


СОГЛАСОВАНО

Директор ООО «Издательские системы»

 Сардов В.В.

«*Восток-Восток*» 2021 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

производственной практики

ПМ.01. РАЗРАБОТКА И СОЗДАНИЕ ДИЗАЙНА РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ

для специальности 42.02.01 Реклама

2021 г.

Рабочая программа производственной практики разработана на основе ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама, запроса работодателя, стандарта Ворлдскиллс по компетенции «Реклама»

Организация-разработчик: ГАПОУ СМПК

Разработчик: Яркинбаева А.Н., преподаватель

ПЦК дизайна, рекламы и изобразительного искусства

Содержание

	стр.
1. Паспорт рабочей программы производственной практики.....	4
2. Производственная практика	4
2.1. Тематический план и содержание производственной практики	5
2.2. Освоение профессиональных компетенций (ПК), соответствующих виду профессиональной деятельности, и общих компетенций (ОК) на производственной практике	6
2.3. Приобретение в ходе освоения профессионального модуля на производственной практике практического опыта	8
2.4. Контроль и оценка результатов освоения производственной практики.....	9
3. Особенности организации образовательной деятельности для лиц с ограниченными возможностями здоровья	10
4. Рекомендуемая литература	11

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

ПМ.01. РАЗРАБОТКА И СОЗДАНИЕ ДИЗАЙНА РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ

1.1. Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля «Разработка и создание дизайна рекламной продукции» является частью программы подготовки специалистов среднего звена (ППССЗ) в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): Разработка и создание дизайна рекламной продукции и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.

ПК 1.2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.

ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.

ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.

ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.

Рабочая программа профессионального модуля может быть использована в дополнительном профессиональном образовании (в программах повышения квалификации и переподготовки), по очно-заочной (вечерней) и заочной формам получения образования по специальности 42.02.01 Реклама.

1.2. Цели и задачи профессиональной практики:

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения профессионального модуля должен:

иметь практический опыт:

- выбора художественной формы реализации рекламной идеи;
- создания визуального образа с рекламными функциями;
- художественного конструирования рекламных продуктов по заданию;
- *разработки скетч упаковок и других видов рекламного продукта;*
- *психологического воздействия рекламным продуктом на потребителя;*

уметь:

- осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги;
- разрабатывать композиционное решение рекламного продукта;
- использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы;
- составлять рекламные тексты;
- *выполнять скетчи упаковок и других видов рекламного продукта;*
- *выполнять проекты решения рекламного продукта;*
- *защищать свой проект решения рекламного продукта;*
- *выполнять знаки визуальной коммуникации;*
- *использовать методы, техники психологического воздействия рекламного продукта на потребителя;*
- *разрабатывать рекламный графический проект с использованием инструментария программ Adobe Illustrator;*

знать:

- выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы;
- приемы и принципы составления рекламного текста;
- композицию, шрифтовую и художественную графику в рекламе;
- методы проектирования рекламного продукта;
- методы психологического воздействия на потребителя;
- *методы графического моделирования;*

- понятие коммуникабельности в графическом дизайне, рекламе и проектной деятельности;
- виды рекламных носителей, их характеристики с преимуществами и недостатками;
- психологию восприятия рекламного продукта потребителем
- использовать базовый набор инструментов и возможности векторной программы *Adobe Illustrator* для создания собственных изображений, на основе знаний законов и средств композиции, цветоведению и колористке.

1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение программы профессионального модуля: производственной практики -78 часов.

1.4. Условия реализации производственной практики

Практика является обязательным разделом ППСЗ. Она представляет собой вид учебных занятий, обеспечивающих практико-ориентированную подготовку обучающихся.

Производственная практика (по профилю специальности) проводится образовательным учреждением при освоении студентами профессиональных компетенций в рамках профессионального модуля и реализуется концентрированно в несколько периодов чередуясь с теоретическими занятиями в рамках профессионального модуля. Производственная практика ПМ.01. Разработка и создание дизайна рекламной продукции, предполагает освоение обучающимися профессиональных и общих компетенций в условиях учреждений, осуществляющих рекламную деятельность.

Базами практики могут быть: рекламные агентства, дизайн-студии, издательства, типографии, телевидение, радиостудии.

