

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

УЧЕБНОЙ 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 учебной практики разработана в соответствии с ФГОС СПО
по специальности среднего профессионального образования

42.02.01

код

Реклама

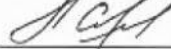
наименование специальности

РАССМОТРЕНА И ОДОБРЕНА

Цикловой комиссией

экономических дисциплин и рекламы

Протокол № 9 от 15.06.2020 г.

Председатель:  /Лачугина М.М./

РЕКОМЕНДОВАНА

Методическим

советом факультета СПО

Протокол № 7 от 24.06.2020 г.

Председатель:  /Березина С.А./

СОГЛАСОВАНА

Зам. декана по УПР:  /Промахова А.К./

«26» июня 2020 г.

Разработчики:

Филиппова С.Е., преподаватель высшей квалификационной категории

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ.....	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ.....	6
3 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	9
4 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ПРОХОЖДЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	10

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

1.1. Область применения программы

Программа учебной 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 учебной 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 учебной практики – требования к результатам освоения программы

Учебная практика направлена на формирование у обучающихся умений и приобретение первоначального практического опыта.

Планируемые результаты при прохождении учебной практики:

Умения:

- 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.

Первоначальный практический опыт:

- выбора художественной формы реализации рекламной идеи;
- создания визуального образа с рекламными функциями;
- художественного конструирования рекламных продуктов по заданию.

1.3. Продолжительность учебной практики

В соответствии с учебным планом специальности на проведение учебной практики отводится 108 / 3 часов/неделя

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

2.1. Объем учебной практики и виды учебной работы

Вид учебных занятий, обеспечивающих практико-ориентированную подготовку	Объем часов (академ.)
Всего занятий	108
в том числе:	
лекции	6
практическая часть	102
экскурсии	0
Итоговая аттестация в форме дифференцированного зачёта	

2.2. Тематический план и содержание учебной 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	<i>Содержание учебного материала</i>		1
		Ознакомление с программой практики. Вводный инструктаж	1
Раздел 1.	Разработка творческой концепции в рекламной деятельности		
Тема 1.1. Поиск рекламных идей	<i>Содержание учебного материала :</i> 1. Поиск и психологическое обоснование рекламных идей (разработка УТП, способы привлечения внимания различных видов рекламы) 2. Работа в фокус группе: определение особенностей поведения потребителей и выработка стратегии бренд-коммуникаций 3. Проведение исследования первоначальных творческих концепций для определения их эффективности и соответствия целям и задачам кампании	1	ОК01 ОК02 ОК04 ОК05 ПК01
	Практические работы: 1.Тренинг по развитию креативности личности («мозговой штурм») 2. Разработка вариантов рекламных коммуникаций («сценариев» рекламного сообщения) 3. Разработка плана исследования первоначальных творческих концепций для определения их эффективности	10	ПК01
Тема 1.2 Процесс разработки, методы проектирования рекламных сообщений	<i>Содержание учебного материала:</i> 1.Копирайтерские виды работ. Анализ рекламы с использованием художественных языковых средств 2. Принципы и методы проектирования текстовых элементов фирменного стиля. Анализ данных, метод синектики, мозговой штурм. 3. Виды слоганов	1	ОК01 ОК02 ОК04 ОК05 ПК04
	Практические занятия: 1. Разработка проекта рекламы с использование художественных языковых средств 2.Проектирования текстовых элементов фирменного стиля 3. Проектирование вариантов слоганов	11	ПК04
Раздел 2	Художественное проектирование рекламного продукта		
Тема 1.3 Создание визуальных образов с рекламными функциями	<i>Содержание учебного материала :</i> -Художественный образ в рекламе -Принципы визуализации рекламного текста -Текстовый дизайн рекламного сообщения - Форма. Шрифтовая и художественная графика - Цвет, фактура - Организация композиции - Законы композиции. Равновесие - Единство и соподчинение. Композиционный центр - Средства гармонизации композиции - Ритм. Контраст. Нюанс. Тождество - Пропорции - Фронтальная композиция - Объемная композиция -Глубинно-пространственная композиция	2	ОК01 ОК02 ОК04 ОК05 ПК02 ПК05
	Практические занятия : 1. Рисунок городского пейзажа. 2. Создание текстовой рекламы с использованием художественных языковых средств 3. Выполнение работ по стилизации и трансформации шрифта 4. Выполнение графических набросков растений (трав и деревьев); городского пейзажа; растительного орнамента на глиняной	70	ПК02 ПК05

	<p>тарелке, разделочной доске (Приём переработки форм предметов окружающего мира в декоративные); набросков животных с натуры (кошки, собаки, коня и т.д.). Создание эскиза по стилизации животных</p> <p>5.Выполнение эскиза стилизованного натюрморта</p> <p>6. Выполнение работы в технике «коллаж»</p> <p>7.Создание логотипов рекламного продукта</p> <p>8. Выполнение копии (на примере пуантилизма)</p> <p>9. Создание эскиза макета 3D-рекламы в технике «коллаж»</p> <p>10. Выполнение эскиза натюрморта в технике «гризайль»</p> <p>11. Организация выставки студенческих отчетных работ. Просмотр работ студентов.</p>		
Тема 1.4. Разработка индивидуального рекламного проекта	<p><i>Содержание учебного материала :</i></p> <p>1. Выполнение отдельных элементов рекламного проекта в эскизах (фирменный цвет, логотип, упаковка) с психологическим обоснованием.</p> <p>2. Проектирование названия, слогана по индивидуальному заданию</p> <p>3. Разработка авторских рекламных проектов</p>	1	ОК01 ОК02 ОК04 ОК05 ПК03
	<p>Практические занятия:</p> <p>1. Проектирование индивидуального рекламного проекта</p> <p>2. Презентация и защита рекламного проекта, подготовка скриншотов для отчета</p>	11	ОК04 ОК05 ПК03
	Всего	108	

3 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

3.1. Вид, тип, форма проведения и база практики

Вид практики – учебная.

Практика проводится концентрированно.

Местом проведения учебной практики является: ГУАП, 12 факультет, Московский пр., д. 149 в.

3.2. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению практики

№ п/п	Наименование объектов материально-технической базы практики с перечнем необходимого оборудования
1	Лаборатории, мастерские: кабинет рисунка, живописи, шрифтовой и художественной графики, цветоведения, лаборатория компьютерного дизайна, компьютерной графики и видеомонтажа. 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, 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 УЧЕБНОЙ 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 учебной практики осуществляется преподавателем при проведении практических занятий и лабораторных работ, приема отчетов, а также сдачи дифференцированного зачета.

Процедура оценивания по учебной 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 учебной практики:

Результаты прохождения практики (формируемые компетенции, осваиваемые умения, приобретаемый практический опыт)	Формы и методы контроля и оценки результатов
Умения: <ul style="list-style-type: none">– 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.	Экспертная оценка, решение ситуационных задач, изготовление готового продукта, полнота и своевременность предоставления отчёта по практике, его соответствие заданию на практику, защита отчёта. Система отметок в баллах (2, 3, 4, 5) за каждую выполненную работу, на основе которых выставляется итоговая отметка. Оценка защиты отчёта: система отметок в баллах (2, 3, 4, 5).
Практический опыт: <ul style="list-style-type: none">– выбора художественной формы реализации рекламной идеи;	Контроль правильности и качества выполнения практических заданий. Контроль выполнения индивидуальных и

<ul style="list-style-type: none">– создания визуального образа с рекламными функциями;– художественного конструирования рекламных продуктов по заданию.	групповых заданий. Оценка приобретения практического опыта: (приобретён-не приобретён).
---	---