выполнена в соответствии с утвержденным планом, но не полностью раскрыто содержание каждого вопроса. Студентом не сделаны собственные выводы по теме работы. Грубые недостатки в оформлении работы. При защите работы студент слабо владеет материалом, отвечает не на все вопросы.

Неудовлетворительная работа выполнена не в соответствии с утвержденным планом, не раскрыто содержание каждого вопроса. Студентом не сделаны выводы по теме работы. Грубые недостатки в оформлении работы. При защите работы студент не владеет материалом, не отвечает на вопросы.

4. Контроль приобретения практического опыта. Оценка по учебной и (или) производственной практике, реализующей практическую подготовку

4.1. Общие положения

Цели учебной практики: формирование у обучающихся первичных практических умений, приобретение первоначального практического опыта деятельности в рамках профессионального модуля ПМ 02. Производство рекламной продукции

Цели производственной практики: формирование у обучающихся профессиональных компетенций в условиях работы на рекламных предприятиях.

Целью оценки по учебной и производственной практике является оценка:

- 1) профессиональных и общих компетенций;
- 2) практического опыта и умений.

Оценка по учебной и (или) производственной практике выставляется на основании данных аттестационного листа (характеристики профессиональной деятельности обучающегося/студента на практике) с указанием видов работ, выполненных обучающимся во время практики, их объема, качества выполнения в соответствии с технологией и (или) требованиями организации, в которой проходила практика.

4.2. Виды работ практики и проверяемые результаты обучения по профессиональному модулю

В результате прохождения учебной практики и производственной практики обучающийся должен демонстрировать следующие результаты: ОК 1 – 11; ПК 2.1 - 2.3

Код компетенции	Содержание компетенции	Результаты обучения
ОК 1 – 11 ПК 2.1 - 2.3,	Специалист по рекламе (базовой подготовки) должен обладать общими компетенциями , включающими в себя способность: ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	Знать: выявления требований целевых групп потребителей; разработку средств продвижения рекламного продукта; разработку маркетинговой части бизнес-плана;

	<p>ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.</p> <p>ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.</p> <p>ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.</p> <p>ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.</p> <p>ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством,</p>	<p>Уметь: проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей; анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп;</p> <p>проводить сегментирование рынка;</p> <p>принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта;</p> <p>составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта;</p> <p>работать с рекламой в средствах массовой информации;</p> <p>проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком;</p>
	<p>потребителями.</p> <p>ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.</p> <p>ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.</p> <p>ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.</p> <p>ОК 10 Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности</p> <p>ОК 11 Обладать экологической, информационной и</p>	<p>проводить презентацию рекламного продукта;</p> <p>подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав;</p> <p>составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта;</p> <p>работать с рекламой в средствах массовой информации;</p> <p>проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком;</p> <p>проводить презентацию рекламного продукта;</p> <p>подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав;</p>

	<p>коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке</p> <p>Производство рекламной продукции.</p> <p>ПК 2.1. Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.</p> <p>ПК 2.2. Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.</p> <p>ПК 2.3. Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.</p>	<p>Владеть: составлением планов и графиков деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта;</p> <p>работой с рекламой в средствах массовой информации;</p> <p>проведением процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком;</p> <p>проведением презентаций рекламного продукта;</p> <p>подготовкой авторской документации для регистрации авторских прав;</p>
--	---	--

Требования к дифференцированному зачету/(зачету) по учебной и (или) производственной практике

Дифференцированный зачет / зачет по учебной и (или) производственной практике выставляется на основании данных аттестационного листа (характеристики профессиональной деятельности обучающегося на практике) с указанием видов работ, выполненных обучающимся во время практики, их объема, качества выполнения в соответствии с технологией и (или) требованиями организации, в которой проходила практика, а также анализа представленного отчета по практике, портфолио обучающегося. Для дифференцированного зачета можно привести спецификацию теста, можно перечень теоретических вопросов и практических заданий. Не обязательно составлять билеты.

Пример 1. За правильно выполненное действие, либо за выполнение со штрафными баллами в установленных пределах выставляется положительная оценка - 1 балл. За не правильно выполненное действие или за набор более определенного количества штрафных баллов, или за несоблюдение требований выставляется отрицательная оценка - 0 баллов.

Пример 2. Ответы на теоретические вопросы полные и точные, расчеты выполнены без ошибок, выводы сформулированы грамотно и полно, на дополнительные вопросы получены верные ответы – отлично.

Имеются незначительные неточности в ответах на теоретические вопросы, не более двух незначительных ошибок в расчетах, выводы сформулированы грамотно, на дополнительные вопросы получены верные ответы – хорошо.

