

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Колледж информационных технологий и креативных индустрий

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

МДК.03.01 Имиджевые рекламные фотопроекты

**ПМ 03 «Разработка и реализация проектов в области
фотографирования»**

программы подготовки специалистов среднего звена

54.02.08 Техника и искусство фотографии

Форма обучения: очная

Владивосток 2026

Рабочая программа МДК.03.01 Имиджевые рекламные фотопроекты разработана на основе федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 54.02.08 Техника и искусство фотографии, квалификация специалист в области фотографии, утвержденного приказом Минпросвещения России № 700 от 18.09.2023

Разработчик(и): *Марченко-Скрипка Н.А., преподаватель*

Рассмотрено и одобрено на заседании предметной цикловой комиссии

Протокол № 9 от « » 20.05. 2026 г.

Председатель ПЦК *Марченко-Скрипка* Марченко-Скрипка Н.А.

ПОДПИСЬ

СОДЕРЖАНИЕ

- 1 ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 2 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ
ДИСЦИПЛИНЫ**
- 3 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 4 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО КУРСА

2. 1.1. Цель и место междисциплинарного курса в структуре образовательной программы

Цель модуля: освоение вида деятельности «Разработка и реализация проектов в области фотографирования».

Профессиональный модуль включен в обязательную часть образовательной программы.

1.2. Планируемые результаты освоения междисциплинарного курса

Результаты освоения профессионального модуля соотносятся с планируемыми результатами освоения образовательной программы, представленными в матрице компетенций выпускника.

В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен¹:

1.1. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен освоить основной вид деятельности «Разработка и реализация проектов в области фотографирования (по выбору)» и соответствующие ему общие компетенции и профессиональные компетенции:

1.1.1. Перечень общих компетенций

Код	Наименование общих компетенций
ОК 01.	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
ОК 02.	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста
ОК 08	Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках

1.1.2. Перечень профессиональных компетенций

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
ВД 3	Разработка и реализация проектов в области фотографирования
ПК 3.1.	Планировать и организовывать процесс фотосъемки.
ПК 3.2	Разрабатывать визуальную идею, образ фотоизображения.
ПК 3.3	Применять различные технические и творческие средства для реализации фотопроектов.
ПК 3.4	Осуществлять отбор материала, контролировать художественный уровень реализации проектов.

1.1.3. В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

Владеть навыками	планирования и организации процесса фотосъемки.
	разработки визуальной идеи, образа фотоизображения.
	применения различных технических и творческих средств для реализации фотопроектов.
	осуществления отбора материала, контроля художественного уровня реализации проектов.
Уметь	определять состав рабочей группы, основное направление работы, планировать и организовывать внешние и внутренние уровни взаимодействия;
	работать с различными информационными ресурсами;
	формулировать тему, определять направление проектной работы, разрабатывать

¹ Берутся сведения, указанные по данному виду деятельности в п. 4.2.

	планы реализации;
	разрабатывать фотопроекты различных типологий (рекламные, имиджевые, художественные и т.д.);
	выбирать инструмент, оборудование, технологию, материалы, изобразительные средства в зависимости от задач;
	выполнять требования технического задания (брифа);
	выполнять фотосъемку в различных стилях и направлениях;
	проводить художественный анализ и оценку фотоизображений.
Знать	основы организации и управления фотопроектами;
	этапы подготовки для реализации фотопроекта;
	знание законодательства в сфере рекламы, искусства и культуры;
	современные рекламные и культурные проблемы и тренды в области фотографии;
	законы композиции и выразительные средства фотографии.
	разнообразные методы и приемы освещения для различных видов фотографии.
	технологии творческой обработки фотоизображений;
	принципы и критерии отбора фотоизображений для реализации проекта.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО КУРСА

2.1 Объем МДК и виды учебной работы

Наименование составных частей модуля	Объем в часах	В т.ч. в форме практ. подготовки
Учебные занятия	66	46
Курсовая работа (проект)	-	
Самостоятельная работа	40	
Практика, в т.ч.:		
Учебная		
производственная		
Промежуточная аттестация		
Всего	106	46

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем, акад. ч / в том числе в форме практической подготовки, акад. ч ²	Код ПК, ОК
1	2	3	4
Раздел I Имиджевые рекламные фотопроекты		106	
МДК. 03.01 Имиджевые рекламные фотопроекты		20/46/40	
Введение	Содержание	2	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03; ОК 04; ОК 05; ОК 08; ОК 09; ПК 3.1.; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4
	1. Современная рекламная фотография. Основные тренды и направления. Роли участников создания рекламного проекта. Обязанности заказчика, рекламного агентства, продакшн-студии, продюсера, стилиста и фотографа. Особенности работы в команде.		
	Самостоятельная работа Анализ современной рекламной фотокампании: определить целевую аудиторию, рекламную задачу, визуальную концепцию, стилистику, композиционные, световые и колористические решения; охарактеризовать роль фотографии в формировании образа бренда. Результат: аналитическая карта рекламной кампании с визуальными примерами.	2	
Тема 1.1. Имиджевый рекламный фотонатюрморт	Содержание	4	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03; ОК 04; ОК 05; ОК 08; ОК 09; ПК 3.1.; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4
	1. Имиджевый фотонатюрморт. Концепция, понятие и сущность. Подбор фотоаппаратуры и оборудования.		
	2. Формирование имиджа рекламируемого товара в фотонатюрморте. Творческие приёмы и решения.		
	3. Анализ композиционных, световых и колористических решений при фотосъемке имиджевого натюрморта.		
	4. Работа с заказчиком: утверждение ТЗ, работа с референсами и мудбордом, подготовка к съемке фотопроекта.		
	В том числе практических занятий и лабораторных работ		
	1. Лабораторное занятие №1. Фотосъемка имиджевого рекламного натюрморта (бытовая техника, профессиональное оборудование, компьютеры)	8	ПК 3.1.; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4
	2. Лабораторное занятие №2. Фотосъемка имиджевого рекламного		ПК 3.1.; ПК 3.2; ПК

² Объем часов на освоение конкретных тем распределяется образовательной организацией самостоятельно.

	натюрморта (посуда и предметы быта)		3.3; ПК 3.4
	3. Лабораторное занятие №3. Фотосъемка имиджевого рекламного натюрморта (напитки и продукты питания)		ПК 3.1.; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4
	4. Лабораторное занятие №4. Фотосъемка имиджевого рекламного натюрморта (парфюмерия и косметика)		ПК 3.1.; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4
	Самостоятельная работа Разработка концепции имиджевого рекламного натюрморта для выбранного товара: анализ бренда и целевой аудитории; подбор референсов; разработка moodboard; определение композиционного, цветового и светового решения; подбор реквизита, фона и оборудования. Результат: moodboard и краткая концепция предстоящей съемки.	6	
Тема 1.2. Композиционное и световое решение при съёмке фотомоделей	Содержание	4	
	1. Поиск композиционного, светового и колористического решения при создании рекламного образа.		ОК 01.; ОК 02.; ОК 03; ОК 04; ОК 05; ОК 08; ОК 09; ПК 3.1.; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4
	2. Анализ творческих методов в стилистическом решении рекламной фотосъёмки. Особенности подбора модели. Работа с эмоциями.		
	3. Статичные и динамичные композиции при имиджевой фотосъемке моделей. Различные позы фотомодели. Освещение.		
	В том числе практических занятий и лабораторных работ		
	1. Лабораторное занятие №5. Фотосъемка фоторекламы в стиле гламур	10	ПК 3.1.; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4
	2. Лабораторное занятие №6. Фотосъемка фоторекламы в неформальном стиле		ПК 3.1.; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4
	3. Лабораторное занятие №7. Фотосъемка фоторекламы в молодёжном стиле		ПК 3.1.; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4
	4. Лабораторное занятие №8. Фотосъемка фоторекламы в классическом стиле		ПК 3.1.; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4
	5. Лабораторное занятие №9. Создание динамичной композиции кадра за счёт диагональных линий при разномасштабном изображении фотомодели		ПК 3.1.; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4
	6. Лабораторное занятие №10. Влияние освещения модели и фона на композицию кадра (световые пятна, тени).		ПК 3.1.; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4
	7. Лабораторное занятие №11. Съёмка фотомодели в тёмном тональном исполнении		ПК 3.1.; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4
	8. Лабораторное занятие №12. Съёмка фотомодели в светлом тональном исполнении	6	ПК 3.1.; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4
	Самостоятельная работа Разработка светового и композиционного решения рекламного портрета: подобрать и проанализировать референсы; разработать не менее двух		

