

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 2020 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 2020

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 № 9 от 15.06.2020 г.

Председатель: Лачугина М.М. /Лачугина М.М./

РЕКОМЕНДОВАНА

Методическим

советом факультета СПО

Протокол № 7 от 24.06.2020 г.

Председатель: Березина С.А. /Березина С.А./

СОГЛАСОВАНА

Зам. декана по УПР: Промахова А.К. /Промахова А.К./

«26» июня 2020 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

<b>Вид учебных занятий, обеспечивающих практико-ориентированную подготовку</b>	<b>Объем часов (академ.)</b>
<b>Всего занятий</b>	<b>144</b>
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
<b>Вводное занятие</b>	<b>Содержание учебного материала:</b> 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
<b>Раздел 1</b>	<b>Разработка творческой концепции рекламного продукта</b>	<b>30</b>	
Тема 1.1. Организация процесса поиска творческих идей на рекламном предприятии	<b>Содержание учебного материала:</b> -принципы разработки фирменного стиля, -этапы разработки рекламной кампании, -особенности разработки пиар-кампании  <b>Практические работы:</b> -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	2  28	ПК01 ОК06
<b>Раздел 2</b>	<b>Художественное проектирование рекламного продукта</b>	<b>102</b>	
Тема 2.1. Художественное конструирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы	<b>Содержание учебного материала:</b> -особенности разработки логотипа -художественное проектирование фирменного стиля  <b>Практические работы:</b> -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	2  34	ОК 04 ОК05 ПК02
Тема 2.2	<b>Содержание учебного материала:</b> -структура рекламного текста -стилистика рекламного текста	2	ОК 04 ОК05 ПК04

Оформление рекламных объявлений	<b>Практические работы:</b> -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	<b>Содержание учебного материала:</b> -принципы проведения фокус-групп -особенности разработки медиаплана	2	ОК02 ОК 04 ОК05 ПК03
	<b>Практические работы:</b> -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	
<b>Раздел 3</b>	<b>Оформление отчётных документов по практике</b>		
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.	<b>6</b>	ОК01 ОК 02 ОК05
	<b>всего</b>	<b>144</b>	



### **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://razbotkreklprod.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:

<b>Результаты прохождения практики (формируемые компетенции, осваиваемые умения, приобретаемый практический опыт)</b>	<b>Формы и методы контроля и оценки результатов</b>
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).

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

<p>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.</p>	<p>Оценка сформированности компетенций (да- нет).</p>
---	---