

УТВЕРЖДЕНО
Директор АНО СНО
«Бирский кооперативный техникум»

Р.Г.Ахунова
«2018» год

Р.Г.Ахунова
«2019» год

Р.Г.Ахунова
«2020» год

Р.Г.Ахунова
«2021» год

СОГЛАСОВАНО

Ермолов В.В.
«2018» год

СОГЛАСОВАНО

И.Т. Токмучиев Т.В.



«июль» 2018 год

(Ермолов В.В.)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ПМ. 01 Разработка и создание дизайна реклам ной продукции

Рассмотрено на заседании предметно-цикловой комиссии УГ 42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело

Председатель ПЦК

Сул / *Ахметова М.М.* /

2018-2019 учеб.год Протокол № 5 от 29.06 2018 *Сул* / *Ахметова*
2019-2020 учеб. год Протокол № 1 от 29.08 2019 *Сул* / *Ахметова*
2020-2021 учеб. год Протокол № 1 от 28.08 2020 *Сул* / *Ахметова*
2021-2022 учеб. год Протокол № 1 от 30.08 2021 *Сул* / *Ахметова*



Рабочая программа производственной практики по **ПМ. 01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции** является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО **42.02.01 Реклама**

Рабочая программа производственной практики **ПМ. 01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции** разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, Утвержденного Приказом Минобрнауки России от 13 марта 2018 года № 177.

ОДОБРЕНО Методическим советом техникума
Протокол № 9 от «29» 06 2018 г.
Председатель Методсовета [подпись] /Лутфулина А.А./

РАССМОТРЕНО
на заседании ПЦК УГ. 42.00.00 Средства массовой информации и
информационно-библиотечное дело

Протокол № 5 от «29» 06 2018 г.
Председатель ПЦК [подпись] /Ахкамова М.И./

РАССМОТРЕНО
на заседании ПЦК УГ. 42.00.00 Средства массовой информации и информационно-
библиотечное дело

Протокол № 1 от «29» 08 2019 г.
Председатель ПЦК [подпись] /Ахкамова М.И./

РАССМОТРЕНО
на заседании ПЦК УГ. 42.00.00 Средства массовой информации и информационно-
библиотечное дело

Протокол № 1 от «28» 08 2020 г.
Председатель ПЦК [подпись] /Ахкамова М.И./

РАССМОТРЕНО
на заседании ПЦК УГ. 42.00.00 Средства массовой информации и информационно-
библиотечное дело

Протокол № 1 от «30» 08 2021 г.
Председатель ПЦК [подпись] /Мухометов Е.Е./

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

1.1. Область применения программы

1.2. Цели и задачи производственной практики

1.3. Формы проведения производственной практики

1.4. Место проведения производственной практики

1.5. Количество часов на освоение программы производственной практики:

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ

2.1. Тематический план производственной практики по профессиональному модулю

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

3.1. Тематический план производственной практики

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

4.2. Общие требования к организации образовательного процесса

4.3. Кадровое обеспечение образовательного процесса

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ПМ. 01 РАЗРАБОТКА И СОЗДАНИЕ ДИЗАЙНА РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ

1.1. Область применения программы

Рабочая программа производственной практики **ПМ. 01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции** является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования (далее – ФГОС СПО) по специальности **42.02.01 Реклама** в части освоения основных видов профессиональной деятельности (ВПД): **Разработка и создание дизайна рекламной продукции**

1.2. Цели и задачи производственной практики

Производственная практика направлена на формирование у обучающихся умений, приобретение первоначального практического опыта и реализуется для последующего освоения ими общих и профессиональных компетенций по специальности **42.02.01 Реклама**. С целью овладения указанными видами профессиональной деятельности обучающийся в ходе освоения программы производственной практики должен:

приобрести первоначальный **практический опыт (ПО)** в:

- выборе художественной формы реализации рекламной идеи;
- создании визуального образа с рекламными функциями;
- художественном конструировании рекламных продуктов по заданию.