	вариантов световой схемы; определить характер композиции, ракурс, позу модели и взаимодействие модели с фоном. Результат: карта световых и композиционных решений.		
Тема 1.3. Образное решение при имиджевой съёмке фотомоделей	Содержание	2	
	1. Подбор команды для воплощения стилистического образа модели. Работа с визажистом, стилистом, ассистентом. Особенности подбора модели. Работа с эмоциями.		ОК 01.; ОК 02.; ОК 03; ОК 04; ОК 05; ОК 08; ОК 09; ПК 3.1.; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4
	2. Обзор этапов создания портретного образа фотомодели.		
	3. Анализ реалистичности режиссируемой ситуации. Выбор мизансцены, деталей, жеста, мимики.		
	В том числе практических занятий и лабораторных работ		
	1. Лабораторное занятие №13. Фотосъёмка женского образного портрета для имиджевой рекламы	6	ПК 3.1.; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4
	2. Лабораторное занятие №14. Фотосъёмка мужского образного портрета для имиджевой рекламы		ПК 3.1.; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4
	3. Лабораторное занятие №15. Фотосъёмка группового образного портрета для имиджевой рекламы		ПК 3.1.; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4
	4. Лабораторное занятие №16. Фотосъёмка авторского имиджевого образного портрета модели	6	ПК 3.1.; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4
	Самостоятельная работа Разработка рекламного образа фотомодели: определить задачу и целевую аудиторию; сформировать визуальную концепцию; подобрать модель, одежду, макияж, причёску, реквизит и локацию; разработать moodboard образа; определить мизансцену, характер позирования, жеста и эмоционального состояния модели. Результат: презентация концепции рекламного образа.		
Тема 1.4. Fashion-съёмка	Содержание	2	
	1. Создание рекламного образа в Fashion-фотографии. Основные виды съёмок для модных брендов. Кампейн, лукбук, имидж, каталог. Обзор российский и зарубежных мастеров.		ОК 01.; ОК 02.; ОК 03; ОК 04; ОК 05; ОК 08; ОК 09; ПК 3.1.; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4
	В том числе практических занятий и лабораторных работ		
	1. Лабораторное занятие №17. Организация и проведение фотосъёмки лукбука.	6	ПК 3.1.; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4
	2. Лабораторное занятие №18. Организация и проведение фотосъёмки кампейна.	5	ПК 3.1.; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4
	Самостоятельная работа Анализ визуального языка современной fashion-фотографии: выбрать одну актуальную рекламную кампанию или editorial-серию; определить ее жанр (campaign, lookbook, editorial и др.), визуальную концепцию, характер работы с моделью, одеждой, пространством, светом и цветом. На основе анализа		

	разработать собственную концепцию fashion-съемки. Результат: аналитическая презентация + moodboard собственной съемки.		
Тема 1.5. Beauty-съемка	Содержание	2	
	1. Особенности Beauty-съемки. Подход к свету и композиции. Основные техники, тенденции и авторский подход.		ОК 01.; ОК 02.; ОК 03; ОК 04; ОК 05; ОК 08; ОК 09; ПК 3.1.; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4
	В том числе практических занятий и лабораторных работ		
	1. Лабораторное занятие №19. Организация и проведение Beauty-съемки.	4	ПК 3.1.; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4
	Самостоятельная работа Разработка концепции beauty-съемки: исследовать визуальные решения современных beauty-кампаний; определить особенности передачи фактуры кожи, волос, косметического продукта; подобрать световую схему, крупность плана, цветовую палитру и требования к ретуши. Результат: beauty-board и техническая карта съемки.	4	
Тема 1.6. Социальная реклама	Содержание	2	
	1. Особенности фотосъемки социальной рекламы. Проблематика и образность. Визуализация социального посыла.		ОК 01.; ОК 02.; ОК 03; ОК 04; ОК 05; ОК 08; ОК 09; ПК 3.1.; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4
	В том числе практических занятий и лабораторных работ		
	1. Лабораторное занятие №20. Фотосъемка социальной рекламы	4	
	Самостоятельная работа Разработка концепции фотографической социальной рекламы: выбрать социальную проблему; определить целевую аудиторию и коммуникативную задачу; сформулировать основное сообщение; найти визуальную метафору; разработать эскиз одиночного рекламного изображения либо серии. Результат: концепт социальной рекламы с эскизом/раскадровкой и пояснительной запиской.	4	
Тема 1.7. Портфолио для фотографа	Содержание	1	
	1. Создание конкурентоспособного портфолио фотографа. Поиск клиентов. Авторский стиль.		ОК 01.; ОК 02.; ОК 03; ОК 04; ОК 05; ОК 08; ОК 09; ПК 3.1.; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4
	В том числе практических занятий и лабораторных работ		
	1. Лабораторное занятие №21. Подготовка личного портфолио.	4	ПК 3.1.; ПК 3.2; ПК

	Самостоятельная работа Аудит и проектирование профессионального портфолио: определить профессиональное позиционирование фотографа и целевого заказчика; провести отбор собственных работ; сформировать структуру и последовательность изображений; подготовить краткое профессиональное описание автора. Результат: макет портфолио и обоснование принципов отбора работ.	4	3.3; ПК 3.4
Тема 1.8. Продюсирование рекламных фотосъемок	Содержание		
	1. Развитие коммуникативных навыков. Организационный и подготовительный этап. Юридические аспекты. Особенности общения с заказчиком и моделью.	1	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03; ОК 04; ОК 05; ОК 08; ОК 09; ПК 3.1.; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4
	Самостоятельная работа Участие в подготовке и организации коммерческой фотосессии. Составление брифа, договоренность с участниками проекта и координация действий. Завершение проекта с оценкой качества полученного результата.	4	
	Самостоятельная работа Разработка пакета подготовки рекламной фотосъемки: проанализировать бриф; сформулировать задачу проекта; определить состав съемочной группы; подобрать локацию, оборудование и реквизит; разработать тайминг; определить организационные и правовые условия работы с заказчиком и моделью. Результат: production-план рекламной фотосъемки.	3	
Всего		106	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Для реализации программы профессионального модуля должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

Кабинет «Теории фотографии», оснащенный в соответствии с п. 6.1.2.1. образовательной программы по специальности 54.02.08 Техника и искусство фотографии.

Лаборатории «Рекламной фотографии», «Проектной деятельности» и «Компьютерной обработки фотоизображений», оснащенные в соответствии с п. 6.1.2.3 образовательной программы по специальности.

Мастерские «Фотопавильон с фотолабораторией», оснащенные в соответствии с п. 6.1.2.4 образовательной программы по данной специальности.

Оснащенные базы практики, в соответствии с п. 6.1.2.5 образовательной программы по данной специальности.

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы для использования в образовательном процессе. При формировании библиотечного фонда образовательной организации выбирается не менее одного издания из перечисленных ниже печатных и (или) электронных изданий в качестве основного, при этом список может быть дополнен другими изданиями.

3.2.1. Основные печатные и электронные издания

1. Беленький, А. И. Цифровая фотография. Школа мастерства : практическое руководство / А. И. Беленький. - 2-е изд. - Санкт-Петербург : Питер, 2012. - 136 с. - ISBN 978-5-4237-0026-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1815883>

2. Журов, Г. И. Основы современной цифровой фотографии : учебное пособие для СПО / Г. И. Журов, В. И. Сединин, Е. М. Погребняк. — Саратов : Профобразование, 2021. — 219 с. — ISBN 978-5-4488-1190-6. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROобразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/106630>

3. Куркова, Н. С. Аудиовизуальные технологии в рекламе : учебное пособие для вузов / Н. С. Куркова. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 127 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14857-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/497186>

4. Нуркова, В. В. Психология фотографии. Культурно-исторический анализ : монография / В. В. Нуркова. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 473 с. — (Актуальные монографии). — ISBN 978-5-534-12307-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/448204>

3.2.2. Дополнительные источники

1. Деникин А.А. Цифровая фотография и современное искусство / А.А.Деникин ; — М.: Нестор-История, 2016 г. — 224 с. — ISBN: 978-5-4469-0842-4

2. Картье-Брессон Анри Воображаемая реальность / Анри Картье-Брессон; ред. Глазанова А., Левенталь В., Троицкий А. ; —СПб.: Лимбус-Пресс, 2017г. —128 с— ISBN: 978-5-8370-0515-2