критерии оценки освоения программы УП

Оценка выставляется на основании:

- наблюдения преподавателем профессиональной деятельности обучающегося на учебной практике;
- анализа документов, свидетельствующих о выполнении программы учебной практики: дневник учебной практики.

Критерии оценки освоения программы УП

Оценка	Практическая деятельность	Анализ документов
--------	---------------------------	-------------------

5 (отлично)	<p>При осуществлении профессиональной деятельности во время учебной практики обучающийся активно проявлял интерес, выполнил все манипуляции соответственно видам работ для УП.</p> <p>Выставляется обучающемуся, показавшему умение свободно выполнять практические задания, приближенные к будущей профессиональной деятельности, освоившему всю базу нормативной документации, усвоившему взаимосвязь основных понятий и их значения для освоения вида профессиональной деятельности Проведение профилактических мероприятий.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Демонстрирует прочность и профессиональную направленность полученных знаний и умений. - Обучающийся всесторонне понимает и свободно оперирует основными понятиями, полученными при освоении ПМ. - Могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные обучающимся самостоятельно. 	<p>Отчетная документация (дневник) заполняются своевременно, четко, аккуратно В соответствии с требованиями</p>
4 (хорошо)	<p>Выставляется обучающемуся, показавшему умение выполнять практические задания, приближенные к будущей профессиональной деятельности, освоившему основную нормативную документацию, усвоившему взаимосвязь основных понятий и их значения для освоения вида профессиональной деятельности Проведение профилактических мероприятий.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Демонстрирует профессиональную направленность полученных знаний и умений. - Обучающийся понимает и оперирует основными понятиями, полученными при освоении ПМ. - Допущены недочеты в определении понятий. 	<p>Отчетная документация (дневник) заполняются своевременно, аккуратно, но допущено незначительное несоответствие требованиям.</p>
3 (удовлетворительно)	<p>Обучающийся при выполнении практических заданий показал недостаточные умения по осуществлению профессиональной деятельности, не достаточно ориентируется в нормативной документации, не усвоил взаимосвязь основных понятий и их значения для освоения вида профессиональной деятельности Проведение профилактических мероприятий.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Обучающийся слабо оперирует основными понятиями, полученными при освоении ПМ. - Допускает ошибки в определении понятий. 	<p>Отчетная документация (дневник) заполняются аккуратно, но несвоевременно, допущено значительное несоответствие требованиям.</p>
2 (неудовлетворительно)	<p>Обучающийся при выполнении практических заданий не показал умения по осуществлению профессиональной деятельности, не ориентируется в нормативной документации, не усвоил взаимосвязь основных понятий и их значения для освоения профессиональной деятельности для освоения вида профессиональной деятельности Проведение профилактических мероприятий.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Обучающийся плохо оперирует основными понятиями, полученными при освоении ПМ. - Допускает грубые ошибки в определении понятий. 	<p>Отчетная документация (дневник) заполняются несвоевременно, без соответствия требованиям.</p>

Имеются неточности в ответах на теоретические вопросы или ответы не достаточно полные, три - четыре незначительные ошибки в расчетах, выводы сформулированы не полно, затруднения с ответами на дополнительные вопросы – удовлетворительно.

Ответы на теоретические вопросы неполные и неточные, более 4 ошибок в расчетах, выводы не сформулированы, на дополнительные вопросы ответы не даны – неудовлетворительно.

Средняя оценка выставляется экзаменатором по медиане оценок за ответ на каждый вопрос экзаменационного задания и за ответы на дополнительные вопросы.

Оценка освоения общих компетенций проводится на основании анализа портфолио и текущего контроля за деятельностью обучаемого в процессе изучения дисциплины. Имеются косвенные подтверждения освоения ОК – освоены. Нет подтверждений – не освоены.

Фонд оценочных средств для проверки результатов освоения программы ПП 02

• пакет преподавателя

- условия проведения дифференцированного зачета по ПП 02

Место проведения:

Дифференцированный зачет по каждому разделу ПП 02

- критерии оценки освоения программы ПП 02

Оценка по производственной практике выставляется на основании

аттестации по итогам практики, которая включает в себя:

- аттестационный лист (характеристика профессиональной деятельности студента на практике) с указанием видов работ, выполненных во время практики, их объема, качества выполнения в соответствии с технологией и (или) требованиями организации, в которой проходила практика;
- характеристику (освоение обучающимся общих компетенций в период прохождения практики);
- оценку ведения дневника.

