

УТВЕРЖДЕНО
Директор АНО СПО

«Бирский кооперативный техникум»

Р.Г.Ахунова
« » 2018 год

Р.Г.Ахунова
« » 2019 год

Р.Г.Ахунова
« » 2010 год

Р.Г.Ахунова
« » 2011 год

СОГЛАСОВАНО

Бирский информационный центр - филиал
на республиканском уровне

« » 2018 год

СОГЛАСОВАНО

И.Т. Сафаров Р.В.

« » 2018 год

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

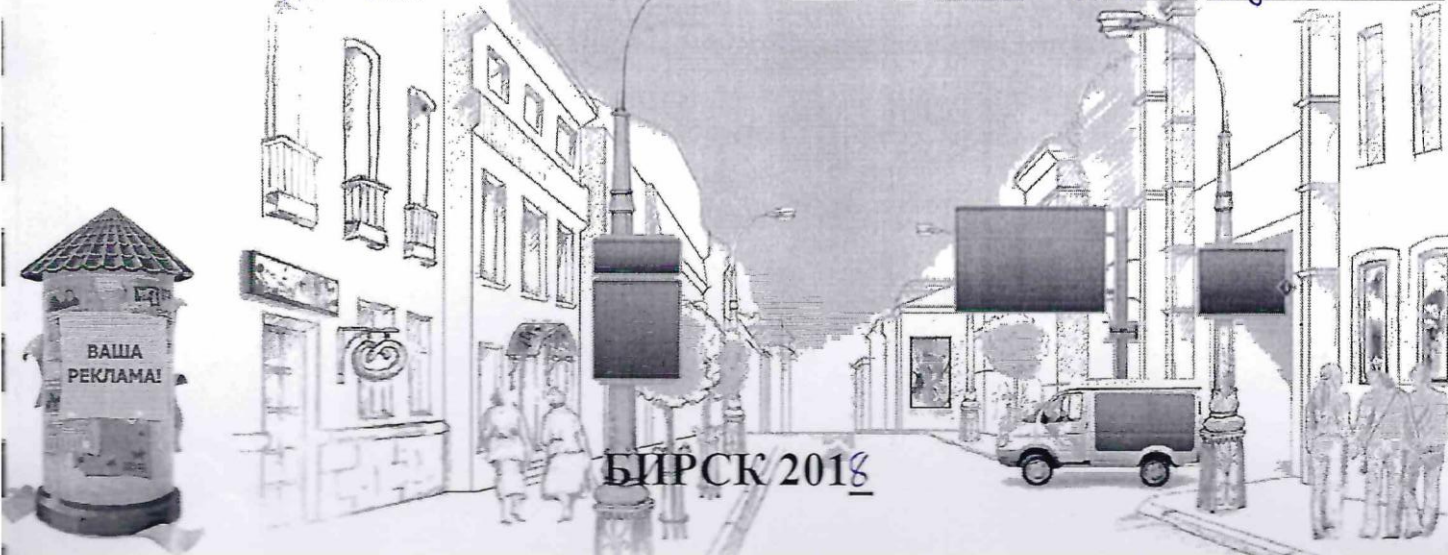
ПМ. 02 Производство рекламной продукции

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

Председатель ПЦК

Сулф / Аллашова М.И. /

2018-2019 учеб.год Протокол № 5 от 29.06 2018 Сулф / Аллашова
2019-2010 учеб. год Протокол № 1 от 29.08 2019 Сулф / Аллашова
2010-2011 учеб. год Протокол № 1 от 28.08 2010 Сулф / Аллашова
2011-2012 учеб. год Протокол № 1 от 30.08 2011 И / Мухамедова С.С.



Рабочая программа учебной 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 учебной 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 [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] /Ахкамова С.Э./

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

- 1.1. Область применения программы
- 1.2. Цели и задачи учебной практики
- 1.3. Формы проведения учебной практики
- 1.4. Место проведения учебной практики
- 1.5. Количество часов на освоение программы учебной практики:

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ

- 2.1. Тематический план учебной практики по профессиональному модулю

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

- 3.1. Тематический план учебной практики

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ 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 УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ ПМ. 02 ПРОИЗВОДСТВО РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ

1.1. Область применения программы

Рабочая программа учебной 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 учебной практики

Учебная 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 учебной практики должен: приобрести первоначальный **практический опыт (ПО)** в:

- 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;

В результате прохождения учебной 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 учебной практики:

Учебная практика проводится в форме практической деятельности обучающихся под непосредственным руководством и контролем преподавателей профессионального модуля. Структурно учебная практика включает три элемента: вводный инструктаж, упражнения (самостоятельная работа) и текущее инструктирование, заключительный инструктаж (подведение итогов).

1.4 Место проведения учебной практики:

Учебная практика проводится в Учебном кабинете проектирования рекламного продукта; лаборатории компьютерного дизайна.

