

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
АЭРОКОСМИЧЕСКОГО ПРИБОРОСТРОЕНИЯ»

Факультет среднего профессионального образования

«УТВЕРЖДАЮ»
Декан факультета СПО, к.э.н.
Чернова Чернова Н.А.
«26» июня 2019 г.

ПРОГРАММА

**ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПО ПРОФИЛЮ СПЕЦИАЛЬНОСТИ)
ПРАКТИКИ**

**В СОСТАВЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ.01 «Разработка и создание дизайна рекламной продукции»**

для специальности среднего профессионального образования

42.02.01 «Реклама»

Санкт-Петербург 2019

Программа производственной (по профилю специальности) практики разработана в соответствии с ФГОС СПО по специальности среднего профессионального образования

42.02.01

код

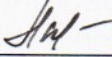
Реклама

наименование специальности

РАССМОТРЕНА И ОДОБРЕНА

Цикловой комиссией экономических
дисциплин и рекламы

Протокол № 10 от 15.05.2019 г.

Председатель:  /Лачугина М.М./

РЕКОМЕНДОВАНА

Методическим
советом факультета СПО

Протокол № 7 от 18.06.2019 г.

Председатель:  /Березина С.А./

СОГЛАСОВАНА

Зам. декана по УПР:  /Промахова А.К./

«26» июня 2019 г.

Разработчики:

Филиппова С.Е., преподаватель высшей квалификационной категории

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПО ПРОФИЛЮ СПЕЦИАЛЬНОСТИ) ПРАКТИКИ.....	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПО ПРОФИЛЮ СПЕЦИАЛЬНОСТИ) ПРАКТИКИ.....	6
3 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПО ПРОФИЛЮ СПЕЦИАЛЬНОСТИ) ПРАКТИКИ	9
4 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПО ПРОФИЛЮ СПЕЦИАЛЬНОСТИ) ПРАКТИКИ.....	11

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПО ПРОФИЛЮ СПЕЦИАЛЬНОСТИ) ПРАКТИКИ

1.1. Область применения программы

Программа производственной (по профилю специальности) практики является составной частью программно-методического сопровождения образовательной программы (ОП) среднего профессионального образования (СПО) - программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 «Реклама».

Прохождение практики базируется на знаниях и умениях, ранее приобретенных обучающимися при изучении следующих учебных дисциплин и междисциплинарных курсов: МДК 01.01 Художественное проектирование рекламного продукта, Рисунок с основами перспективы, Живопись с основами цветоведения.

Результаты, полученные при прохождении производственной (по профилю специальности) практики, имеют как самостоятельное значение, так и используются при оценке освоения вида профессиональной деятельности, соответствующего профессиональному модулю ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции.

1.2. Цели и задачи производственной (по профилю специальности) практики – требования к результатам освоения программы

Производственная практика направлена на формирование у обучающихся общих и профессиональных компетенций:

ОК 1 Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2 Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3 Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 4 Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5 Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК 6 Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7 Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.

ОК 8 Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития,

заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 9 Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

ОК 10 Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.

ОК 11 Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.

ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.

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

ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.

ПК 1.4. Составлять и оформлять рекламные объявления.

ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.

и приобретение практического опыта по виду профессиональной деятельности
Разработка и создание дизайна рекламной продукции

1.3. Продолжительность производственной (по профилю специальности) практики

В соответствии с учебным планом специальности на проведение производственной (по профилю специальности) практики отводится 144 / 4 часов/недель

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПО ПРОФИЛЮ СПЕЦИАЛЬНОСТИ) ПРАКТИКИ

2.1. Объем производственной (по профилю специальности) практики и виды учебной работы

Вид учебных занятий, обеспечивающих практико-ориентированную подготовку	Объем часов (академ.)
Всего занятий	144
в том числе:	
лекции	20
практическая часть	124
экскурсии	0
Итоговая аттестация в форме дифференцированного зачёта	

2.2. Тематический план и содержание производственной (по профилю специальности) практики

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы по практике	Объем часов (академ.)	Коды компетенций (ОК, ПК)
1	2	3	4
Вводное занятие	Содержание учебного материала: Вводный инструктаж о прохождении практики. Ознакомление с рекламным предприятием, изучение его функциональной структуры и функций каждого структурного подразделения (тип рекламного агентства, руководство, иерархия должностей, объём заказов, уровень, территория охвата, возможности, эффективность) изучение технологической схемы производства и видов выпускаемой продукции. Прохождение инструктажа по охране труда и технике безопасности.	6	- ОК01
Раздел 1	Разработка творческой концепции рекламного продукта	30	
Тема 1.1. Организация процесса поиска творческих идей на рекламном предприятии	Содержание учебного материала: -принципы разработки фирменного стиля, -этапы разработки рекламной кампании, -особенности разработки пиар-кампании	2	ПК01 ОК06
	Практические работы: -изучение опыта креативного отдела рекламного агентства (успешные, провальные, яркие рекламные сообщения) -участие студента в качестве стажёра-помощника во всех организационных мероприятиях, связанных с поиском и психологическим обоснованием рекламных идей (описание поставленной задачи, вариантов решений, указание идей, выбранных агентством для работы) -разработка в качестве стажёра-помощника авторских рекламных проектов (фирменного стиля, рекламной кампании, пиар-кампании) -участие в презентации клиенту стратегии, креативных работ и других проектов	28	
Раздел 2	Художественное проектирование рекламного продукта	102	
Тема 2.1. Художественное конструирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы	Содержание учебного материала: -особенности разработки логотипа -художественное проектирование фирменного стиля	2	ОК 04 ОК05 ПК02
	Практические работы: -создание моделей (макетов, сценариев) рекламного объекта с учетом выбранной технологии -выполнение отдельных элементов рекламного проекта в материале -выполнение в качестве стажёра-помощника художественных эскизов и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы; обоснование выбора использования художественных приемов, инструмента, оборудования, основных изобразительных средств и материалов	34	
Тема 2.2	Содержание учебного материала: -структура рекламного текста -стилистика рекламного текста	2	ОК 04 ОК05 ПК04

