

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.  
Н.А. Чернова

«22» июня 2022 г.

**ПРОГРАММА**

**УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ**

**В СОСТАВЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

**ПМ.02 «Производство рекламной продукции»**

Для специальности среднего профессионального образования

**42.02.01 «Реклама»**

Санкт-Петербург 2022

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 № 10 от 14.06.2022 г.

Председатель:  /Лачугина М.М./

РЕКОМЕНДОВАНА

Методическим  
советом факультета СПО

Протокол № 8 от 15.06.2022 г.

Председатель:  /Шелешнева С.М./

СОГЛАСОВАНА

Зам. декана по УПР:  /Промахова А.К./

15.06.2022 г.

Разработчики:

Лачугина М.М., преподаватель высшей квалификационной категории, к.э.н.

## 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 ..... | 11 |

# 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 02.01 Выполнение рекламных проектов в материале, МДК 02.03 Техника и технология рекламной фотографии, МДК 02.04 Техника и технология рекламного видео.

Результаты, полученные при прохождении учебной практики, имеют как самостоятельное значение, так и используются при оценке освоения вида профессиональной деятельности, соответствующего профессиональному модулю ПМ.02 Производство 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 фотосъемку для производства рекламного продукта;
- осуществлять видеосъемку для производства рекламного продукта;
- использовать компьютерные технологии при создании печатного рекламного продукта;
- разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы;
- использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео-, анимации;
- использовать мультимедийные и web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта.

Первоначальный практический опыт:

- выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств, и материалов при исполнении рекламного продукта;
- построения модели (макета, сценария) объекта с учетом выбранной технологии;
- подготовки к производству рекламного продукта;

– производства рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков.

### **1.3. Продолжительность учебной практики**

В соответствии с учебным планом специальности на проведение учебной практики отводится 72 / 2 часов/неделя.

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

### 2.1. Объем учебной практики и виды учебной работы

| <b>Вид учебных занятий, обеспечивающих практико-ориентированную подготовку</b> | <b>Объем часов (академ.)</b> |
|--|------------------------------|
| <b>Всего занятий</b>   | <b>72</b>                    |
| в том числе:   |                              |
| лекции   | 12                           |
| практическая часть   | 60                           |
| экскурсии  | 0                            |
| Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачёта                    |                              |

## 2.2. Тематический план и содержание учебной практики

| Наименование разделов и тем  | Содержание материала  | Объем часов (академ.) | Коды компетенций (ОК, ПК)            |
|--|---|-----------------------|--------------------------------------|
| 1  | 2   | 3                     | 4                                    |
| Вводное / организационное занятие  | <i>Содержание учебного материала</i>  | -                     | -                                    |
|  | Правила техники безопасности  | 2                     | ОК 1-ОК 9, ПК 2.1                    |
| Раздел 1   | Выбор и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств, и материалов при исполнении рекламного продукта   |                       |                                      |
| Тема 1.1<br>Подготовка к исполнению рекламного продукта                                | <i>Содержание учебного материала</i>  | -                     | -                                    |
|  | 1 Рекламные материалы и их свойства. Рекламные материалы для создания рекламного продукта. Рекламное оборудование для создания рекламного продукта. Технические и программные средства для создания печатного рекламного продукта. Фотосъемка. Видеосъемка. Технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации, аппаратное и программное обеспечение разработки рекламного продукта  | 4                     | ОК 1-ОК 10, ПК 2.1, ПК 2.2., ПК 2.3. |
|  | <i>Практические работы</i>  | -                     | -                                    |
|  | 1 Разработка эскиза рекламного продукта   | 4                     | ОК 1-ОК 10, ПК 2.1, ПК 2.2., ПК 2.3. |
|  | 2 Выбор инструментов, оборудования и изобразительных средств, и материалов для исполнения рекламного продукта   | 4                     | ОК 1-ОК 10, ПК 2.1, ПК 2.2., ПК 2.3. |
|  | 3 Выполнение фотосъемки   | 6                     | ОК 1-ОК 10, ПК 2.1, ПК 2.2., ПК 2.3. |
|  | 4 Выполнение видеосъемки  | 6                     | ОК 1-ОК 10, ПК 2.1, ПК 2.2., ПК 2.3. |
| Раздел 2   | Построения макета рекламного продукта с учетом выбранной технологии   | -                     |                                      |
| Тема 2.1<br>Создание оригинал-макета рекламного продукта и его предпечатная подготовка | <i>Содержание учебного материала</i>  | -                     | -                                    |
|  | 1 Производство рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков. Алгоритм и содержание технологического процесса создания и производства рекламного продукта. Профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео-, анимации. Создание оригинал-макета. Применение мультимедийных и web-технологий для разработки и внедрения рекламного продукта. Закон о рекламе. | 4                     | ОК 1-ОК 10, ПК 2.1, ПК 2.2., ПК 2.3. |
|  | <i>Практические работы</i>  | -                     | -                                    |
| 1  | Создание оригинал макета буклета с учетом выбранных материалов и оборудования   | 10                    | ОК 1-ОК 10, ПК 2.1, ПК 2.2., ПК 2.3. |