В городе Стерлитамак Республики Башкортостан существуют организации и учреждения, содержание социальной работы которых, представляет интерес и обеспечивает возможность прохождения производственной практики студентами колледжа.

Перечень личностных результатов

ЛР4	Проявляющий и демонстрирующий уважение к людям труда, осознающий ценность собственного труда. Стремящийся к формированию в сетевой среде лично и профессионального конструктивного «цифрового следа».
ЛР11	Проявляющий уважение к эстетическим ценностям, обладающий основами эстетической культуры.
ЛР 13	Выбирающий оптимальные способы решения профессиональных задач на основе уважения к заказчику, понимания его потребностей
ЛР 18	Стремящийся к повышению уровня самообразования, своих деловых качеств, профессиональных навыков, умений и знаний.

2.ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА

2.1. Тематический план производственной практики специальности 42.02.01 Реклама

№	Наименование разделов и тем	Количество часов
1.	Ознакомление с системой работы студии рекламы	12
2.	Осуществление поиска рекламных идей (ЛР 4)	12
3.	Получение ТЗ и анализ предпроектной ситуации (ЛР 13). Осуществление художественного эскизирования и выбор	12

	оптимальных, эстетичных изобразительных средств рекламы (ЛР 11)	
4.	Разработка авторских рекламных проектов (ЛР 18)	12
5.	Составление и оформление текста рекламных объявлений	12
6.	Создание эстетичного визуального образа с учетом фирменного стиля с рекламными функциями (ЛР 11)	12+6
Всего		78

Содержание производственной практики

1. Проведение целевого сбора и анализ исходных данных базы практики: истории предприятия, номенклатуры выпускаемой продукции.
2. Подготовка оборудования к работе компьютер.
3. Подготовка оборудования к работе сканера, принтера.
4. Подготовка оборудования к работе плоттера, графического планшета.
5. Подбор оборудования для решения поставленной задачи.
6. Освоение практики проектирования рекламного продукта с помощью изобразительных приемов.
7. Подбор материалов.
8. Разработка продукта в электронном виде. Графическое оформление.
9. Проектирование ручного макета рекламного продукта. Выбор темы.
10. Подбор материалов.
11. Создание ручного макета рекламного продукта.
12. Разработка продукта в электронном виде. Графическое оформление.
13. Работа с текстом. Верстка.
14. Создание электронной версии макета.
15. Выпуск готового рекламного продукта. Предпечатная подготовка.
16. Цветная печать.
17. Создание презентации.
18. Общая характеристика рекламного предприятия. Структурная характеристика предприятия.
19. Организация рекламной деятельности на предприятии.
20. Технологические процессы рекламного производства. Виды рекламных средств на предприятии.
21. Материалы и оборудование, используемые для производства рекламных продуктов.
22. Технологическая последовательность производства рекламного продукта.
23. Проектирование, разработка макетов рекламного продукта.
24. Изготовление макетов рекламного продукта.
25. Проектирование, разработка и изготовление макетов рекламных текстов, объявлений, листовок.
26. Создание печатной рекламы.
27. Структура построения документации.
28. Разработка фирменных шрифтов.
29. Концепция продвижения бренда.
30. Освоение практики проектирования упаковок и этикеток с помощью изобразительных приемов.
31. Определение концепции продукта.
32. Создание образа продукта.
33. Обработка и изучение собранного материала.
34. Выбор типа композиции в создании упаковки и этикетки.
35. Анализ цветовых решений.
36. Разработка упаковки и этикетки продукта для заказчика в электронном варианте.
37. Выполнение эскизов фирменной одежды с точки зрения художественной эстетики.
38. Анализ цветовых решений.
39. Определение задач профессионального и личностного развития.

40. Подготовка папки с оригинал-макетами и компьютерной презентацией.
41. Подбор материалов.
42. Освоение практики проектирования макетов наружной рекламы (реклама на транспорте, билборды, щитовая реклама, постеры, растяжки, вывески и т.д.).
43. Подбор материалов.
44. Разработка макета наружной рекламы в электронном виде.
45. Трехмерное моделирование изображения.
- 46. *Коррекция цвета, контраста и насыщенности изображения.***
- 47. *Визуализация макета наружной рекламы средствами трехмерной графики и анимации с учетом фирменного стиля***
48. Создание анимации макета наружной рекламы средствами трехмерной графики и анимации.
49. Подготовка папки с оригинал-макетами и компьютерной презентацией.

