

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

«23» июня 2025 г.

ПРОГРАММА

УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

В СОСТАВЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

**ПМ.04 «Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и
основных креативных решений и творческих материалов на основных
рекламных носителях»**

образовательной программы

42.02.01 «Реклама»

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

42.02.01

код

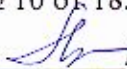
Реклама

наименование специальности

РАССМОТРЕНА И ОДОБРЕНА

Цикловой комиссией экономических
дисциплин и рекламы

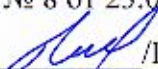
Протокол № 10 от 18.06.2025 г.

Председатель:  /Лачугина М.М./

РЕКОМЕНДОВАНА

Методическим
советом факультета СПО

Протокол № 8 от 23.06.2025 г.

Председатель:  /Шелешнева С.М./

СОГЛАСОВАНА

Зам. декана по УПР:  /Бирюков И.Б./

«23» июня 2025 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 04.01 Художественное проектирование рекламного продукта; Основы композиции, рисунка, живописи в рекламе.

Результаты, полученные при прохождении учебной практики, имеют как самостоятельное значение, так и используются при оценке освоения вида профессиональной деятельности, соответствующего профессиональному модулю ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях.

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, частичное овладение необходимыми общими и профессиональными компетенциями по профилю соответствующей образовательной программы.

Перечень общих и профессиональных компетенций:

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;

ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;

ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании.

ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании.

ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.

и приобретение практического опыта по виду деятельности Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях.

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
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	Содержание учебного материала:	-	-
	1 Цели и задачи практики. Ознакомление с программой практики. Организация работы со справочной литературой. Организация рабочего места	6	ОК 01, ОК 04,
	Экскурсии:		
	1 Экскурсии на показы рекламной продукции	6	ОК 01, ОК 04,
Раздел 1	Характеристика и оценка современного состояния интернет-маркетинга	-	
	Содержание учебного материала:	-	
	1 Характеристика и оценка современного состояния рекламной отрасли в части производства продуктов рекламного и медиадизайна. Мониторинг и оценка креативных решений в рекламе для увеличения насмотренности	4	ОК 01, ОК 04, ПК 4.1, ПК 4.2
	Практические работы:	-	
	1 Характеризовать и оценивать современное состояние отрасли рекламного и медиадизайна	6	ОК 01, ОК 04, ПК 4.1, ПК 4.2
	2 Характеризовать и оценивать современное состояние отрасли рекламного и медиадизайна	6	
	3 Мониторить и оценивать креативные решения в рекламе для увеличения насмотренности	6	
Раздел 2	Заполнение технического задания по созданию продуктов рекламного и медиадизайна		
Тема 2.1	Содержание учебного материала:		

Заполнение технического задания по созданию продуктов рекламного и медиадизайна	1	Заполнение технического задания по созданию продуктов рекламного и медиадизайна. Разработка рекламных идей в разных форматах для разных объектов. Презентация заказчику или руководителю авторских рекламных идей по заданному объекту в области рекламного и медиадизайна	4	ОК 01, ОК 04, ПК 4.1, ПК 4.2
	Практические работы:			
	1	Заполнять техническое задание по созданию продуктов рекламного и медиадизайна	6	ОК 01, ОК 04, ПК 4.1, ПК 4.2
	2	Предлагать и разрабатывать рекламные идеи в разных форматах для разных объектов	6	
Раздел 3	3	Разрабатывать и презентовать заказчику или руководителю авторские рекламные идеи по заданному объекту в области рекламного и медиадизайна	6	
	Освоение функций и возможностей профессионального оборудования в области рекламного и медиадизайна			
	Тема 3.1 Освоение функций и возможностей профессионального оборудования в области рекламного и медиадизайна			
	Содержание учебного материала:			
	1	Освоение функций и возможностей профессионального оборудования в области рекламного и медиадизайна. Освоение функций и возможностей программного обеспечения и онлайн - сервисов для продуктов рекламного и медиадизайна. Освоение и использование в процессе создания продуктов в области рекламного и медиадизайна соответствующего Программного обеспечения и онлайн - сервисов.	4	ОК 01, ОК 04, ПК 4.1, ПК 4.2
	Практические работы:			
	1	Под контролем осваивать профессиональное оборудование и программное обеспечение в области рекламного и медиадизайна	6	ОК 01, ОК 04, ПК 4.1, ПК 4.2
	2	Осваивать и использовать в процессе создания продуктов в области рекламного и медиадизайна соответствующее программное обеспечение и онлайн -сервисы	6	

Раздел 4	Размещение подготовленных в продуктов рекламного и медиадизайна на интернет -ресурсах			
Тема 4.1	Содержание учебного материала:			
Размещение подготовленных в продуктов рекламного и медиадизайна на интернет -ресурсах	1	Участие в проведении подготовительных действий перед размещением продуктов рекламного и медиадизайна. Осуществление предпечатной подготовки продуктов рекламного и медиадизайна в соответствии с техническими требованиями типографий. Осуществление подготовки продуктов рекламного и медиадизайна к размещению на интернет -площадках. Размещение подготовленных в продуктов рекламного и медиадизайна на интернет -ресурсах	4	ОК 01, ОК 04, ПК 4.1, ПК 4.2
	Практические работы:			
	1	Проводить подготовительные действия перед размещением продуктов рекламного и медиадизайна	6	ОК 01, ОК 04, ПК 4.1, ПК 4.2
	2	Осуществлять предпечатную подготовку продуктов рекламного и медиадизайна в соответствии с техническими требованиями типографий	6	
	3	Осуществлять подготовку продуктов рекламного и медиадизайна к размещению на интернет -площадках.	6	
	4	Размещать подготовленные продукты рекламного и медиадизайна на интернет -площадках	6	
Раздел 5	Оформление отчета		-	
Тема 5.1	Содержание учебного материала:		-	
Оформление отчета	1	Оформление отчета с демонстрацией необходимых результатов работ	8	ОК 01, ОК 04
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 являются: 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	Оборудование установлено протоколом Методического совета факультета: Протокол № 8 от 23.06.2025 г.

3.3. Информационное обеспечение практики

Учебная литература

1. 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>
2. 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>
3. Фомичев, В. И. Выставочное дело : учебное пособие для среднего профессионального образования / В. И. Фомичев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 134 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08096-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/493631>

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 проверке отчетов по практике, а также сдаче 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	Формы и методы контроля и оценки результатов
Общие компетенции: ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам; ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности; ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере,	Наблюдение за деятельностью обучающихся во время прохождения практики. Оценка сформированности компетенций (да-нет).

использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях; ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде; ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста; ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.	
Профессиональные компетенции: ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании. ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной коммуникационной кампании. ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет.	Контроль правильности и качества выполнения практических заданий. Контроль выполнения индивидуальных и групповых заданий. Оценка сформированности компетенций (да-нет).