5. Контрольно-оценочные материалы для экзамена (квалификационного экзамена)

Вопросы к экзамену:

1. Общий подход к пониманию регламентирования рекламной деятельности
2. Государственное регулирование рекламной деятельности
3. Саморегулирование рекламной деятельности
4. Рекламное законодательство в России
5. Исследовательские организации, связанные с рекламной деятельностью
6. Уникальное торговое предложение (УТП)
7. Повторяемость
8. Интенсивность
9. Движение (динамичность) 10.Контрастность
- 11.Размер 12.Эмоциональность

13. Основы мотивации в рекламе 14. Выбор побудительных мотивов
15. Факторы, влияющие на ответную реакцию потребителя
16. Использование психоанализа и бессознательных мотивов потребителей
17. Восприятие рекламы потребителем
18. Пути воздействия рекламы на потребителя 19. Борьба за внимание потребителя
20. Повышение уровня припоминания сути рекламного обращения 21. Окружающая среда и потребитель
22. Отношение потребителя к рекламе 23. Условия появления международной рекламы
24. Причины, по которым не может быть единой рекламы 25. Аргументы в пользу проведения ГР-кампаний
26. Адаптация международной рекламы к местным национальным условиям 27. Стратегия и тактика международной рекламы
28. Методы использования национальных СМИ в международной рекламе 29. Формы обслуживания международной рекламы

Пример экзаменационного билета

1. Понятие рекламы
2. Этапы создания рекламы.

Шкала оценивания для промежуточной аттестации

Оценка «отлично». Ответы на поставленные в билете вопросы излагаются логично, последовательно и не требуют дополнительных пояснений. Делаются обоснованные выводы. Демонстрируются глубокие знания базовых нормативно-правовых актов. Соблюдаются нормы литературной речи.

Оценка «хорошо». Ответы на поставленные вопросы излагаются систематизировано и последовательно. Материал излагается уверенно. Демонстрируется умение анализировать материал, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер. Соблюдаются нормы литературной речи.

Оценка «удовлетворительно». Допускаются нарушения в последовательности изложения. Демонстрируются поверхностные знания вопроса. Имеются затруднения с выводами. Допускаются нарушения норм литературной речи.

Оценка «неудовлетворительно». Материал излагается непоследовательно, сбивчиво, не представляет определённой системы знаний по дисциплине.

Имеются заметные нарушения норм литературной речи.

Оценка качества подготовки по результатам самостоятельной работы студента ведется:

- 1) преподавателем – оценка глубины проработки материала, рациональность и содержательная ёмкость представленных интеллектуальных продуктов, наличие креативных элементов, подтверждающих самостоятельность суждений по теме;
- 2) группой – в ходе обсуждения представленных материалов;

3) студентом лично – путем самоанализа достигнутого уровня понимания темы. По дисциплине предусмотрены формы контроля качества подготовки:

- текущий (осуществление контроля за всеми видами аудиторной и внеаудиторной деятельности студента с целью получения первичной информации о ходе усвоения отдельных элементов содержания дисциплины);
- промежуточный (оценивается уровень и качество подготовки по конкретным разделам дисциплины).

Результаты текущего и промежуточного контроля качества выполнения студентом запланированных видов деятельности по усвоению учебной дисциплины являются показателем того, как студент работал в течение семестра. Итоговый контроль проводится в форме промежуточной аттестации студента – экзамена.

Текущий контроль успеваемости предусматривает оценивание хода освоения дисциплин и прохождения практик, промежуточная аттестация обучающихся – оценивание результатов обучения по дисциплине, в том посредством испытания в форме экзамена.

Для оценки качества подготовки студента по дисциплине в целом составляется рейтинг – интегральная оценка результатов всех видов деятельности студента, осуществляемых в процессе ее изучения. Последняя представляется в балльном исчислении.

Защита практической работы производится студентом в день ее выполнения в соответствии с планом-графиком. Преподаватель проверяет правильность выполнения практической работы студентом, контролирует знание студентом пройденного материала с помощью контрольных вопросов или тестирования.

Проработка конспекта лекций и учебной литературы осуществляется студентами в течение всего семестра, после изучения новой темы. Дважды в семестр предусмотрена текущая аттестация в виде контрольных опросов и итоговая аттестация в виде экзамена. К экзамену допускаются студенты, выполнившие все виды текущей аттестации – практические и лабораторные работы, задание для самостоятельной работы и контрольные опросы.

Оценка компетентности осуществляется следующим образом: по окончании выполнения задания студенты оформляют отчет, который затем выносится на защиту. В процессе защиты выявляется информационная компетентность в соответствии с заданием на лабораторное занятие, затем преподавателем дается комплексная оценка деятельности студента.

Высокую оценку получают студенты, которые при подготовке материала для самостоятельной работы сумел самостоятельно составить логический план к теме и реализовать его, собрать достаточный фактический материал, показать связь рассматриваемой темы с современными проблемами науки и общества, со специальностью студента и каков авторский вклад в систематизацию, структурирование материала, в составлении заключения.