2.2. Освоение профессиональных компетенций (ПК), соответствующих виду профессиональной деятельности, и общих компетенций (ОК) на производственной практике

Профессиональные и общие компетенции	Показатели оценки результата
ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей	- подготовка презентации на темы «Новации рекламной деятельности», «Реклама. Традиции и современность» - разрабатывает клаузуры, скетчи и форэскизы рекламных идей
ПК 1.2. Осуществлять художественное конструирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы	сравнивает с аналогами и находит необходимые образно-пластические решения в составе проекта
ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты	- разрабатывает клаузуры и форэскизы для дизайн-проекта; -разрабатывает рекламный дизайн-проект; -использует основные виды и методы анализа рекламного дизайн-проекта с учетом фирменного стиля;
ПК 1.4. Составлять и оформлять рекламные объявления	- проанализировать психологическое воздействие рекламы на потребителя - составить рекламное объявление -составить текстовое оформления рекламы
ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями	-использует синхронный скетч для разработки визуальных образов с рекламными функциями;
ОК1. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	- соответствие профессиональной деятельности требованиям квалификационной характеристики; портфолио студента содержит свидетельства о достижениях в области будущей профессиональной деятельности: положительные отзывы, участие в профессионально направленных мероприятиях и др.
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	- своевременность выполнения профессиональной задачи; - рациональность распределения времени на выполнение профессиональной задачи; - соответствие использованных методов и способов выполнения профессиональных задач

	<p>конкретным условиям социально-практических ситуаций;</p> <ul style="list-style-type: none"> - аргументированность выбора методов и способов выполнения профессиональных задач; - адекватность оценки эффективности и качества выбранных методов и способов выполнения профессиональных задач достигнутым результатам.
ОК3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	<ul style="list-style-type: none"> - адекватная оценка рисков нестандартной ситуации; - обоснованность выбора решения проблемы, нестандартной ситуации.
ОК4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	<ul style="list-style-type: none"> - соответствие содержания разработанных нормативных и организационно-методических материалов (планов, программ, диагностик, актов и др.) поставленным профессиональным задачам; - обоснованность содержания рефератов, проектов результатами анализа и оценки информации; - наличие в списках литературы разработанных материалов современных источников и действующих интернет-ссылок.
ОК5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	<ul style="list-style-type: none"> - наличие в электронной базе данных: <ol style="list-style-type: none"> 1) разработанных методических материалов; 2) разработанные рекламные продукты 3) использование разнообразных средств программного обеспечения компьютера для разработки, обработки, презентации труда.
ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	<ul style="list-style-type: none"> - соответствие поведения будущего специалиста командным формам взаимодействия; - соответствие поведения будущего специалиста своему профессиональному статусу; - эффективность общения с коллегами, руководством, потребителями: <ol style="list-style-type: none"> 1) своевременность выполнения профессиональных обязанностей; 2) отсутствие рекламаций со стороны коллег, потребителей, руководства.
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	<ul style="list-style-type: none"> - обоснованность целей и способов деятельности подчиненных их должностными обязанностями и конкретной проблемой клиента; - своевременность координации деятельности подчиненных.
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	<ul style="list-style-type: none"> - правильность формулирования задач профессионального и личностного развития в плане самообразования; - наличие в плане самообразования пункта о повышении квалификации в рекламной деятельности
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий	<ul style="list-style-type: none"> - наличие в плане самообразования пункта об освоении новых технологий в сфере рекламной

в профессиональной деятельности.	деятельности
ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.	- правильность формулирования задач профессионального и личностного развития в плане самообразования
ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.	- соответствие организации рабочего места требованиям нормативных документов по охране труда.

