

СОГЛАСОВАНО
Директор ООО «Издательские системы»
Сардов В.В.
«30.08.2021» 2021 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

учебной практики

ПМ.01. РАЗРАБОТКА И СОЗДАНИЕ ДИЗАЙНА РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ

для специальности 42.02.01 Реклама

2021 г.

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

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

ПМ.01. РАЗРАБОТКА И СОЗДАНИЕ ДИЗАЙНА РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ

1.1. Область применения программы учебной практики

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 учебной практики:

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

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*
 - *грамотно компоновать текст и фотографии при создании макета (преобразование, подбор к изображению, спецэффекты, создание логотипа в фирменном стиле);*
 - *разрабатывать рекламный графический проект с использованием инструментария программ Adobe Illustrator;*
 - *создавать инфографику с использованием онлайн-сервисов: Tilda Publishing, Figma*

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 колористике.

1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение учебной практики: – 144 часов

1.4. Условия реализации учебной практики

Практика является обязательным разделом ППССЗ. Она представляет собой вид учебных занятий, обеспечивающих практико-ориентированную подготовку обучающихся. Учебная 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. Учебная практика студентов проходит в условиях учреждения в специально оборудованных кабинетах **проектирования рекламного продукта. Методический фонд**

Оборудование учебного кабинета:

- компьютеры, проектор, интерактивная доска или экран, акустическая система.
- учебная и методическая литература по дизайну и рекламным технологиям;
- учебно-методические комплексы по дизайну и рекламным технологиям;
- диагностические методики по определению результатов знаний, умений и навыков по дизайну и рекламным технологиям;
- образцы работ по дизайну и рекламным технологиям;
- наглядный материал по дизайну и рекламным технологиям

Оборудование методического фонда:

- учебная и методическая литература по композиции,
- специальная и справочная литература,
- информационный стенд,
- каталоги.

Программное обеспечение:

- Компьютерная программа: Adobe PHOTOSHOP;
- Компьютерная программа: Adobe Illustrator,
- Компьютерная программа: Adobe InDesign

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.УЧЕБНАЯ ПРАКТИКА

2.1. Тематический план и содержание учебной практики специальности

42.02.01 Реклама

№	Наименование разделов и тем 4 семестр	Количество часов
1	Использование в практической профессиональной деятельности рекламных технологий, методов сбора и анализа информации;	2
2	Ознакомление с опытом работы специалистов-практиков по художественному проектированию рекламного продукта и требованиями к ним;	2
3	Ознакомление с соответствующими организационными структурами профессиональной деятельности, рекламными агентствами	2
4	Проанализировать фирменный стиль предложенных организаций	2
5	Выполнение серии графических зарисовок, скетчей на разных форматах разными материалами на выбор от 8 до 12 листов.	2
6	Выполнение проекта рекламного продукта на планшете	2
7	Сбор необходимой информации об объекте проектирования	2
8	Изучение особенностей проектируемого объекта	2
9	Разработка художественной концепции проекта	2
10	Выполнение эскизов проектируемого рекламного продукта от 8 до 10 листов.	2
11	Проработка теоретической части концепции проекта, выявление эффективности проектируемого объекта. Оформление теоретической части в текстовом редакторе.	2
12	Определение структуры, поиск художественной концепции и цветового решения форэскиза.	2
13	Разработать демонстрационный макет объекта проектирования в материале.	2
14	Выполнить сборку основных элементов объекта проектирования в единый демонстрационный макет объекта проектирования рекламного продукта в материале.	2
15	Проанализировать художественные произведения современных художников-дизайнеров.	2
16	Подготовка выступления о творчестве графических дизайнеров и дизайнеров-специалистов по рекламе	2
17	Ведение дневника практики; сбор документального и иллюстративного материала для отчета.	2
18	Разработка основной идеи рекламы	2
19	Составление этапов творческого процесса создания рекламы	2
20	Разработка названий для товаров - brendname	2
21	Проектирование рекламы и рекламного продукта	2
22	Составление рекламного обращения. Составление текстового оформления рекламы	2
23	Написание сценария радиорекламы. Оценивание эффективности рекламного продукта по критериям	2
	Всего	46
	Наименование разделов и тем 5 семестр	
1.	Виды монограмм. Выполнить личную монограмму из двух букв.	2
2.	Монограмма с использованием типографики. Создать монограмму в современном стиле.	2
3.	Секреты использования монограмм в бизнесе и повседневной жизни. Выполнить монограмму для позиционирования продукта, услуги.	2
4.	Основные стили дизайна. Выполнить собственное имя в 3-х стилях дизайна.	2
5.	Выполнить собственное имя в 3-х стилях дизайна на формате А4	2
6.	Завершить дизайн собственного имени в 3-х стилях	2
7.	Слова-химеры. Работа с аналогами.	2
8.	Подобрать образ персонажа, слова и выполнить отрисовку. Стилизация слова-химеры.	2

