

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.т.н.  
С.Л. Поляков  
«21» июня 2023 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 2023

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 14.06.2023 г.

Председатель:  /Лачугина М.М./

РЕКОМЕНДОВАНА

Методическим  
советом факультета СПО

Протокол № 10 от 14.06.2023 г.

Председатель:  /Шелешнева С.М./

СОГЛАСОВАНА

Зам. декана по УПР:  /Промахова А.К./

14.06.2023 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 первичных профессиональных навыков, приобретение начального опыта практической деятельности, овладение необходимыми общими и профессиональными компетенциями (их частью) по профилю соответствующей образовательной программы: ОК 01, 02, 04, 05, ПК 1.2, 1.3., 1.4.

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/недель.

## 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>108</b>
в том числе:	
лекции	6
практическая часть	102
экскурсии	0
Промежуточная 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
<b>Раздел 1.</b>	<b>Разработка творческой концепции в рекламной деятельности</b>		
<b>Тема 1.1. Поиск рекламных идей</b>	<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	<b>1</b>	ОК01 ОК02 ОК04 ОК05  ПК1.1
	<b>Практические работы:</b> 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	<b>10</b>	ПК1.1
<b>Тема 1.2 Процесс разработки, методы проектирования рекламных сообщений</b>	<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	<b>1</b>	ОК01 ОК02 ОК04 ОК05  ПК1.4
	<b>Практические занятия:</b> 1. Разработка проекта рекламы с использование художественных языковых средств 2.Проектирования текстовых элементов фирменного стиля 3. Проектирование вариантов слоганов	<b>11</b>	ПК1.4
<b>Раздел 2</b>	<b>Художественное проектирование рекламного продукта</b>		
<b>Тема 1.3 Создание визуальных образов с рекламными функциями</b>	<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	<b>2</b>	ОК01 ОК02 ОК04 ОК05 ПК1.2
	<b>Практические занятия :</b> 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	<b>70</b>	ПК1.2

	<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>		
<b>Тема 1.4. Разработка индивидуального рекламного проекта</b>	<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>	<b>1</b>	ОК01 ОК02 ОК04 ОК05 ПК 1.3
	<p><b>Практические занятия:</b></p> <p>1. Проектирование индивидуального рекламного проекта</p> <p>2. Презентация и защита рекламного проекта, подготовка скриншотов для отчета</p>	<b>11</b>	ОК04 ОК05 ПК 1.3.
	<b>Всего</b>	<b>108</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: кабинет рисунка, живописи, шрифтовой и художественной графики, цветоведения, лаборатория компьютерного дизайна, компьютерной графики и видеомонтажа. Оборудование в соответствии с Распоряжением декана факультета СПО № 212-68-04/23 от 27.01.2023 г.

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

Учебная литература

1. Основы дизайна и композиции: современные концепции : учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. Э. Павловская [и др.] ; ответственный редактор Е. Э. Павловская. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 119 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11671-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/494767>

1.

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.

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 поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги;</li><li>– разрабатывать композиционное решение рекламного продукта;</li><li>– использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы;</li><li>– составлять рекламные тексты.</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).
Практический опыт: <ul style="list-style-type: none"><li>– выбора художественной формы реализации рекламной идеи;</li><li>– создания визуального образа с рекламными функциями;</li></ul>	Контроль правильности и качества выполнения практических заданий. Контроль выполнения индивидуальных и групповых заданий. Оценка приобретения практического опыта:

– художественного конструирования  
рекламных продуктов по заданию.

(приобретён-не приобретён).