В результате прохождения производственной практики по видам профессиональной деятельности обучающийся должен **уметь**:

Требования к умениям

- 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;
- *выполнять формы, эскизов заданий по рекламе определённых видов деятельности;*
- *выявлять основные признаки рекламы в СССР;*
- *разрабатывать эскизы баннерной рекламы для сайта и соц.сетей;*
- *разбирать предложенные рекламные кампании на потребительскую и деловую путем определения ЦА.;*
- *определять проблемы вечерних курсов по этикету. Выявлять способы решения проблемы;*
- *создавать имидж определенного сегмента товара. Разрабатывать рекламную концепцию, согласно заявленному имиджу;*
- *разрабатывать стратегии глобализации торговой марки для определенной ЦА;*
- *повышение рейтинга компании в предложенной кризисной ситуации.*

1.3 Формы проведения производственной практики

Производственная практика проводится в форме практической деятельности обучающихся под непосредственным руководством и контролем преподавателей профессионального модуля. Структурно производственная практика включает три элемента: вводный инструктаж, выполнение заданий и текущее инструктирование, заключительный инструктаж (подведение итогов).

1.4 Место проведения производственной практики:

Производственная практика проводится на предприятиях и учреждениях города и Республики Башкортостан на основании заключенных договоров.

1.5 Количество часов на освоение программы производственной практики:

всего – 144 часа (4 недели)

Производственная практика проводится концентрированно в 4-м семестре после полного освоения **МДК 01.01 Художественное проектирование рекламного продукта, МДК 01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта**

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ ПМ. 01 РАЗРАБОТКА И СОЗДАНИЕ ДИЗАЙНА РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ

2.1 Тематический план производственной практики по профессиональному модулю ПМ. 01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции

Наименования тем	Количество часов аудиторной нагрузки	Умения
1. Выбор художественной формы реализации рекламной идеи;	6	- осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги;
2. Создание визуального образа с рекламными функциями;	6	- разрабатывать композиционное решение рекламного продукта;
3. Разработка композиционного решения рекламного продукта;	6	- использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы;
4. Художественное конструирование рекламного продукта;	6	- составлять рекламные тексты;
5. Составление слогана;	6	- выполнять формы, эскизов заданий по рекламе определённых видов деятельности;
6. Выполнение эскиза рекламного продукта по заказу;	6	- выявлять основные признаки рекламы в СССР;
7. Принципы деления плоскости;	6	- разрабатывать эскизы баннерной рекламы для сайта и соц. сетей;
8. Исторические примеры композиционного равновесия в архитектуре и живописи;	6	- разбирать предложенные рекламные кампании на потребительскую и деловую путем определения ЦА.;
9. Подбор цвета для определенной задачи рекламной кампании;	6	- определять проблемы вечерних курсов по этикету. Выявлять способы решения проблемы;
10. Визуальное поле через понятия «изображения» и «взгляда»;	6	- создавать имидж определенного сегмента товара.
11. Создание рекламного продукта по заданию руководителя предприятия – базы практики;	6	
12. Метафоры, обыгрывающие «естественные» элементы образа женщины, мужчины и отношений между ними;	6	
13. Порядок воздействия баннера: текстом, цветом и графикой.	6	
14. Понятие терминологии;	6	
15. Особенности шрифтов (их классификация);	6	

16.Различие шрифтов по начертанию;	6	Разрабатывать рекламную концепцию, согласно заявленному имиджу; - разрабатывать стратегии глобализации торговой марки для определенной ЦА; - повышение рейтинга компании в предложенной кризисной ситуации
17. Цветовые предпочтения;	6	
18. Образы сенсорно-логических, сенсорно-этических, интуитивно-логических и интуитивно-этических типов;	6	
19. Визуальное поле через понятия «изображения» и «взгляда»;	6	
20. Разработка эскиза композиционного решения рекламного продукта;	6	
21. Анализ произвольного рекламного продукта с использованием шрифта;	6	
22. Выполнение шрифтового рекламного плаката в заданном стилевом формате;	6	
23. Создание рекламного текста;	6	
24. Функции рекламы (их типы).	6	
ИТОГО	144	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

3.1. Требования к материально-техническому обеспечению

Для реализации программы профессионального модуля должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

- Кабинет проектирования рекламного продукта;
- Лаборатория компьютерного дизайна.