3. Клэр Розен Имаджинариум, или Что стоит за кадром. /Розен Клер ; — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2022 г. — 264 с. — ISBN 978-5-00117-268-0

4. Коттон Шарлотта Фотография как современное искусство / пер. А. Глебовская, ред. Е. Васильева ; — М.: Ад Маргинем, 2020 г. — 288 с. — ISBN 978-5-91103-518-1

5. Крылов, А. П. Фотомонтаж. Пособие для фотохудожников: Учебное пособие / Крылов А. П. - М.: КУРС, НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 80 с. - ISBN 978-5-905554-05-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/791374>

6. Лапин, А.И. Фотография как... / А. И. Лапин. - 6 изд., испр. - Москва : Treemedia, 2021. - 305 с. : - ISBN 978-952-68506-9-6
7. Мортенсен У. Модель. Проблемы позирования. Второе издание. / Уильям Мортенсен ; пер. Ю.Борщев ; — М.: Тримедиа Контент.Treemedia, 2021 г. — 244 с. — ISBN 978-5-903788-18-7
8. Найт, Крис Драматический портрет. Искусство света и тени / Крис Найт ; пер. с англ: Ю. Змеевой, Редактор: А. Исаенков, Л. Туманова ; — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2019 г. — 240 с — ISBN 978-5-00146-319-1
9. Петерсон, Шелленберг В поисках цвета. Как научиться понимать цвет и использовать его в фотографии // Петерсон Брайан, Шелленберг Сюзанна Хайде ; пер. с англ. А. Агапова ; ред. Л. Туманова ; — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2022 г. —144 с. — ISBN: 978-5-00117-718-0
10. Плотников, И. Предметная фотография в рекламе. Схемы света // И. Плотников, М. Плотников, А. Лерой; ред. К. Андреева; — М.: Студия Артемия Лебедева, 2017 г. — 286 с. — ISBN 978-5-98062-087-5
11. Фриман Майкл. Взгляд фотографа. Как научиться разбираться в фотоискусстве, понимать и ценить хорошие фотографии / Фриман Майкл; — М.: Добрая книга, 2019 г. —192 с. — ISBN: 978-5-98124-571-8
12. Хэкинг Джульет Фотография. Всемирная история./ Под ред. Д. Хэкинг. - Пер. с англ. Карризи Джулия — М.: ООО "Магма", 2017 г. — 576 с. — ISBN 978-5-93428-121-3
13. Журнал о мировой фотографии и профессиональное фотографическое сообщество. — Текст : электронный // Photographer.Ru : [сайт]. — URL: <https://www.photographer.ru/>
14. Новостной портал в области цифровой фототехники и фотографии. — Текст : электронный // Takefoto.ru : [сайт]. — URL: <https://www.takefoto.ru/>
- 15.Онлайн-ресурс о фотографии , фото- и видео- технике. — Текст : электронный // Prophotos.ru : [сайт]. — URL: <https://prophotos.ru/>

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код и наименование профессиональных и общих компетенций, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
ПК 3.1 Планировать и организовывать процесс фотосъемки.	Обучающийся: - демонстрирует умение планировать и организовывать съемочный процесс; - принимает самостоятельные решения; - демонстрирует обоснованность направления работы	– оценка знаний во время проведения текущего контроля аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы; – оценка результатов выполнения лабораторных работ; – оценка результатов тестирования по разделам и темам профессионального модуля; – оценка отчетов по учебной и производственной практике.
ПК 3.2 Разрабатывать визуальную идею, образ фотоизображения.	Обучающийся: - Разрабатывает визуальную идею и образ фотоизображения	– оценка знаний во время проведения текущего контроля аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы; – оценка результатов выполнения лабораторных работ; – оценка результатов тестирования по разделам и темам профессионального модуля; – оценка отчетов по учебной и производственной практике.
ПК 3.3 Применять различные технические и творческие средства для реализации фотопроектов	Обучающийся: - свободно ориентируется и применяет различные технические и творческие средства создания фотоизображений; - демонстрирует обоснованность выбора технологии исполнения; - обоснованность выбора оборудования, программного обеспечения и иных средств для создания фотоизображений - Фотоизображения отличаются оригинальностью, новизной, практической ценностью.	– оценка знаний во время проведения текущего контроля аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы; – оценка результатов выполнения лабораторных работ; – оценка результатов тестирования по разделам и темам профессионального модуля; – оценка отчетов по учебной и производственной практике.
ПК 3.4 Осуществлять отбор материала,	Обучающийся: - осуществляет отбор материала;	– оценка знаний во время проведения текущего

контролировать художественный уровень реализации проектов	- контролирует уровень реализации и техническое качество фотоизображения (соответствие требованиям по размеру, материалам, технике исполнения, использованным выразительным и художественным средствам).	контроля аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы; – оценка результатов выполнения лабораторных работ; – оценка результатов тестирования по разделам и темам профессионального модуля; – оценка отчетов по учебной и производственной практике.
ОК 01 Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	Обучающийся: - распознает задачу; - самостоятельно выбирает способ ее решения; - определяет обоснованность постановки цели; - выбирает и применяет методы и способы решения профессиональных задач; - адекватно оценивает эффективность и качество выполнения профессиональных задач.	Экспертное наблюдение за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы, на практических и теоретических занятиях
ОК 02 Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	Обучающийся: - использует различные источники, в том числе электронные ресурсы, медиаресурсы, Интернет-ресурсы, периодические издания.	Экспертное наблюдение за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы, на практических и теоретических занятиях
ОК 03 Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	Обучающийся: - демонстрирует ответственность за принятые решения - анализирует и корректирует результаты собственной работы; - использует знания по финансовой грамотности в профессиональной деятельности.	Экспертное наблюдение за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы, на практических и теоретических занятиях
ОК 04 Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	Обучающийся: - осуществляет конструктивное и эффективное взаимодействие с обучающимися, преподавателями	Экспертное наблюдение за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы,

	и мастерами в ходе обучения, с руководителями учебной и производственной практик; - показывает обоснованность анализа работы членов команды (подчиненных).	на практических и теоретических занятиях
ОК 05 Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	Обучающийся: - демонстрирует грамотную устную и письменную речь; - ясность формулирования и изложения мыслей.	Экспертное наблюдение за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы, на практических и теоретических занятиях
ОК 08 Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности	Обучающийся: - эффективно использует средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддерживает необходимый уровень физической подготовленности.	Экспертное наблюдение за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы, на практических и теоретических занятиях
ОК 09 Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	Обучающийся: - эффективно использует в профессиональной деятельности необходимую техническую документацию, в том числе на английском языке.	Экспертное наблюдение за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы, на практических и теоретических занятиях

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Колледж информационных и креативных технологий

КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА
для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации
по учебной дисциплине

МДК 03.01 Имиджевые рекламные фотопроекты

программы подготовки специалистов среднего звена
54.02.08 Техника и искусство фотографии

Форма обучения: очная

Владивосток 2026

Контрольно-оценочные средства для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по учебной дисциплине *МДК 03.01 «Имиджевые рекламные фотопроекты»* разработана на основе федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 54.02.08 Техника и искусство фотографии, квалификация специалист в области фотографии, утвержденного приказом Минпросвещения России № 700 от 18.09.2023

Разработчик(и): *Марченко-Скрипка Н.А, преподаватель*

Рассмотрено и одобрено на заседании предметной цикловой комиссии

Протокол № 9 от « » 20.05. 2026 г.

Председатель ПЦК *Марченко-Скрипка* Марченко-Скрипка Н.А

ПОДПИСЬ

1 Общие сведения

Контрольно-оценочные средства предназначены для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по МДК.03.01 «Имиджевые рекламные фотопроекты», входящему в состав профессионального модуля ПМ.03 «Разработка и реализация проектов в области фотографирования» по специальности среднего профессионального образования 54.02.08 «Техника и искусство фотографии».

Контрольно-оценочные средства позволяют оценить уровень достижения планируемых результатов обучения, сформированность знаний и умений, необходимых для освоения профессиональных компетенций ПК 3.1–ПК 3.4, а также соответствующих общих компетенций ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 08, ОК 09, предусмотренных рабочей программой МДК.

Текущий контроль осуществляется в процессе освоения теоретического материала, выполнения самостоятельной работы, лабораторных и практических заданий, разработки концепций рекламных фотосъёмок, выполнения и анализа фотографических работ.

Промежуточная аттестация проводится в форме, установленной учебным планом образовательной программы.