1.5 Количество часов на освоение программы учебной практики:

всего – 72 часа (2 недели)

Учебная практика проводится концентрированно в 5-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 УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ ПМ. 02ПРОИЗВОДСТВО РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ

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

Наименования тем	Количество часов аудиторной нагрузки	Умения
1.Приготовить тематическое портфолио «Наружная реклама в городе»;	2	-осуществлять фотосъемку для производства рекламного продукта;
2.Изготовить печатную, рекламную продукцию: визитки, полноцветный плакат, концертную афишу, журнальную продукцию, упаковку;	2	-осуществлять видеосъемку для производства рекламного продукта;
3. Провести фотосъемку спортивных мероприятий;	2	-использовать компьютерные технологии при создании печатного рекламного продукта;
4.Подготовить макет щитовой рекламы;	2	-разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы;
5.Подготовить макет рекламы с использованием объемных букв;	2	-использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки графики, аудио-,
6. Подготовить макет рекламного сувенира;	2	
7.Нарисовать по созданным эскизам мультипликационный образ, сцены для будущих интернет – заставок в графическом редакторе CorelDraw или	2	

AdobeFlash;	2	видео-, анимации;
8.Создать рекламный Flash –баннеры, интернет - заставки в графическом редакторе AdobeFlash;	2	-использовать мультимедийные и web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта;
9.Создать 2 анимированные открытки на фоне авторских фотографий в графическом редакторе AdobePhotoshop;	2	-оформлять продукцию наружной рекламы;
10. Создать рекламный ролик в 3D-редакторе на 1 минуту;	2	-уметь изготавливать эскизы и макеты сувенирной рекламной продукции;
11. Провести фотосъемку детей (подростки, маленькие дети, младенцы);	2	-разрабатывать рекламу для сети интернет;
12.Создать структуру рекламной Web-страницы в редакторе AdobeDreamweaver;	2	-пользоваться возможностями профессиональной фотокамеры и построения студийного света в фотостудии;
13.Обработать фотографии под рекламные плакаты;	2	-работать в графический редактор AdobePhotoshop;
14.Обработать фотографии под концертную афишу;	2	-создавать рекламный плакат, афишу и обложку журнала;
15. Провести постановочную фотосъемку;	2	-работать в видео-редакторах i-Movie, AdobePremiere
16.Обработать фотографии под рекламный баннер;	2	
17. Провести фотосъемку архитектуры;	2	
18. Написать сценарий рекламного ролика на 5 минут;	2	
19. Написать сценарий видеосъемки рекламного ролика на 5 минут;	2	
20.Провести видеосъемку рекламного ролика;	2	
21. Провести фотосъемку животных;	2	
22. Написать монтажный план видеоролика;	2	
23.Монтирование рекламного ролика в видео-редакторе;	2	
24.Создать видеоэффекты в рекламном ролике;	2	
25. Провести фотосъемку интерьера;	2	
26.Озвучить рекламный ролик;	2	
27. Корректировать рекламный ролик;	2	
28. Провести фотосъемку натюрморта;	2	
29. Обработать фотографии под обложку боксов диска, кассет;	2	
30. Провести ночную фотосъемку города;	2	
31. Провести фотосъемку пейзажа;	2	
32. Обработать фотографии под обложку журнала;	2	
33. Провести ночную фотосъемку города;	2	
34. Провести фотосъемку пейзажа;	2	
35.Провести репортажную фотосъемку;	2	
36. Провести фотосъемку концерта.	2	
ИТОГО:	72	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ 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 публичных отношений") / 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. — 335 с. — (Серия «Азбука рекламы»). — ISBN 978-5-238-01568-2. — 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>.

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

Преподаватели, 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, 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 учебной практики по ПМ.02 Производство рекламной продукции

Контроль и оценка результатов освоения учебной практики осуществляется руководителем практики в процессе проведения учебных занятий, самостоятельного выполнения обучающимися заданий, выполнения практических проверочных работ. В результате освоения учебной практики в рамках профессиональных модулей обучающиеся проходят промежуточную аттестацию в форме дифференцированного зачета.

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
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; -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, афишу и обложку журнала; -работать в видео-редакторах i-Movie, AdobePremiere 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	-Точность подбора инструментов и материалов для изготовления полиграфической рекламной продукции в соответствии с технологическими требованиями; -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	Собеседование. Творческие работы. Отчет по учебной практике. Анализ библиотечного формуляра обучающегося, оценка результатов самостоятельной работы; Тест. Собеседование. Отчет по учебной практике.

выбранной технологии; - подготовке к производству рекламного продукта; - производстве рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков;	несложных речевых оборотов для решения профессиональных задач	
---	---	--

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 (макеты, сценарии) 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 УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

[illegible]

ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ, ВНЕСЕННЫХ В РАБОЧУЮ ПРОГРАММУ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

ПМ.02 ПРОИЗВОДСТВО РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ

Учебный год	Вид изменений (объём времени, порядок освоения УД и ПМ и т.п.)	В какой документ ППССЗ 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 учебной практики	Включение следующих планируемых результатов: ПМ.02 Производство рекламной продукции ЛР 7,11,13-19, согласно Рабочей программы воспитания 42.02.01 Реклама	Приказ Минпросвещения России № П-7 от 27.01.2022	