|  |   |   |                          |                                      |
|--|---|---|--------------------------|--------------------------------------|
|  | 2   | Создание оригинал макета плаката с учетом выбранных материалов и оборудования | 10                       | ОК 1-ОК 10, ПК 2.1, ПК 2.2., ПК 2.3. |
|  | 3   | Создание сценария видеоролика (раскадровка)                                   | 10                       | ОК 1-ОК 10, ПК 2.1, ПК 2.2., ПК 2.3. |
|  | 4   | Предпечатная подготовка к производству рекламного продукта                    | 2                        | ОК 1-ОК 10, ПК 2.1, ПК 2.2., ПК 2.3. |
| Раздел 3   | Подготовка к производству рекламного продукта |   | -                        | -                                    |
| Тема 3.1 Выбор материалов и оборудования для процесса печати рекламного продукта | <i>Содержание учебного материала</i>          |   | -                        | -                                    |
|  | 1   | Выбор материалов и оборудования для процесса печати буклета, плаката          | 2                        | ОК 1-ОК 10, ПК 2.1, ПК 2.2., ПК 2.3. |
|  | <i>Практические работы</i>                    |   |                          |                                      |
|  | 1   | Выбор печати для производства рекламного продукта                             | 4                        | ОК 1-ОК 10, ПК 2.1, ПК 2.2., ПК 2.3. |
|  | 2   | Послепечатная подготовка к производству рекламного продукта                   | 4                        | ОК 1-ОК 10, ПК 2.1, ПК 2.2., ПК 2.3. |
|  | Всего   |   | <b>72 часа /2 недели</b> |                                      |

### **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: фото, видео-лаборатория.<br>Оборудование в соответствии с Распоряжением декана факультета СПО № 11-СПО-01/21 от 11.01.2021 |

#### **3.3. Информационное обеспечение практики**

Учебная литература

1. Инженерная 3D-компьютерная графика в 2 т. Том 1 : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. Л. Хейфец, А. Н. Логиновский, И. В. Буторина, В. Н. Васильева ; под редакцией А. Л. Хейфеца. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 328 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-07976-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/494513>
2. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 431 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11216-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489829>

Ресурсы сети Интернет

1. Платформы для создания сайтов Tilda Publishing <https://tilda.cc/ru/>.
2. Платформы для создания сайтов Wix <https://ru.wix.com/>

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 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.

Формы индивидуального задания, титульного листа отчета по практике, аттестационного листа представлены в РДО ГУАП. СМК 3.161.

### 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.

Оценка результатов прохождения учебной практики:

| <b>Результаты прохождения практики (формируемые компетенции, осваиваемые умения, приобретаемый практический опыт)</b>   | <b>Формы и методы контроля и оценки результатов</b>  |
|---|--|
| Умения: <ul style="list-style-type: none"><li>– осуществлять фотосъемку для производства рекламного продукта;</li><li>– осуществлять видеосъемку для производства рекламного продукта;</li><li>– использовать компьютерные технологии при создании печатного рекламного продукта;</li><li>– разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы;</li><li>– использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео-, анимации;</li></ul> | 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). |

|  |   |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>– использовать мультимедийные и web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта.</li> </ul>   |   |
| <p>Практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств, и материалов при исполнении рекламного продукта;</li> <li>– построения модели (макета, сценария) объекта с учетом выбранной технологии;</li> <li>– подготовки к производству рекламного продукта;</li> <li>– производства рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков.</li> </ul> | <p>Контроль правильности и качества выполнения практических заданий.</p> <p>Контроль выполнения индивидуальных и групповых заданий.</p> <p>Оценка приобретения практического опыта: (приобретён-не приобретён).</p> |