2 Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие результаты освоения образовательной программы

Код ОК, ПК	Код результата обучения	Наименование результата обучения
ОК 01, ОК 02; ПК 3.1, ПК 3.2	31	Знать особенности современной рекламной фотографии, основные виды, жанры и направления рекламной фотосъёмки
ОК 01, ОК 02; ПК 3.1, ПК 3.2	32	Знать этапы подготовки и организации имиджевого рекламного фотопроекта, принципы работы с техническим заданием, брифом, референсами и moodboard
ОК 01; ПК 3.2, ПК 3.3	33	Знать законы композиции и принципы построения рекламного фотографического изображения
ОК 01; ПК 3.2, ПК 3.3	34	Знать методы и приёмы освещения при выполнении различных видов рекламной фотосъёмки
ОК 01, ОК 02; ПК 3.2, ПК 3.3	35	Знать принципы цветового, тонального и стилистического решения рекламного фотографического изображения
ОК 01; ПК 3.1, ПК 3.3	36	Знать особенности выбора фотооборудования, оптики, светотехники, фонов и вспомогательного оборудования в зависимости от задач рекламной фотосъёмки
ОК 04, ОК 05; ПК 3.1, ПК 3.2	37	Знать особенности организации работы с фотомоделью и членами творческой группы при создании рекламного фотографического образа
ОК 01, ОК 02; ПК 3.2, ПК 3.3	38	Знать художественные, технические и организационные особенности fashion- и beauty-фотографии
ОК 01, ОК 02, ОК 05; ПК 3.2	39	Знать принципы создания фотографической социальной рекламы, способы формирования визуального сообщения и работы с целевой аудиторией
ОК 03, ОК 05; ПК 3.4	310	Знать принципы формирования, отбора, структурирования и презентации профессионального портфолио фотографа
ОК 03, ОК 04, ОК 05; ПК 3.1	311	Знать основы организации и продюсирования рекламных фотосъёмок, взаимодействия с заказчиком и участниками съёмочного процесса
ОК 01, ОК 02; ПК 3.4	312	Знать принципы и критерии художественного и технического отбора рекламных фотоизображений
ОК 01, ОК 02; ПК 3.1, ПК 3.2	У1	Уметь анализировать техническое задание и бриф, определять цель, задачи и целевую аудиторию рекламного фотопроекта
ОК 01, ОК 02; ПК 3.2	У2	Уметь разрабатывать визуальную концепцию рекламной фотосъёмки, осуществлять подбор референсов и создавать moodboard

Код ОК, ПК	Код результата обучения	Наименование результата обучения
ОК 01; ПК 3.2, ПК 3.3	У3	Уметь разрабатывать композиционное, световое, цветовое и тональное решение рекламного изображения
ОК 01; ПК 3.1, ПК 3.3	У4	Уметь выбирать фотооборудование, оптику, светотехнику, фон, реквизит и иные технические средства в соответствии с задачами съёмки
ОК 01; ПК 3.3	У5	Уметь выполнять имиджевую рекламную предметную фотосъёмку различных объектов и материалов
ОК 04, ОК 05; ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3	У6	Уметь организовывать работу с фотомodelью, управлять позой, жестом, мимикой, эмоциональным состоянием и взаимодействием модели с пространством кадра
ОК 01, ОК 04; ПК 3.2, ПК 3.3	У7	Уметь создавать индивидуальный и групповой рекламный образный портрет
ОК 01, ОК 04; ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3	У8	Уметь планировать и выполнять fashion- и beauty-фотосъёмку с учётом художественной концепции и задач проекта
ОК 01, ОК 02, ОК 05; ПК 3.2, ПК 3.3	У9	Уметь разрабатывать и реализовывать визуальную концепцию фотографической социальной рекламы
ОК 01; ПК 3.4	У10	Уметь проводить художественный и технический анализ рекламных фотографий, осуществлять отбор материала и формировать итоговую серию
ОК 03; ПК 3.4	У11	Уметь формировать и презентовать профессиональное портфолио в соответствии с выбранным профессиональным позиционированием
ОК 03, ОК 04, ОК 05; ПК 3.1	У12	Уметь планировать и организовывать рекламную фотосъёмку: определять состав команды, оборудование, локацию, реквизит, сроки и последовательность выполнения работ

3 Соответствие оценочных средств контролируемым результатам обучения

3.1 Средства, применяемые для оценки уровня теоретической подготовки

Краткое наименование раздела / темы	Код результата обучения	Показатель овладения результатами обучения	Показатель овладения результатами обучения	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
Введение. Современная рекламная фотография	31	Способность характеризовать современную рекламную фотографию, различать основные виды, жанры и направления рекламной фотосъёмки, объяснять роль фотографии в формировании визуального образа бренда	Устный опрос (п. 5.1, вопросы 1–4)	Вопросы к промежуточной аттестации (п. 6.1)
СРС по введению. Анализ современной рекламной фотокампании	У1	Способность анализировать рекламную фотокампанию, определять её цель, целевую аудиторию, визуальную концепцию и основные средства воздействия	Аналитическое задание №1 (п. 5.6)	Практико-аналитическое задание (п. 6.1)
Тема 1.1. Имиджевый рекламный фотонатюрморт	32	Способность описывать этапы подготовки рекламной предметной съёмки, объяснять назначение технического	Устный опрос (п. 5.1, вопросы 5–8)	Вопросы к промежуточной аттестации (п. 6.1)

Краткое наименование раздела / темы	Код результата обучения	Показатель овладения результатами обучения	Показатель овладения результатами обучения	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
		задания, брифа, референсов и moodboard		
	33	Способность объяснять принципы композиционного построения рекламного натюрморта и выбирать композиционные приёмы в соответствии с рекламной задачей	Устный опрос (п. 5.1, вопросы 9–11)	Вопросы к промежуточной аттестации (п. 6.1)
	34	Способность характеризовать и сравнивать методы освещения различных объектов предметной рекламной съёмки	Устный опрос (п. 5.1, вопросы 12–14)	Вопросы к промежуточной аттестации (п. 6.1)
	35	Способность объяснять влияние цвета и тональности на восприятие рекламного изображения	Устный опрос (п. 5.1, вопросы 15–16)	Вопросы к промежуточной аттестации (п. 6.1)
	36	Способность обосновывать выбор фотооборудования, оптики, светотехники, фонов и вспомогательных средств в зависимости от свойств снимаемого объекта	Устный опрос (п. 5.1, вопросы 17–19)	Практико-аналитическое задание (п. 6.1)
СРС по теме 1.1. Разработка концепции имиджевого рекламного натюрморта	У1, У2	Способность анализировать задачу и целевую аудиторию, подбирать визуальные референсы и разрабатывать концепцию рекламной предметной съёмки	Творческое проектное задание №1: концепция и moodboard (п. 5.7)	Практическое задание (п. 6.1)
Тема 1.2. Композиционное и световое решение при съёмке фотомоделей	33	Способность объяснять и применять при анализе закономерности композиционного построения изображения человека в рекламной фотографии	Устный опрос (п. 5.1, вопросы 20–22)	Вопросы к промежуточной аттестации (п. 6.1)
	34	Способность различать, сравнивать и объяснять схемы освещения фото модели и фона, характер и направление света	Устный опрос (п. 5.1, вопросы 23–26)	Вопросы к промежуточной аттестации (п. 6.1)
	35	Способность анализировать светлое и тёмное тональное решение, цветовые сочетания и их влияние на рекламный образ	Устный опрос (п. 5.1, вопросы 27–29)	Практико-аналитическое задание (п. 6.1)
	37	Способность характеризовать принципы взаимодействия фотографа с фото моделью и творческой группой	Устный опрос (п. 5.1, вопросы 30–32)	Вопросы к промежуточной аттестации (п. 6.1)