2.3. Приобретение в ходе освоения профессионального модуля практического опыта

Иметь практический опыт	Виды работ на производственной практике и требования к их выполнению
Осуществлять поиск рекламных идей	Задание № 1, 2
Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы	Задание № 3
Разрабатывать авторские рекламные проекты	Задание № 4
Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений	Задание №, 5
Создавать визуальные образы с рекламными функциями	Задание №, 6

2.4. Контроль и оценка результатов освоения производственной практики

Показатель	Критерий	Документ (свидетельствующий об освоении показателей)
ПК 1.5.	-использует синхронный скетч для разработки визуальных образов с рекламными функциями;	Разработанные визуальные образы с рекламными функциями
ПК 1.2. ПК 1.3. ПК 1.4. ПК 1.5.	1) соответствие рекламного проекта разработанному плану	Дневник
ОК 1.	1) соответствие профессиональной деятельности требованиям квалификационной характеристики; 2) устойчивая внутренняя мотивация к профессиональной деятельности	Портфолио (характеристика, отзывы работодателей с места прохождения практики)
ОК 4.	1) соответствие содержания разработанных организационно-методических материалов (планов, диагностик, дневника учебной и производственной практики) поставленным профессиональным задачам; 2) обоснованность содержания планов результатами анализа и оценки информации; 3) использование учебной методической литературы и Интернет-ресурсов	1) планы рекламных продуктов
ОК 5.	1) наличие в электронной базе данных: - разработанных методических материалов - клиентской адресной базы;	Портфолио (характеристика)

	2) оперативность взаимодействия с клиентом, социальными службами, работодателем посредством электронной почты, других коммуникационных возможностей интернета; 3) использование разнообразных средств программного обеспечения компьютера для разработки, обработки, презентации профессиональных материалов	
ОК 6.	эффективность общения с коллегами, руководством, потребителями - своевременность выполнения профессиональных задач - отсутствие рекламаций со стороны потребителей, руководства	Портфолио (характеристика)
ОК 7.	1) обоснованность целей и способов деятельности подчиненных их должностными обязанностями и конкретной проблемой клиента; 2) своевременность координации деятельности подчиненных	1) планы 2) дневник
ОК11.	правильность формулирования задач профессионального и личностного развития в плане самообразования	Портфолио (характеристика)

Оценка по производственной практике выставляется по 4-х бальной системе в соответствии со следующими требованиями.

Оценка **«отлично»** выставляется за:

- выполнение на высоком уровне всех требований программы практики по профессиональному модулю;
- современное представление итоговой документации и успешное собеседование с руководителями практики;
- выраженное стремление к приобретению и совершенствованию профессиональных знаний, умений и навыков;
- активное участие в создании проектов, рекламных продуктов;
- умение правильно планировать и эффективно осуществлять установленные программой практики виды и формы рекламной деятельности с учетом психологических особенностей потребителей;
- владение социально - психологическими приемами рекламной работы;
- самостоятельность, творческий подход к рекламной деятельности.

Оценка **«хорошо»** выставляется в случае, когда студент выполнил все требования программы практики по профессиональному модулю, но при этом не проявил стремления к совершенствованию знаний, умений и навыков по социальной работе; не отличался инициативностью, высокой активностью, творческим подходом и самостоятельностью в выполнении заданий.

Оценка **«удовлетворительно»** выставляется за:

- наличие поверхностных знаний, неустойчивых умений в области рекламной деятельности;
- отсутствие активности в работе с различными категориями потребителей, заказчиков;
- ошибки в планировании, организации и осуществлении установленных программой форм и видов рекламной деятельности;
- слабое владение приемами социально- психологической работы с потребителями, заказчиками;
- отсутствие должностной инициативности, самостоятельности и творчества.

Оценка **«неудовлетворительно»** ставится в случае невыполнения требований педпрактики (даже по одному из видов социальной деятельности).

3. Особенности организации образовательной деятельности для лиц с ограниченными возможностями здоровья

Обучение по образовательным программам среднего профессионального образования обучающихся с ограниченными возможностями здоровья осуществляется на основе образовательных программ среднего профессионального образования, адаптированных при необходимости для обучения данной категории обучающихся.

Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья организовано совместно с другими обучающимися.

