

УТВЕРЖДЕНО
Директор АНО СПО

«Бирский кооперативный техникум»

Р.Г.Ахунова
«_____» _____ 2018 год

Р.Г.Ахунова
«_____» _____ 2019 год

Р.Г.Ахунова
«_____» _____ 2020 год

Р.Г.Ахунова
«_____» _____ 2021 год



СОГЛАСОВАНО

«_____» _____ 2018 год

СОГЛАСОВАНО

«_____» _____ 2018 год



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

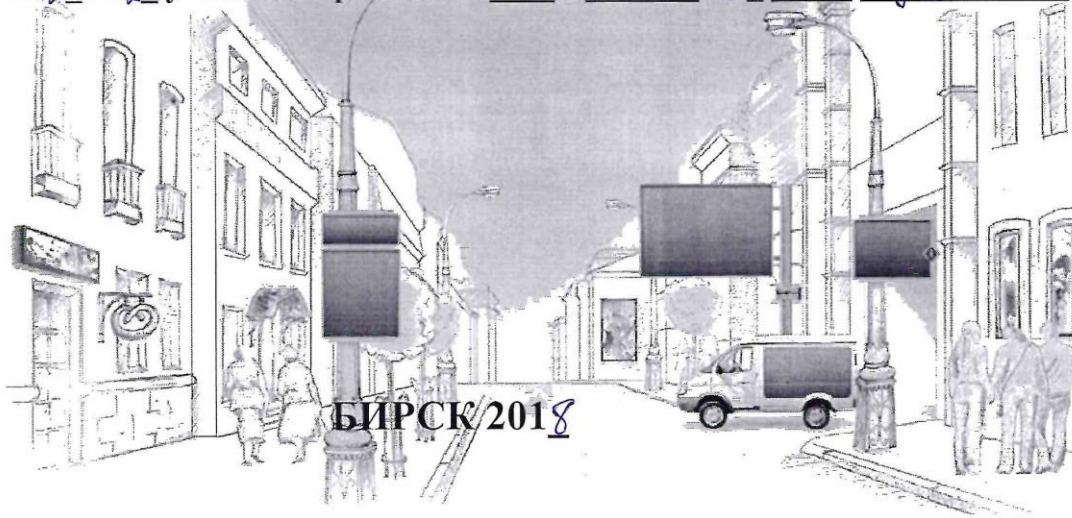
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ПМ. 02 Производство рекламной продукции

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

Председатель ПЦК

Алишова М.М.

2018-2019 учеб.год Протокол № 5 от 29.06 2018 _____
2019-20110 учеб. год Протокол № 1 от 29.08 2019 _____
20110-20111 учеб. год Протокол № 1 от 28.08 2010 _____
20111-20112 учеб. год Протокол № 1 от 30.08 2011 _____



БИРСК 2018

Рабочая программа производственной практики по ПМ. 02 Производство 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. 02 Производство 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 Лутфулина А.А. /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 Ахкамова М.И. /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 Ахкамова М.И. / 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 Ахкамова М.И. /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 Лукашова С.Е. /Лукашова С.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. 02 ПРОИЗВОДСТВО РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ

1.1. Область применения программы

Рабочая программа производственной практики ПМ.02 Производство 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): **Производство 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 и использовании инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта;
- построении модели (макета, сценария) объекта с учетом выбранной технологии;
- подготовке к производству рекламного продукта;
- производстве рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков;

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

Требования к умениям

- 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;
- *оформлять продукцию наружной рекламы;*
- *уметь изготавливать эскизы и макеты сувенирной рекламной продукции;*
- *разрабатывать рекламу для сети интернет;*
- *пользоваться возможностями профессиональной фотокамеры и построения студийного света в фотостудии;*
- *работать в графический редактор Adobe Photoshop;*
- *создавать рекламный плакат, афишу и обложку журнала;*
- *работать в видео-редакторах i-Movie, AdobePremiere;*

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 – 72 часа (2 недели)

Производственная практика проводится концентрированно в 8-м семестре после полного освоения МДК.02.01 Выполнение рекламных проектов в материале, МДК.02.02 Проектная компьютерная графика и мультимедиа, МДК.02.03 Техника и технологии рекламной фотографии, МДК. 02.04 Техника и технологии рекламного видео.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ ПМ. 02ПРОИЗВОДСТВО РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ

2.1 Тематический план производственной практики по профессиональному модулю ПМ 02Производство рекламной продукции

Наименования тем	Количество часов аудиторной нагрузки	Умения
1. Разработка мультимедийной (интернет, видео, анимационной) рекламной кампании (по выбору студента);	6	-осуществлять фотосъемку для производства рекламного продукта;
2. Подготовка презентации дизайн-проекта;	6	-осуществлять видеосъемку для производства рекламного продукта;
3. Способы рекламной продукции: способ глубокой печати, способ высокой печати, способ орловской печати, способ плоской печати, способ офсетной печати, способ струйной печати, способ трафаретной печати, способ флексографской печати;	6	-использовать компьютерные технологии при создании печатного рекламного продукта;
4. Способы рекламной продукции: способ глубокой печати, способ высокой печати, способ орловской печати, способ плоской печати, способ офсетной печати, способ струйной печати, способ трафаретной печати, способ флексографской печати;	6	-разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы;
5. Резка готовой печатной продукции,	6	-использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео-, анимации;
		-использовать мультимедийные и web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта;
		-оформлять продукцию наружной рекламы;