Краткое наименование раздела / темы	Код результата обучения	Показатель овладения результатами обучения	Показатель овладения результатами обучения	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
СРС по теме 1.2. Разработка светового и композиционного решения рекламного портрета	У3	Способность разрабатывать и обосновывать композиционное, световое, цветовое и тональное решение рекламного изображения	Проектно-аналитическое задание №2: карта световых и композиционных решений (п. 5.8)	Практическое задание (п. 6.1)
Тема 1.3. Образное решение при имиджевой съёмке фотомоделей	37	Способность объяснять принципы формирования рекламного образа, работы с моделью и членами творческой группы	Устный опрос (п. 5.1, вопросы 33–35)	Вопросы к промежуточной аттестации (п. 6.1)
	33, 35	Способность анализировать взаимосвязь композиции, цвета, тональности, мизансцены, позы, жеста и мимики при создании рекламного образа	Анализ рекламного изображения №1 (п. 5.9)	Практико-аналитическое задание (п. 6.1)
СРС по теме 1.3. Разработка рекламного образа фото модели	У2, У6	Способность создавать целостную концепцию рекламного образа, подбирать модель, костюм, макияж, реквизит и локацию, планировать характер позирования и эмоциональное решение	Творческое проектное задание №2 (п. 5.10)	Практическое задание (п. 6.1)
Тема 1.4. Fashion-съёмка	38	Способность характеризовать и различать основные формы fashion-фотографии, особенности campaign, editorial и lookbook, объяснять принципы организации fashion-съёмки	Устный опрос (п. 5.1, вопросы 36–40)	Вопросы к промежуточной аттестации (п. 6.1)
СРС по теме 1.4. Анализ современной fashion-фотографии и разработка собственной концепции	У2, У8	Способность анализировать визуальный язык fashion-фотографии и разрабатывать концепцию собственной fashion-съёмки в соответствии с поставленной задачей	Аналитическое задание №2 + moodboard (п. 5.11)	Практическое задание (п. 6.1)
Тема 1.5. Beauty-съёмка	38	Способность объяснять художественные и технические особенности beauty-фотографии, принципы работы со светом, крупностью плана, фактурой кожи, волос и косметического продукта	Устный опрос (п. 5.1, вопросы 41–44)	Вопросы к промежуточной аттестации (п. 6.1)
	34, 36	Способность обосновывать выбор световой схемы, оптики и оборудования для решения задач beauty-съёмки	Ситуационное задание №1 (п. 5.12)	Практико-аналитическое задание (п. 6.1)
СРС по теме 1.5. Разработка концепции beauty-	У2, У3, У4	Способность разрабатывать визуальную концепцию beauty-съёмки,	Творческое проектное задание №3:	Практическое задание (п. 6.1)

Краткое наименование раздела / темы	Код результата обучения	Показатель овладения результатами обучения	Показатель овладения результатами обучения	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
съёмки		проектировать световое и цветовое решение и выбирать необходимые технические средства	beauty-board и техническая карта (п. 5.13)	
Тема 1.6. Социальная реклама	39	Способность объяснять цели и особенности социальной рекламы, определять целевую аудиторию и характеризовать способы формирования визуального сообщения	Устный опрос (п. 5.1, вопросы 45–48)	Вопросы к промежуточной аттестации (п. 6.1)
	33, 35	Способность анализировать композиционные, цветовые, образные и метафорические средства воздействия в социальной рекламе	Анализ рекламного изображения №2 (п. 5.14)	Практико-аналитическое задание (п. 6.1)
СРС по теме 1.6. Разработка концепции фотографической социальной рекламы	У1, У2, У9	Способность выявлять социальную проблему, определять аудиторию и коммуникативную задачу, формулировать сообщение и создавать визуальную метафору	Творческое проектное задание №4 (п. 5.15)	Практическое задание (п. 6.1)
Тема 1.7. Портфолио фотографа	310	Способность формулировать принципы отбора, структурирования и презентации профессионального портфолио, объяснять зависимость его содержания от профессионального позиционирования	Устный опрос (п. 5.1, вопросы 49–52)	Вопросы к промежуточной аттестации (п. 6.1)
	312	Способность формулировать и применять критерии художественного и технического отбора рекламных фотографий	Анализ портфолио (п. 5.16)	Практико-аналитическое задание (п. 6.1)
СРС по теме 1.7. Аудит и проектирование профессионального портфолио	У10, У11	Способность анализировать и отбирать собственные работы, выстраивать последовательность изображений и формировать профессиональное портфолио под выбранную аудиторию	Проектное задание №1: макет портфолио (п. 5.17)	Практическое задание (п. 6.1)
Тема 1.8. Продюсирование рекламных фотосъёмок	311	Способность характеризовать этапы организации и продюсирования рекламной фотосъёмки, функции участников команды и принципы взаимодействия с заказчиком	Устный опрос (п. 5.1, вопросы 53–56)	Вопросы к промежуточной аттестации (п. 6.1)
	32	Способность объяснять	Ситуационное	Практико-аналитическое

Краткое наименование раздела / темы	Код результата обучения	Показатель овладения результатами обучения	Показатель овладения результатами обучения	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
		назначение брифа и технического задания, определять последовательность подготовки рекламного фотопроекта	задание №2 (п. 5.18)	задание (п. 6.1)
СРС по теме 1.8. Разработка production-плана рекламной фотосъёмки	У1, У12	Способность анализировать бриф и планировать рекламную фотосъёмку: определять состав команды, оборудование, локацию, реквизит, сроки и последовательность выполнения работ	Проектное задание №2: production-план (п. 5.19)	Практическое задание (п. 6.1)

² - для формулировки показателей использовать положения Таксономии Блума.

³ - Однотипные оценочные средства нумеруются, н-р: «Тест №2», «Контрольная работа №4».

⁴ - Примеры всех оценочных средств должны быть представлены в разделах 5,6.

⁵ - В скобках следует указать пункт разделов 5.6, в котором оно представлено.

3.2 Средства, применяемые для оценки уровня практической подготовки

Практическое / лабораторное занятие	Код результата обучения	Показатель овладения результатом обучения	Оценочное средство
Лабораторная работа №1. Фотосъёмка имиджевого рекламного натюрморта: бытовая техника, профессиональное оборудование, компьютеры	У3, У4, У5	Способность разработать композиционное и световое решение предметной съёмки, обоснованно выбрать оборудование и выполнить рекламную фотосъёмку технического объекта с передачей его формы, объёма, материала и функциональных особенностей	Практическое задание №1 (п. 5.20)
Лабораторная работа №2. Фотосъёмка посуды и предметов быта	У3, У4, У5	Способность подобрать и применить композиционные и световые приёмы с учётом формы, материала и отражающих свойств объекта; получить технически и художественно целостное рекламное изображение	Практическое задание №2 (п. 5.21)
Лабораторная работа №3. Фотосъёмка напитков и продуктов питания	У2, У3, У4, У5	Способность разработать визуальную концепцию предметной съёмки, организовать композицию и освещение и создать рекламное изображение, обеспечивающее визуальную привлекательность продукта	Практическое задание №3 (п. 5.22)
Лабораторная работа №4. Фотосъёмка парфюмерии и косметики	У2, У3, У4, У5	Способность создать рекламный образ продукта, выбрать фон, реквизит, световое и цветовое решение с учётом прозрачных, глянцевых и отражающих поверхностей	Практическое задание №4 (п. 5.23)
Лабораторная работа №5. Реклама в стиле glamour	У2, У3, У6	Способность разработать и реализовать стилистически целостный рекламный образ модели, управляя светом, композицией, позой, пластикой и эмоциональным состоянием	Практическое задание №5 (п. 5.24)
Лабораторная работа №6.	У2, У3, У6	Способность интерпретировать заданную	Практическое