Оформление рекламных объявлений	Практические работы: -выполнение копирайтерских и рерайтерских видов работ -составление и оформление текстов рекламных объявлений -участие в разработке проекта рекламы с использованием художественных языковых средств (описать цели, поисковые идеи, результат)	34	
Тема 2.3 Разработка рекламного сообщения	Содержание учебного материала: -принципы проведения фокус-групп -особенности разработки медиаплана	2	ОК02 ОК 04 ОК05 ПК03
	Практические работы: -выявление требований целевых групп потребителей на основе анализа рынка (проведение дополнительных исследований для определения особенностей поведения потребителей и выработки стратегии бренд-коммуникаций) -участие в разработке медиаплана, разработка средств продвижения рекламного продукта - проведение исследования первоначальных творческих концепций для определения их эффективности (в том числе в фокус-группах) и соответствия целям и задачам кампании -редактирование результатов креативного процесса -написание текстов для различных носителей рекламной информации -визуализация разработанного текста -разработка художественных образов с рекламными функциями	28	
Раздел 3	Оформление отчётных документов по практике		
Тема 3.1 Обобщение материалов, получение отзывов, характеристик, заполнение атт. листа. Получение зачета	Оформление отчета по практике, приложений, документации в соответствии с индивидуальным заданием и требованиями, установленными на ФСПО ГУАП. Защита отчета.	6	ОК01 ОК 02 ОК05
	всего	144	

3 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПО ПРОФИЛЮ СПЕЦИАЛЬНОСТИ) ПРАКТИКИ

3.1. Вид, тип, форма проведения и база практики

Вид практики – производственная.

Тип (для производственной практики) – по профилю специальности.

Практика проводится концентрированно.

Местом проведения производственной (по профилю специальности) практики являются: рекламные отделы предприятий и организаций, рекламные агентства Санкт-Петербурга и ЛО.

3.2. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению практики

№ п/п	Наименование объектов материально-технической базы практики с перечнем необходимого оборудования
1	Оборудование в соответствии с Распоряжением декана факультета СПО № 11-СПО-5/17 от 07.03.2017г.

3.3. Информационное обеспечение практики

Учебная литература

1. Овчинникова, Р.Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 070601 «Дизайн», 032401 «Реклама» / Р.Ю. Овчинникова ; под ред. Л.М. Дмитриевой. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 239 с. — (Серия «Азбука рекламы»). - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028720>

Ресурсы сети «Интернет»

1. <http://zakon-o-reklame.ru> Федеральный закон о рекламе
2. <http://razrabotkreklprod.jimdo.com> Дмитриева, Л.М. Разработка творческой концепции рекламного продукта
3. <http://mirknig.com/knigi/business/1181209412-reklamny> Бердышев, С. Н. Рекламный текст. Методика составления и оформления

Необходимое программное обеспечение

1. ПО общего назначения: текстовые редакторы, графические редакторы, электронные таблицы

Перечень информационных справочных систем

1. <http://www.consultant.ru> - Справочно-правовая система «Консультант Плюс»

2. <http://www.garant.ru> - Справочно-правовая система «Гарант».

4 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПО ПРОФИЛЮ СПЕЦИАЛЬНОСТИ) ПРАКТИКИ

4.1 Форма отчётности по практике

Отчетная документация по практике обязательно должна содержать:

- индивидуальное задание на прохождение практики;
- отчет, включающий в себя титульный лист, содержательную часть, список использованных источников;
- аттестационный лист по практике обучающегося;
- дневник практики.

Формы индивидуального задания, титульного листа отчета по практике, аттестационного листа и дневника практики представлены в РДО ГУАП. СМКО 3.171.

4.2 Контроль и оценка результатов прохождения практики

Контроль и оценка результатов прохождения производственной (по профилю специальности) практики осуществляется преподавателем при проверке дневников практики, отчетов, а также сдаче дифференцированного зачета.

Процедура оценивания по производственной (по профилю специальности) практике осуществляется на основании данных аттестационного листа (характеристики профессиональной деятельности обучающегося на практике) с указанием видов работ, выполненных обучающимся во время практики, их объема, качества их выполнения в соответствии с технологией и (или) требованиями организации, в которой проходила практика.

Оценка результатов прохождения производственной (по профилю специальности) практики:

Результаты прохождения практики (формируемые компетенции, осваиваемые умения, приобретаемый практический опыт)	Формы и методы контроля и оценки результатов
Общие компетенции: ОК 1 Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес. ОК 2 Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Наблюдение за деятельностью обучающихся во время прохождения практики. Оценка сформированности компетенций (да-нет).

ОК 3 Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность. ОК 4 Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития. ОК 5 Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности. ОК 6 Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями. ОК 7 Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий. ОК 8 Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации. ОК 9 Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности. ОК 10 Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности. ОК 11 Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.	
Профессиональные компетенции: ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей. ПК 1.2. Осуществлять художественное конструирование и	Контроль правильности и качества выполнения практических заданий. Контроль выполнения индивидуальных и групповых заданий.

выбор оптимальных изобразительных средств рекламы. ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты. ПК 1.4. Составлять и оформлять рекламные объявления. ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.	Оценка сформированности компетенций (да- нет).
---	---