Обучение по образовательным программам среднего профессионального образования обучающихся с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

В колледже созданы специальные условия для получения среднего профессионального образования, без которых невозможно или затруднено освоение образовательных программ обучающимися с ограниченными возможностями здоровья:

- создание специальных социально-бытовых условий, обеспечивающих возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, столовые, туалетные и другие помещения колледжа, а также их пребывания в указанных помещениях (пандусы с входными группами, телескопические пандусы, перекатные пандусы, гусеничные мобильные подъемники, поручни) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата;

- использование в образовательном процессе специальных методов обучения и воспитания (организация отдельного учебного места вблизи размещения демонстрационного оборудования, дублирование основного содержания учебно-методического обеспечения в адаптированных раздаточных материалах, обеспечение облегченной практической деятельности на учебных занятиях, предупреждение признаков переутомления с помощью динамических пауз, соблюдение рационального акустического режима и обеспечение надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации, замедленный темп индивидуального обучения, многократное повторение, опора на сохранные анализаторы, функции и системы организма, опора на положительные личностные качества);

- обеспечение преподавателем-предметником организации технической помощи, обучающимся с ограниченными возможностями здоровья;

- дублирование справочной информации, расписания учебных занятий в адаптированной форме в зданиях колледжа на информационных мониторах и наличие адаптированного официального сайта колледжа по адресу www.mirsmrc.ru для слабовидящих;

Оснащение колледжа специальным, в том числе компьютерным, оборудованием для осуществления обучения лиц с ограниченными возможностями по зрению, слуху, движению двумя мобильными классами в составе:

- 12 ноутбуков,
- проектор,
- экран,
- принтер.

Для осуществления обучения лиц с ограниченными возможностями по зрению на ноутбуках установлено программное обеспечение экранного увеличения с речевой поддержкой MagicPro, которое дает возможность:

- легко переключаться между увеличенным изображением экрана ПК и изображением с камеры;
- изменять текст и цвет фона;
- осуществлять захват изображений;

- регулировать уровень контрастности;
- увеличивать изображение на экране;
- использовать голосовое сопровождение текста.

4. Рекомендуемая литература

Основные источники:

1. Марочкина С.С. Введение в специальность. Реклама: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Реклама» / С.С. Марочкина, Л.М. Дмитриева, Е.В. Азарова; под ред. Л.М. Дмитриевой. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2020. - 239 с. -(Серия «Азбука рекламы»). - ISBN 978-5-238-01657-3. - Текст: электронный. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/1028705>
2. Чехов А.П. Реклама [Электронный ресурс] / А.П. Чехов. - М.: Инфра-М, 2020. - 2 с. - Режим доступа <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=518474> - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/518474>
3. Ткаченко Н.В. Креативная реклама. Технологии проектирования: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Реклама» / Н.В. Ткаченко, О.Н. Ткаченко; под ред. Л.М. Дмитриевой. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2019. — 335 с. — (Серия «Азбука рекламы»). - ISBN 978-5-238-01568-2. - Текст: электронный. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/1028594>

Дополнительные источники:

1. Алиева.В. Контекстная реклама / Басов А., Вирин Ф., Главацкий Д. - СПб. [и др.]: Питер, 2019. - 255 с.
2. Беляева С. Е. Основы изобразительного искусства и художественного проектирования: учебник / С. Е. Беляева. - М.: Академия, 2019. - 224 с.
3. Буймистру Т.А. Колористика: цвет – ключ к красоте и гармонии / Т.А. Буймистру – М.: Ниола-Пресс, 2019. - 236 с.
4. Елина Е. А. Семиотика рекламы : учеб. пособие для вузов - М. : Дашков и К, 2019. - 136 с.
5. Катернюк А. В. Практическая реклама : учеб. пособие для вузов - Ростов н/Д : Феникс, 2019. - 429 с. - (Высшее образование)
6. Матюшин М.В. Справочник по цвету : закономерность изменяемости цветовых сочетаний / М.В. Матюшин - М. : Издатель Д. Аронов, 2019.– 72 с.
7. Хембри Р. Самый полный справочник. Графический дизайн. Как научиться понимать графику и визуальные образы/Р.Хембри – М.: АСТ и др., 2019. – 192 с.
8. Чепурова О.Б. Изобразительный товарный знак на основе природной формы : методические указания к курсовому проекту № 5 / О.Б. Чепурова – Оренбург : ИПК ГОУ ОГУ, 2020. – 52 с.