Практическое / лабораторное занятие	Код результата обучения	Показатель овладения результатом обучения	Оценочное средство
Неформальный стиль		стилистику и реализовать её средствами композиции, света, локации, позирования и визуального образа модели	задание №6 (п. 5.25)
Лабораторная работа №7. Молодёжный стиль	У2, У3, У6	Способность разработать визуальное решение рекламного образа с учётом предполагаемой целевой аудитории и реализовать его в фотосъёмке	Практическое задание №7 (п. 5.26)
Лабораторная работа №8. Классический стиль	У2, У3, У6	Способность создать рекламный образ в классической стилистике, обеспечив согласованность композиции, света, позы, костюма и фона	Практическое задание №8 (п. 5.27)
Лабораторная работа №9. Динамическая композиция	У3, У6	Способность организовать динамическую композицию с использованием направления движения, позы, жеста, диагоналей и визуального ритма	Практическое задание №9 (п. 5.28)
Лабораторная работа №10. Влияние освещения модели и фона на визуальное восприятие образа	У3, У4, У6	Способность проектировать, изменять и сравнивать варианты освещения модели и фона и оценивать их влияние на восприятие рекламного образа	Практическое задание №10 (п. 5.29)
Лабораторная работа №11. Съёмка в тёмной тональности	У3, У4, У6	Способность создать низкотональное рекламное изображение, сохранив читаемость формы, фактуры и смысловых акцентов	Практическое задание №11 (п. 5.30)
Лабораторная работа №12. Съёмка в светлой тональности	У3, У4, У6	Способность создать высокотональное рекламное изображение с контролируемым световым рисунком, контрастом и передачей фактуры	Практическое задание №12 (п. 5.31)
Лабораторная работа №13. Женский рекламный образный портрет	У2, У3, У6, У7	Способность разработать и реализовать женский рекламный образ, согласовав модель, костюм, макияж, позирование, свет, фон и композицию	Практическое задание №13 (п. 5.32)
Лабораторная работа №14. Мужской рекламный образный портрет	У2, У3, У6, У7	Способность разработать и реализовать мужской рекламный образ в соответствии с поставленной коммуникационной и художественной задачей	Практическое задание №14 (п. 5.33)
Лабораторная работа №15. Групповой образный портрет	У3, У6, У7	Способность организовать взаимодействие нескольких моделей в кадре, выстроить мизансцену и обеспечить композиционное и стилистическое единство изображения	Практическое задание №15 (п. 5.34)
Лабораторная работа №16. Авторский имиджевый портрет	У2, У3, У6, У7	Способность разработать самостоятельную художественную концепцию имиджевого портрета и реализовать её средствами рекламной фотографии	Практическое задание №16 (п. 5.35)
Лабораторная работа №17. Организация и проведение съёмки lookbook	У1, У2, У4, У6, У8	Способность спланировать и провести lookbook-съёмку, обеспечить последовательную демонстрацию одежды/образов, техническое качество и визуальное единство серии	Практическое задание №17 (п. 5.36)
Лабораторная работа №18. Организация и проведение съёмки campaign	У1, У2, У3, У6, У8	Способность разработать и реализовать концепцию fashion-campaign с учётом рекламной задачи, бренда, аудитории и стилистики проекта	Практическое задание №18 (п. 5.37)
Лабораторная работа №19. Организация и проведение Beauty-съёмки	У2, У3, У4, У6, У8	Способность организовать и выполнить beauty-съёмку, обеспечив корректную передачу кожи, макияжа, волос и продукта,	Практическое задание №19 (п. 5.38)

Практическое / лабораторное занятие	Код результата обучения	Показатель овладения результатом обучения	Оценочное средство
		соответствующее световое и композиционное решение	
Лабораторная работа №20. Фотосъёмка социальной рекламы	У1, У2, У3, У9	Способность преобразовать социальную проблему и коммуникативную задачу в визуальный образ, создать и реализовать выразительную фотографическую метафору	Практическое задание №20 (п. 5.39)
Лабораторная работа №21. Подготовка личного портфолио	У10, У11	Способность оценить и отобрать собственные работы по художественным и техническим критериям, сформировать последовательность и представить целостное профессиональное портфолио	Практическое задание №21 (п. 5.40)

4 Описание процедуры оценивания

Оценивание результатов освоения МДК.03.01 «Имиджевые рекламные фотопроекты» осуществляется в процессе текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

Текущий контроль направлен на систематическую проверку уровня освоения обучающимися теоретических знаний и практических умений, предусмотренных рабочей программой МДК, а также на оценку способности применять полученные знания при решении профессиональных и творческих задач в области рекламной фотографии.

Для проведения текущего контроля используются:

- устный опрос;
- анализ произведений рекламной фотографии и рекламных кампаний;
- ситуационные и аналитические задания;
- творческие и проектные задания;
- задания самостоятельной работы;
- выполнение и защита лабораторных работ;
- разработка moodboard, визуальных концепций, световых схем и технических карт;
- разработка концепций рекламных фотосъёмок;
- формирование и презентация профессионального портфолио;
- разработка production-плана рекламной фотосъёмки.

4.1 Оценивание теоретической подготовки

Оценка уровня теоретической подготовки осуществляется в ходе устного опроса, выполнения аналитических и ситуационных заданий, анализа рекламных изображений и результатов самостоятельной работы.

При оценивании устного ответа учитываются:

- полнота и правильность раскрытия содержания вопроса;
- понимание основных понятий и принципов рекламной фотографии;
- корректность использования профессиональной терминологии;
- понимание взаимосвязи рекламной задачи и визуального решения;
- способность анализировать композиционное, световое, цветовое и образное решение фотографии;
- способность приводить и анализировать профессиональные примеры;
- логичность и аргументированность ответа;
- самостоятельность суждений.

Оценка «отлично» выставляется, если обучающийся полно и последовательно раскрывает содержание вопроса, свободно использует профессиональную терминологию, устанавливает взаимосвязи между теоретическими положениями и практикой рекламной фотографии, приводит и анализирует профессиональные примеры, аргументирует выводы.

Оценка «хорошо» выставляется, если содержание вопроса раскрыто в основном правильно и полно, обучающийся владеет профессиональной терминологией и способен применять знания при анализе рекламной фотографии, однако допускает отдельные неточности, не влияющие существенно на правильность ответа.

Оценка «удовлетворительно» выставляется, если обучающийся демонстрирует общее понимание содержания вопроса, но ответ является неполным, профессиональная терминология используется недостаточно уверенно, анализ носит преимущественно описательный характер.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется, если обучающийся не раскрывает содержание вопроса, допускает существенные ошибки, не владеет основными понятиями и не способен применить теоретические знания при анализе рекламного изображения.

4.2 Оценивание самостоятельной работы

Самостоятельная работа оценивается по представленному обучающимся результату: аналитической карте, moodboard, концепции фотосъёмки, карте световых решений, beauty-board, концепции социальной рекламы, макету портфолио, production-плану или иной форме, предусмотренной заданием.

Основными критериями являются:

соответствие заданию — полнота выполнения поставленной задачи;

качество исследования — обоснованность выбора референсов и используемой визуальной информации;

концептуальность — наличие сформулированной идеи и соответствие визуальных решений поставленной задаче;

профессиональная обоснованность — способность объяснить выбор композиции, света, цвета, оборудования, модели, реквизита, локации и других элементов проекта;

самостоятельность — способность принимать и аргументировать собственные профессиональные решения;

качество представления результата — структурированность, визуальная целостность и профессиональный уровень оформления работы.

4.3 Оценивание лабораторных работ

Лабораторные работы выполняются индивидуально либо в составе съёмочной группы в зависимости от характера задания.

При групповой организации съёмочного процесса оценка выставляется **индивидуально каждому обучающемуся** с учётом выполняемой им профессиональной функции и личного вклада в подготовку и реализацию фотосъёмки.

Перед выполнением лабораторной работы обучающийся знакомится с заданием, определяет художественную и техническую задачу, подготавливает необходимое оборудование и материалы.

В ходе выполнения работы оцениваются:

- организация съёмочного процесса;
- соответствие результата техническому и творческому заданию;
- обоснованность выбранного визуального решения;
- композиционное построение изображения;
- работа со светом и цветом;
- выбор и использование оборудования;
- техническое качество изображения;
- работа с объектом или фотомodelью;
- художественная выразительность;
- самостоятельность профессиональных решений.

По завершении лабораторной работы обучающийся осуществляет **отбор полученного материала и представляет итоговые изображения на просмотр и защиту**.

В процессе защиты обучающийся должен кратко сформулировать поставленную задачу, объяснить выбранное композиционное, световое и стилистическое решение,

охарактеризовать использованные технические средства и аргументировать отбор итоговых изображений.

Критерии оценки лабораторной работы

«Отлично» — работа выполнена полностью и самостоятельно; рекламная задача решена; художественное, композиционное и техническое решения обоснованы и последовательно реализованы; итоговые изображения имеют высокий уровень технического и визуального качества; обучающийся способен профессионально аргументировать принятые решения.

«Хорошо» — работа выполнена полностью, поставленная задача решена, однако имеются отдельные композиционные, световые, технические или стилистические недостатки, существенно не снижающие общего качества результата.

«Удовлетворительно» — основная задача выполнена, однако результат содержит заметные технические или художественные недостатки; визуальная концепция реализована непоследовательно; обучающийся испытывает затруднения при обосновании отдельных профессиональных решений.

«Неудовлетворительно» — работа не выполнена либо результат не соответствует поставленной задаче; допущены существенные технические и художественные ошибки; обучающийся не демонстрирует требуемых практических умений.