ее окончательный сбор;		
6. Изготовление печатной рекламной продукции;	6	-уметь изготавливать эскизы и макеты сувенирной рекламной продукции;
7. Особенности компьютерного дизайна в рекламе;	6	-разрабатывать рекламу для сети интернет;
8. Печатное производство: виды печатных устройств;	6	-пользоваться возможностями профессиональной фотокамеры и построения студийного света в фотостудии;
9. Сложная анимация-синтез покадровой, в движении и формы;	6	
10. Навыки управления роликом;	6	
11. Особенности создания меню-просмотра изображений в редакторе AdobeFlash;	6	-работать в графический редактор AdobePhotoshop;
12. Трудности в построении анимации. Работа со слоями.	6	-создавать рекламный плакат, афишу и обложку журнала; -работать в видео-редакторах i-Movie, AdobePremiere.
ИТОГО	72	

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;
- лаборатории компьютерной графики и видеомонтажа;
- фотолаборатория;
- мастерская «Багетная»;
- полигон мини-типографии;
- видеостудия и фотостудия.

3.2 Перечень информационного обеспечения обучения. Перечень учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Левкина, А. В. Фотодело: Учебное пособие / Левкина А. В. - Москва: Альфа - М, НИЦ ИНФРА-М, 2018. - 319 с. - (ПРОФИль) ISBN 978-5-98281-319-0. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/809827>
2. Маслова, В. М. Связи с общественностью в управлении персоналом: учебное пособие / В. М. Маслова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: ИНФРА-М, 2019. — 207 с. - ISBN 978-5-9558-0147-6. – Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1062379> (дата обращения: 18.02.2019). – Режим доступа: по подписке.
3. Немцова, Т. И. Компьютерная графика и web-дизайн: учебное пособие / Т. И. Немцова, Т. В. Казанкова, А.В. Шнякин; под ред. Л. Г. Гагариной. — Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2018. — 400 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-8199-0790-0. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1815964>

4. Основы рекламы: учебное пособие: [для студентов СПО, обучающихся по специальности Реклама] / Г. А. Васильев, В. А. Поляков. — Москва: ИНФРА-М, 2018. — 405 с.
5. Павлов И. В. Техника и технологии рекламного видео: учебник для студ. учреждений сред. проф. образования / И. В. Павлов. — М.: Издательский центр «Академия», 2018. — 288 с.
6. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд: учебное пособие / А. Н. Чумиков. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Аспект Пресс, 2018. — 157 с.
7. Реклама и связи с общественностью: теория и практика : [учебное пособие для студентов СПО по направлению 030600 - журналистика (профиль "Реклама и паблик рилейшнз")] / Е. В. Маслова, Е. Ю. Красова, М. Е. Новичихина и др. ; под ред. В. В. Тулупова]; Воронеж. гос. ун-т. - Воронеж: Издательский дом ВГУ, 2018. - 370 с., [8] л. ил.: табл., ил.
8. Сухов В. Д. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта: учебник для использования в учебном процессе образовательных учреждений, реализующих программы среднего профессионального образования по специальности "Реклама" / В. Д. Сухов. - Москва: Академия, 2018. - 266 с.

Дополнительные источники:

1. 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. -239с.- (Серия «Азбука рекламы»). - ISBN978-5-238-01657-3. - Текст: электронный. - URL: <http://znanium.com/catalog/product/1028705>
2. 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.—335с.—(Серия «Азбука рекламы»). - ISBN978-5-238-01568-2. -Текст: электронный.-URL: <http://znanium.com/catalog/product/1028594>
3. Чехов А. П. Реклама [Электронный ресурс] / А. П. Чехов. - Москва: Инфра - М, 2018. - 2 с. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/518474>

Интернет-ресурсы:

1. Полнотекстовая база «Университетская библиотека» – образовательный ресурс. – URL: <http://www.biblioclub.ru>.
2. Электронный каталог Научной библиотеки Воронежского государственного университета. – URL: <http://www.lib.vsu.ru>.<http://www.shutterstock.com/video>

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. 02 Производство 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. 02Производство 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 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; – оформлять продукцию наружной рекламы; – уметь изготавливать эскизы и макеты сувенирной рекламной продукции; – разрабатывать рекламу для сети интернет; – пользоваться возможностями профессиональной фотокамеры и построения студийного света в фотостудии; – работать в графический редактор AdobePhotoshop; – создавать рекламный плакат, 	<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 	<p>Собеседование. Творческие работы.</p> <p>Анализ библиотечного формуляра обучающегося, оценка результатов самостоятельной работы;</p> <p>Тест. Собеседование. Отчет по производственной практике.</p>

<p><i>афишу и обложку журнала;</i> – <i>работать в видео-редакторах i-Movie, AdobePremiere;</i></p> <p>Иметь практический опыт в: – выборе и использовании инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта; – построении модели (макета, сценария) объекта с учетом выбранной технологии; – подготовке к производству рекламного продукта; – производстве рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков;</p>	<p>с учетом экологических требований.</p> <p>-Ясность и правильность изложения информации, собственных мыслей на иностранном языке с использованием несложных речевых оборотов для решения профессиональных задач</p>
--	---

Наименование результата освоения практики

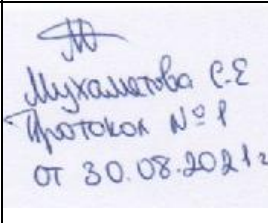
Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
ВД. 2	Производство рекламной продукции
ПК 2.1.	Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы
ПК 2.2	Создавать модели объекта с учетом выбранной технологии.
ПК 2.3	Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале

- 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 поиск и 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.02 ПРОИЗВОДСТВО 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.02 Производство 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 Е.Е. Протокол № 1 от 30.08.2021г.</p>