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Капран В. И. Психология и разработка рекламной продукции: учеб. пособие для студ. СПО / В.И. Капран. - М.: Издательский центр «Академия», 2019.- 240 с.
2. Логвиненко Г. М. Декоративная композиция: учебное пособие для студентов СПО, обучающихся по специальности "Изобразительное искусство" / Г. М. Логвиненко. - Москва: Владос, 2018. - 145 с., [8] л. цв. ил.: ил.
3. Чехов А. П. Реклама [Электронный ресурс] / А. П. Чехов. - М.: Инфра-М, 2018. - 2 с. - Режим доступа <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=518474> - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/518474>
4. Ткаченко Н. В. Креативная реклама. Технологии проектирования: учеб. пособие для студентов СПО, обучающихся по специальности «Реклама» / Н. В. Ткаченко, О. Н. Ткаченко; под ред. Л. М. Дмитриевой. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2018. — 335 с. — (Серия «Азбука рекламы»). - ISBN 978-5-238-01568-2. - Текст: электронный. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/1028594>

Дополнительные источники:

1. Реклама: язык, речь, общение: учеб. пособие / под ред. О.Я. Гойхмана, В.М. Лейчика. — М.: ИНФРА-М, 2018. - 288 с. - ISBN 978-5-16-003389-1. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/912530>
2. Шпаковский, В. О. Интернет-журналистика и интернет-реклама: Учебное пособие / В. О. Шпаковский, Н. В. Розенберг, Е.С. Егорова. - Вологда: Инфра-Инженерия, 2018. - 248 с.: ISBN 978-5-9729-0202-6. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/989631>
3. Курушин, В. Д. Дизайн и реклама: от теории к практике / В.Д. Курушин. - Москва: ДМК Пресс, 2019. - 308 с. - ISBN 978-5-97060-553-0. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028149>
4. Марочкина С. С. Введение в специальность. Реклама: учеб. пособие для студентов СПО, обучающихся по специальности «Реклама» / С. С. Марочкина, Л. М. Дмитриева, Е. В. Азарова; под ред. Л.М. Дмитриевой. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2018. - 239 с. -(Серия «Азбука рекламы»). - ISBN 978-5-238-01657-3. - Текст: электронный. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/1028705>

Интернет-ресурсы:

1. Интернет-сайт on-line библиотеки: дизайн, PR, реклама, полиграфия, web «Книги по дизайну и о дизайне для дизайнера». Форма доступа: <http://de-lib.narod.ru>
2. Интернет-сайт «Школа рекламиста [Adv]schoolRu»: новости, статьи, книги о рекламе, маркетинге, PR и дизайне. Форма доступа: <http://www.advschool.ru/>

3.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Обучение проводится с использованием различных технических средств обучения, методических приёмов проблемного обучения, контекстного обучения, имитационных и не имитационных моделей профессиональной деятельности, деловые и ролевые игры, разбор конкретных ситуаций, «мозгового штурма», работы «малыми» группами, индивидуального направленного обучения.

Освоение производственной практики **ПМ. 01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции** проводится в соответствии с учебным планом по специальности **42.02.01 Реклама** и календарным учебным графиком.

Образовательный процесс организуется по расписанию занятий.

3.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Преподаватели или мастера производственного обучения, осуществляющие руководство производственной практикой обучающихся, их квалификация должны отвечать квалификационным требованиям, указанным в квалификационных справочниках, и (или) профессиональных стандартах (при наличии).

Преподаватели или мастера производственного обучения, привлекаемые к реализации образовательной программы, должны получать дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в организациях, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности, указанной в пункте 1.5 настоящего ФГОС СПО, не реже 1 раза в 3 года с учетом расширения спектра профессиональных компетенций.