4.4 Оценивание творческих и проектных заданий

При оценивании концепции рекламной фотосъёмки, moodboard, рекламного образа, fashion- или beauty-концепции, социальной рекламы, портфолио и production-плана учитываются:

- соответствие поставленной профессиональной задаче;
- понимание целевой аудитории;
- оригинальность и обоснованность концепции;
- качество визуального исследования и подбора референсов;
- целостность художественного решения;
- реализуемость предложенной концепции;
- профессиональная аргументация решений;
- качество визуальной презентации.

Наличие оригинальной идеи само по себе не является достаточным основанием для высокой оценки: предложенная концепция должна соответствовать рекламной задаче и иметь возможность практической реализации средствами фотографии.

4.5 Оценивание профессионального портфолио

При оценивании профессионального портфолио учитываются:

- технический и художественный уровень отобранных фотографий;
- соответствие работ профессиональному позиционированию обучающегося;
- качество отбора;
- отсутствие неоправданного дублирования изображений;
- логика последовательности;
- визуальная целостность;
- качество оформления и презентации;
- способность обучающегося аргументировать включение каждой работы в портфолио.

4.6 Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация по МДК.03.01 проводится **в форме, установленной учебным планом образовательной программы.**

Содержание промежуточной аттестации должно обеспечивать комплексную проверку теоретических знаний и способности обучающегося применять их при решении профессиональных задач в области имиджевой рекламной фотографии.

При проведении промежуточной аттестации могут использоваться теоретические вопросы и практико-аналитические или творческие задания, связанные с:

- анализом рекламного фотографического изображения;
- разработкой концепции рекламной фотосъёмки;

- выбором композиционного и светового решения;
- подбором оборудования;
- разработкой рекламного образа;
- планированием съёмочного процесса;
- художественным и техническим отбором фотографического материала.

4.7 Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация проводится в форме, установленной учебным планом и рабочей программой МДК.03.02 «Современное фотоискусство».

К промежуточной аттестации допускаются обучающиеся, выполнившие предусмотренные рабочей программой обязательные лабораторные и практические работы.

Промежуточная аттестация направлена на комплексную проверку достижения планируемых результатов обучения **31–35, У1–У5**.

Она может включать:

1. **теоретическую часть** — ответ на вопрос или выполнение тестового задания по основным понятиям, направлениям и художественным стратегиям фотографии;
2. **аналитическую часть** — анализ и интерпретацию предложенного фотографического произведения или фотосерии;
3. **практическую часть** — представление и защиту итоговой творческой работы или фотопроекта.

При выполнении аналитического задания обучающемуся может быть предложено изображение, которое ранее не разбиралось на занятиях. Это позволяет оценить способность применять полученные знания в новой ситуации, а не только воспроизводить изученный материал.

При защите итоговой творческой работы обучающийся представляет результат проекта, раскрывает его тему и концепцию, обосновывает выбранные художественные и технические средства, характеризует процесс создания и отбора материала и проводит самоанализ полученного результата.

4.8 Порядок выставления оценки

Результаты текущего контроля и промежуточной аттестации оцениваются по четырёхбалльной системе:

«отлично» — обучающийся демонстрирует полное и системное освоение результатов обучения, свободно использует профессиональную терминологию, самостоятельно анализирует и интерпретирует фотографические произведения, аргументирует выводы, осознанно применяет выразительные средства фотографии и выполняет практические задания на высоком художественном и техническом уровне;

«хорошо» — обучающийся в целом демонстрирует освоение результатов обучения, правильно применяет основные понятия и методы, способен анализировать произведения и выполнять практические задания, однако допускает отдельные неточности или недостаточно полно аргументирует отдельные решения;

«удовлетворительно» — обучающийся демонстрирует базовый уровень освоения результатов обучения, знает основные понятия и принципы, выполняет основные требования практического задания, однако анализ носит преимущественно описательный характер, имеются существенные неточности, а художественные решения недостаточно самостоятельны и последовательны;

«неудовлетворительно» — обучающийся не демонстрирует необходимого уровня освоения результатов обучения, допускает существенные ошибки в основных понятиях, не способен самостоятельно провести анализ произведения и/или выполнить практическое задание в соответствии с установленными требованиями.

Оценка по промежуточной	Характеристика качества сформированности компетенций
-------------------------	--

аттестации	
«зачтено» / «отлично»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на продвинутом уровне: обнаруживает всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.
«зачтено» / «хорошо»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на базовом уровне: основные знания, умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.
«зачтено» / «удовлетворительно»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на пороговом уровне: имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, в ходе контрольных мероприятий допускаются значительные ошибки, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ, при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.
«не зачтено» / «неудовлетворительно»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на уровне ниже порогового: выявляется полное или практически полное отсутствие знаний значительной части программного материала, студент допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы, умения и навыки не сформированы.

5. Примеры оценочных средств для проведения текущей аттестации

5.1 Вопросы для собеседования (устного опроса):

- ☐ Что понимается под рекламной фотографией и какие задачи она решает?
- ☐ Каковы основные виды и направления современной рекламной фотографии?
- ☐ В чем отличие рекламной фотографии от художественной и документальной фотографии?
- ☐ Как фотографическое изображение участвует в формировании визуального образа бренда?
- ☐ Какие этапы включает подготовка имиджевой рекламной фотосъемки?
- ☐ Что такое бриф и какую функцию он выполняет при подготовке рекламной фотосъемки?
- ☐ Как используются референсы при разработке рекламного фотопроекта?
- ☐ Что такое moodboard и какие элементы целесообразно в него включать?
- ☐ Какие принципы композиции используются при создании рекламного фотонатюрморта?
- ☐ Как положение объекта в кадре влияет на восприятие рекламного изображения?
- ☐ Какими средствами формируется визуальная иерархия в предметной рекламной фотографии?
- ☐ Какие основные схемы освещения применяются в предметной рекламной фотографии?
- ☐ Как свойства поверхности предмета влияют на выбор светового решения?
- ☐ Какие особенности необходимо учитывать при съемке прозрачных, глянцевых и отражающих объектов?
- ☐ Как цвет используется для формирования рекламного образа товара?
- ☐ Как тональность изображения влияет на эмоциональное восприятие рекламы?
- ☐ По каким критериям выбирается объектив для предметной рекламной съемки?
- ☐ Какое световое оборудование применяется при создании рекламного натюрморта?
- ☐ Как выбор фона, модификаторов света и вспомогательного оборудования зависит от характера снимаемого объекта?
- ☐ Какие композиционные приемы используются при рекламной съемке человека?
- ☐ Как точка съемки и ракурс влияют на восприятие модели?
- ☐ Как поза и положение модели взаимодействуют с композицией кадра?
- ☐ Какие основные схемы освещения применяются при съемке фотомодели?
- ☐ Как направление, жесткость и контраст света влияют на восприятие лица и фигуры?
- ☐ Как строится взаимодействие освещения модели и фона?
- ☐ Какими средствами можно визуально отделить модель от фона?
- ☐ Что представляет собой съемка в светлой тональности?
- ☐ Что представляет собой съемка в темной тональности?
- ☐ Как цветовое и тональное решение связано с характером рекламного образа?
- ☐ Каковы основные принципы профессионального взаимодействия фотографа и модели?
- ☐ Как фотограф управляет позой, жестом и мимикой модели?
- ☐ Как организуется взаимодействие фотографа, стилиста, визажиста и других участников съемочной группы?
- ☐ Из каких элементов складывается целостный рекламный образ фотомодели?

- ☐ Как одежда, макияж, причёска, реквизит и локация участвуют в формировании рекламного образа?
- ☐ Как мизансцена и эмоциональное состояние модели влияют на содержание рекламной фотографии?
- ☐ Что представляет собой fashion-фотография и какие задачи она решает?
- ☐ Чем fashion editorial отличается от рекламной fashion campaign?
- ☐ Что такое lookbook и какие требования предъявляются к его визуальному решению?
- ☐ Каковы особенности работы фотографа с моделью при fashion-съемке?
- ☐ Как обеспечивается визуальное единство fashion-серии?
- ☐ Что представляет собой beauty-фотография?
- ☐ Какие особенности освещения необходимо учитывать при beauty-съемке?
- ☐ Как крупность плана и выбор оптики влияют на beauty-изображение?
- ☐ Какие требования предъявляются к передаче кожи, макияжа, волос и косметического продукта?
- ☐ Что понимается под социальной рекламой?
- ☐ Чем задачи социальной рекламы отличаются от задач коммерческой рекламы?
- ☐ Как определяется целевая аудитория социальной рекламы?
- ☐ Как визуальная метафора используется при создании социальной рекламы?
- ☐ Какие задачи решает профессиональное портфолио фотографа?
- ☐ По каким критериям осуществляется отбор фотографий в портфолио?
- ☐ Как профессиональное позиционирование фотографа влияет на структуру портфолио?
- ☐ Какие принципы используются при определении последовательности изображений в портфолио?
- ☐ Что понимается под продюсированием рекламной фотосъемки?
- ☐ Какие этапы включает организация коммерческой фотосъемки?
- ☐ Какие специалисты могут входить в состав съемочной группы и как распределяются их функции?
- ☐ Какие организационные документы используются при подготовке рекламной фотосъемки? **Форма проведения:** индивидуальный или фронтальный устный опрос.