9.	Разработать флаер в стилистике отражающий художественное произведение.	2
10.	Разработать флаер в стилистике отражающий художественное произведение.	2
11.	Разработка переносной рекламной стойки для продвижения продукта, услуги. (Работа с аналогами.) Разработка конструкции рекламной стойки, дизайна	2
12.	Оформление планшета рекламной стойки на формате А3	2
13.	Выбор средств и эффективность рекламы. Эффект коммуникации «усиление». Выполнить рекламный плакат с героем – знаменитостью (звездой) для продвижения ТМ, продукта, услуги (по выбору, ф А2)	2
14.	Выполнить рекламный плакат с героем – знаменитостью (звездой) для продвижения ТМ, продукта, услуги (продолжение работы).	2
15.	Эффект коммуникации «усиление». Выполнить рекламный плакат с героем-экспертом для продвижения ТМ, продукта, услуги (по выбору, ф А3)	2
16.	Выполнить рекламный плакат с героем-экспертом для продвижения ТМ, продукта, услуги (продолжение работы).	2
17.	Эффект коммуникации «усиление». Выполнить рекламный плакат с фантазийным героем (отрисовка или скетч-прорисовка авторского мультипликационного героя) для продвижения ТМ, продукта, услуги (по выбору, ф А3)	2
18.	Выполнить рекламный плакат с фантазийным героем (мультипликационный герой) для продвижения ТМ, продукта, услуги. Завершение работы, распечатка и сдача портфолио.	2
Всего		36
Наименование разделов и тем 6 семестр		
1	<i>1. Работа с полиграфической продукцией. Разработка рекламного продукта визитка. Визитка со сгибом двухсторонняя. Работа с аналогами.</i>	2
2	<i>Разработка визитки со сгибом в графическом редакторе. Именные, корпоративные, креативные с учетом фирменного стиля. Наполнение (логотип, текст, контактные данные)</i>	2
3	<i>Разработка рекламного продукта визитка (продолжение работы).</i>	2
4	Разработка рекламного продукта – листовка, социального направления (форм.А4). Работа с аналогами.	2
5	Разработка концепции социальной листовки.	2
6	Разработка листовки в графическом редакторе Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, Adobe InDesign (по выбору)	2
7	Работа с вербальной частью листовки (текст). Написание рекламного текста 300 знаков с использованием 4-5 найденных ключевых слов с интернет-инструментов (Яндекс.Директ, Google AdWords и других аналогичных инструментов)	2
8	Тестирование текста на заимствование	2
9	Разработка праздничной, креативной открытки. Работа с аналогами. Поиск идеи над концепцией открытки.	2
10	<i>Разработка праздничной, креативной открытки в графическом редакторе Adobe Illustrator, Adobe Photoshop (в один фальц)</i>	2
11	<i>Работа над праздничной открытки (вырубка элементов)</i>	2
12	Работа с текстом праздничной открытки	2
13	Разработка рекламного продукта – буклет (2 фальца). Работа с аналогами.	2
14	Разработка рекламного продукта – буклет. Разработка концепции продукта по заданию.	2
15	Разработка буклета в графическом редакторе Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, Adobe InDesign	2
16	Работа с растровым, векторными изображениями	2
17	Работа с вербальной частью буклета (текст)	2
18	Разработка рекламного продукта – брошюра (8 стр.). Работа с аналогами.	2