Преподаватели и мастера производственного обучения, обеспечивающие освоение обучающимися профессиональных модулей, имеющих опыт деятельности не менее 3 лет в организациях, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности, указанной в пункте 1.4 настоящего ФГОС СПО, в общем числе педагогических работников, реализующих образовательную программу, должна быть не менее 25 процентов.

4. Контроль и оценка результатов освоения программы производственной практики по ПМ. 01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции

Контроль и оценка результатов освоения производственной практики осуществляется руководителем практики в процессе проведения учебных занятий, самостоятельного выполнения обучающимися заданий, выполнения практических проверочных работ. В результате освоения

производственной практики в рамках профессиональных модулей обучающиеся проходят промежуточную аттестацию в форме дифференцированного зачета.

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
<p>Умения</p> <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; - выполнять формы, эскизов заданий по рекламе определённых видов деятельности; - выявлять основные признаки рекламы в СССР; - разрабатывать эскизы баннерной рекламы для сайта и соц. сетей; - разбирать предложенные рекламные кампании на потребительскую и деловую путем определения ЦА.; - определять проблемы вечерних курсов по этикету. Выявлять способы решения проблемы; - создавать имидж определенного сегмента товара. Разрабатывать рекламную концепцию, согласно заявленному имиджу; - разрабатывать стратегии глобализации торговой марки для определенной ЦА; - повышение рейтинга компании в предложенной кризисной ситуации. <p>Иметь практический опыт в:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выбора художественной формы реализации рекламной идеи; - создания визуального образа с 	<ul style="list-style-type: none"> -Активность, инициативность в процессе освоения программы модуля; -Эффективность и качество выполненной самостоятельной работы; -Участие в конкурсах профессионального мастерства, выставках-ярмарках, мастер-классах и т. п.; -Систематичность в изучении дополнительной, справочной литературы, периодических изданий по профессии; -Адекватный выбор методов и способов решения профессиональных задач; -Верность выбора способов коррекции результатов собственной деятельности; -Аргументированность оценки информации с использованием информационно-коммуникационных технологий. -Обоснованность отбора средств решения профессиональных задач с учетом экологических требований. -Ясность и правильность изложения информации, собственных мыслей на иностранном языке с использованием несложных речевых оборотов для решения профессиональных задач 	<p>Собеседование. Творческие работы. Анализ библиотечного формуляра обучающегося, оценка результатов самостоятельной работы; Тест. Собеседование. Отчет по производственной практике.</p>

рекламными функциями; - художественного конструирования рекламных продуктов по заданию.		
--	--	--

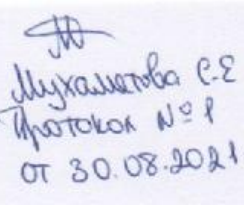
Наименование результата освоения практики

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
ВД. 1	Разработка и создание дизайна рекламной продукции
ПК 1.1.	Осуществлять поиск рекламных идей.
ПК 1.2	Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.
ПК 1.3	Разрабатывать авторские рекламные проекты.
ПК 1.4	Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.
ПК 1.5	Создавать визуальные образы с рекламными функциями.

- 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 поиски 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

ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ, ВНЕСЕННЫХ В РАБОЧУЮ ПРОГРАММУ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

ПМ.01 РАЗРАБОТКА И СОЗДАНИЕ ДИЗАЙНА РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ

Учебный год	Вид изменений (объём времени, порядок освоения УД и ПМ и т.п.)	В какой документ ППСЗ вносятся изменения	Конкретное содержание изменений	Экспертное суждение о необходимости и целесообразности внесения изменений	Подпись председателя ЦК/ представителей работодателей
2021-2022	Включение планируемых личностных результатов (ЛР)	Рабочая программа производственной практики	Включение следующих планируемых результатов: ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции ЛР 4,11,13-19, согласно Рабочей программы воспитания 42.02.01 Реклама	Приказ Минпросвещения России № П-7 от 27.01.2022	 <p>Мухоморова С.С. Протокол № 1 от 30.08.2021г</p>