Рекомендуемое время ответа: 3–5 минут на один вопрос.

Количество вопросов при одном текущем контроле: 2–3 вопроса.

Критерии оценки: правильность и полнота ответа; понимание профессиональной терминологии; способность устанавливать причинно-следственные и художественно-культурные связи; использование конкретных примеров; способность анализировать, сравнивать и аргументировать собственную позицию.

5.2 Темы рефератов

Не предусмотрено.

Выполнение рефератов как самостоятельного оценочного средства текущего контроля по МДК.03.01 «Имиджевые рекламные фотопроекты» не предусмотрено. С учётом практико-ориентированного характера МДК самостоятельная работа обучающихся реализуется преимущественно в форме аналитических, творческих и проектных заданий, непосредственно связанных с разработкой и реализацией рекламных фотопроектов.

5.3 Примеры тестовых заданий

Не предусмотрено.

Тестирование как самостоятельная форма текущего контроля по МДК.03.01 не предусмотрено. Проверка теоретической подготовки осуществляется посредством устного опроса, анализа рекламных изображений и выполнения ситуационных и аналитических заданий.

5.4 Примеры заданий для контрольной работы

Не предусмотрено.

Проведение традиционной письменной контрольной работы рабочей программой МДК не предусмотрено. Проверка способности применять теоретические знания осуществляется посредством профессионально ориентированных аналитических, ситуационных и проектных заданий.

5.5 Темы эссе (рефератов, докладов, сообщений)

Отдельное выполнение эссе, докладов и сообщений **как обязательных оценочных**

6. Примеры оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

6.1 Варианты экзаменационных билетов:

Экзаменационный билет № 1

1. Рекламная фотография: понятие, основные задачи, виды и направления.
2. Проанализируйте предложенное рекламное изображение. Определите рекламную задачу, предполагаемую целевую аудиторию, визуальную концепцию, композиционное, световое и цветовое решение.

Экзаменационный билет № 2

1. Этапы подготовки и организации имиджевой рекламной фотосъёмки.
2. На основании предложенного брифа определите основные этапы подготовки фотосъёмки, состав съёмочной группы, необходимое оборудование, локацию и реквизит.

Экзаменационный билет № 3

1. Бриф и техническое задание в рекламной фотографии. Их назначение и содержание.
2. Проанализируйте предложенный бриф и сформулируйте техническое задание для фотографа.

Экзаменационный билет № 4

1. Визуальная концепция рекламной фотосъёмки. Референсы и moodboard.
2. Для предложенного товара сформулируйте основную визуальную идею рекламной съёмки и опишите содержание moodboard.

Экзаменационный билет № 5

1. Композиция в имиджевой рекламной предметной фотографии.
2. Для предложенного объекта разработайте композиционную схему рекламного натюрморта и обоснуйте расположение основных элементов изображения.

Экзаменационный билет № 6

1. Освещение в рекламной предметной фотографии. Основные принципы и приёмы.
2. Разработайте световую схему для съёмки предложенного предмета и обоснуйте выбор источников и модификаторов света.

Экзаменационный билет № 7

1. Особенности фотосъёмки прозрачных, глянцевых и отражающих объектов.
2. Предложите техническое и световое решение для рекламной съёмки стеклянного флакона парфюмерии.

Экзаменационный билет № 8

1. Цвет и тональность как выразительные средства рекламной фотографии.

2. Для предложенного продукта разработайте цветовое и тональное решение рекламного изображения и объясните его связь с предполагаемой целевой аудиторией.

Экзаменационный билет № 9

1. Выбор фотооборудования, оптики и светотехники для рекламной фотосъёмки.
2. Для предложенной рекламной задачи сформируйте комплект необходимого оборудования и обоснуйте выбор.

Экзаменационный билет № 10

1. Композиционные особенности рекламной съёмки человека.
2. Проанализируйте предложенный рекламный портрет: точка съёмки, ракурс, крупность плана, положение модели, композиционные акценты.

Экзаменационный билет № 11

1. Световое решение рекламного портрета.
2. Разработайте две различные схемы освещения одной модели и объясните, каким образом изменение света повлияет на характер рекламного образа.

Экзаменационный билет № 12

1. Светлая и тёмная тональность при рекламной портретной съёмке.
2. Для предложенного рекламного образа выберите светлое или тёмное тональное решение и аргументируйте выбор.

Экзаменационный билет № 13

1. Принципы профессиональной работы фотографа с фотомodelью.
2. Проанализируйте предложенный рекламный портрет с точки зрения позы, жеста, мимики и эмоционального состояния модели. Предложите способы усиления образа.

Экзаменационный билет № 14

1. Формирование целостного рекламного образа фотомodelи.
2. Для предложенного товара разработайте рекламный образ модели: костюм, макияж, причёска, реквизит, фон или локация, характер позирования.

Экзаменационный билет № 15

1. Мизансцена в рекламной фотографии. Взаимодействие модели, объекта и пространства.
2. Разработайте мизансцену для предложенной рекламной задачи и объясните роль каждого элемента изображения.

Экзаменационный билет № 16

1. Fashion-фотография: основные направления и профессиональные задачи.
2. По предложенным изображениям определите формат fashion-съёмки — lookbook, campaign или editorial — и аргументируйте ответ.

Экзаменационный билет № 17

1. Lookbook: назначение и особенности организации фотосъёмки.
2. Разработайте краткий план проведения lookbook-съёмки для предложенной коллекции одежды.

Экзаменационный билет № 18

1. Fashion campaign: особенности разработки визуальной концепции.
2. Для предложенного бренда сформулируйте концепцию рекламной fashion-campaign: идея, аудитория, модель, стилистика, локация, свет и цвет.

Экзаменационный билет № 19

1. Beauty-фотография: художественные и технические особенности.
2. Разработайте техническое решение beauty-съёмки: крупность плана, объектив, схема света, фон и требования к передаче кожи, макияжа и волос.

Экзаменационный билет № 20

1. Особенности создания фотографической социальной рекламы.
2. Для предложенной социальной проблемы определите целевую аудиторию, сформулируйте основное сообщение и предложите визуальную метафору.

Экзаменационный билет № 21

1. Визуальная метафора как средство коммуникации в социальной рекламе.
2. Проанализируйте предложенный пример социальной рекламы: проблема, сообщение, аудитория, визуальная метафора и средства эмоционального воздействия.

Экзаменационный билет № 22

1. Профессиональное портфолио фотографа: назначение, структура и принципы формирования.
2. Из предложенного набора фотографий выберите работы для рекламного портфолио и аргументируйте включение и исключение отдельных изображений.

Экзаменационный билет № 23

1. Художественные и технические критерии отбора рекламных фотографий.
2. Проведите сравнительный анализ предложенных кадров одной съёмки и выберите итоговые изображения. Обоснуйте выбор.

Экзаменационный билет № 24

1. Продюсирование рекламной фотосъёмки: основные этапы и задачи.
2. Для предложенного рекламного проекта определите состав съёмочной группы и распределите профессиональные функции между её участниками.

Экзаменационный билет № 25

1. Организация коммерческой рекламной фотосъёмки и взаимодействие с заказчиком.
2. На основании предложенного брифа разработайте краткий production-план: подготовка, команда, оборудование, локация, реквизит, тайминг съёмочного дня и итоговый результат.

Порядок проведения промежуточной аттестации

Обучающийся получает билет, включающий один теоретический вопрос и одно практико-аналитическое задание.

Практико-аналитическое задание может выполняться с использованием предоставленного преподавателем визуального материала: рекламной фотографии, серии изображений, рекламной кампании, брифа, технического задания, схемы либо описания профессиональной ситуации.

При выполнении задания обучающийся должен продемонстрировать способность анализировать профессиональную задачу, выбирать и обосновывать композиционное, световое, техническое и стилистическое решение, использовать профессиональную терминологию и аргументировать принимаемые решения.