19	Разработка печатной рекламной продукции – брошюра. Разработка концепции продукта по заданию.	2
20	Разработка брошюры в графическом редакторе Adobe InDesign	2
21	Работа с растровым, векторными изображениями.	2
22	Работа с вербальной частью брошюры (текст). Написание рекламного текста с использованием 4-5 найденных ключевых слов с интернет-инструментов (Яндекс.Директ, Google AdWords и других аналогичных инструментов). Тестирование текста на заимствование. Верстка продукта.	2
23	Предпечатная подготовка брошюры. Цветная печать. Сборка продукта	2
24	2. Работа с внутренней рекламой. Разработка рекламного продукта – креативная рекламная стойка по заданию. Работа с аналогами.	2
25	Разработка концепции креативной рекламной стойки.	2
26	Разработка рекламной стойки в графическом редакторе Adobe Illustrator, Adobe Photoshop.	2
27	Работа с растровым, векторными изображениями.	2
28	Выполнение чертежа стойки с нанесением размеров по ГОСТ.	2
29	Оформление планшета по этапам выполнения проекта креативной рекламной стойки.	2
30	3. Работа с наружной рекламой. Разработка рекламного продукта – креативный билборд (6м.*3м.). Работа с аналогами.	2
31	Разработка концепции креативного билборда по заданию	2
32	Разработка билборда в графическом редакторе Adobe Illustrator, Adobe Photoshop (по выбору)	2
33	Работа с вербальной частью билборда (Слоган, ОРТ, эхо-фраза)	2
34	Выполнение чертежа билборда с нанесением размеров по ГОСТ.	2
35	Оформление портфолио, подготовка презентации.	2
36	Дифференцированный зачет	2
		2
	Всего за 6 семестр	72
	ИТОГО:	150

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

Иметь практический опыт	Виды работ на учебной практике и требования к их выполнению
ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.	Задание №1
ПК 1.2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.	Задание №3, 7
ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.	Задание № 4, 6
ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.	Задание № 2, 5, 7
ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.	Задание № 6, 7

2.3. Критерии оценки учебной практики

Показатель	Критерий	Документ (свидетельствующий об освоении показателей)
ПК 1.1.	- подготовка презентации на темы «Новации рекламной деятельности», «Реклама. Традиции	Презентации на темы «Новации рекламной деятельности», «Реклама.

	и современность» - разрабатывает клаузуры, скетчи и форэскизы рекламных идей	Традиции и современность»: клаузуры, скетчи и форэскизы рекламных идей
ПК 1.2.	сравнивает с аналогами и находит необходимые образно-пластические решения в составе проекта	Планы проекта
ПК 1.3.	-- разрабатывает клаузуры и форэскизы для дизайн-проекта; разрабатывает рекламный дизайн-проект; -использует основные виды и методы анализа рекламного дизайн-проекта;	Клаузуры и форэскизы для дизайн-проекта; рекламный дизайн-проект и анализ рекламного дизайн-проекта
ПК 1.4.	- проанализировать психологическое воздействие рекламы на потребителя - составить рекламное объявление -составить текстовое оформления рекламы	Рекламное объявление; текстовое оформление рекламы
ОК1.	- соответствие профессиональной деятельности требованиям квалификационной характеристики; портфолио студента содержит свидетельства о достижениях в области будущей профессиональной деятельности: положительные отзывы, участие в профессионально направленных мероприятияхи др	Рекламное объявление; текстовое оформление рекламы
ОК.2	- своевременность выполнения профессиональной задачи; - рациональность распределения времени на выполнение профессиональной задачи; - соответствие использованных методов и способов выполнения профессиональных задач конкретным условиям социально-практических ситуаций; - аргументированность выбора методов и способов выполнения профессиональных задач; - адекватность оценки эффективности и качества выбранных методов и способов выполнения профессиональных задач достигнутым результатам.	Планы проекта, презентации
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	Рекламные проекты, объявления
ОК 5.	использование разнообразных средств программного обеспечения компьютера для разработки, обработки, презентации профессиональных материалов	Портфолио
ОК 7.	1) обоснованность целей и способов деятельности подчиненных их должностными обязанностями и конкретной проблемой клиента	Планы проекта
ОК 8.	-правильность формулирования задач профессионального и личностного развития в плане самообразования;	Портфолио

	- наличие в плане самообразования пункта о повышении квалификации в рекламной деятельности	
--	--	--

2.4. Контроль и оценка результатов освоения учебной практики

Оценка по учебной 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;
- умение правильно планировать установленные программой практики виды и формы рекламной деятельности с учетом психологических особенностей потребителя;
- владение социально – психологическими, исследовательскими приемами рекламной деятельности;
- 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;
- ошибки в планировании, организации установленных программой форм и видов рекламной деятельности;
- слабое владение приемами социально-психологической работы;
- отсутствие должностной инициативности, самостоятельности и творчества.

Оценка **«неудовлетворительно»** ставится в случае невыполнения требований педпрактики (даже по одному из видов рекламной 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, 2019. - 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, 2020. - 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 изменчивости 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, 2019. – 52 с.