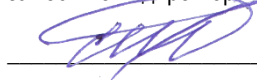


МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ ОМСКОЙ ОБЛАСТИ
БЮДЖЕТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ОМСКОЙ ОБЛАСТИ
«ОМСКИЙ МУЗЫКАЛЬНО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»

«Утверждаю»

заместитель директора по УПР



Е.П.Шильникова

«31» августа 2021 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ПО УЧЕБНОЙ ПРАКТИКЕ
«ВЫПОЛНЕНИЕ РЕКЛАМНЫХ ПРОЕКТОВ В МАТЕРИАЛЕ»**

ПМ 02. Производство рекламной продукции

МДК.02.01 Выполнение рекламных проектов в материале

Специальность: 42.02.01. Реклама (базовая подготовка)

Квалификация выпускника: специалист по рекламе.

Рабочая программа учебной практики (далее - УП) «Выполнение рекламных проектов в материале» разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее СПО) Реклама 42.02.01 базовой подготовки Приказа Минобрнауки России, Минпросвещения России от 05 августа 2020 года №885/390 «О практической подготовке обучающихся», Положения о практической подготовки обучающихся БПОУ «ОМПК».

Организация-разработчик: бюджетное профессиональное образовательное учреждение Омской области «Омский музыкально-педагогический колледж» (БПОУ «ОМПК»)

Разработчик: Карпухин Д.П., преподаватель БПОУ «ОМПК»
Алексеева Л.В., методист БПОУ «ОМПК»

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	6
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	7
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	8
5. ПРИЛОЖЕНИЕ (АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ)	9

Условные обозначения: УП – учебная практика. ПМ – профессиональный модуль

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ «ВЫПОЛНЕНИЕ РЕКЛАМНЫХ ПРОЕКТОВ В МАТЕРИАЛЕ».

1.1. Область применения учебной практики «Выполнение рекламных проектов в материале».

Рабочая программа учебной практики «Выполнение рекламных проектов в материале» является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО (далее ФГОС 3) по специальности 42.02.01. Реклама базовой подготовки в части освоения квалификации: специалист по рекламе.

Выписки из нормативных документов

Выписка из Приказа от 05 августа 2020 года о Практической подготовке обучающихся (в ред. Минобрнауки РФ № 1430, Минпросвещения РФ № 652 от 18.11.2020)

Виды практики и способы ее проведения определяются образовательной программой, разработанной в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом или образовательным стандартом, утвержденным образовательной организацией высшего образования самостоятельно в соответствии с частью 10 статьи 11 Федерального закона от 29 декабря 2012 г. N 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации».

Выписка из Положения о практической подготовке обучающихся БПОУ «ОМПК».

Учебная практика по специальности направлена на формирование у обучающихся умений, приобретение первоначального практического опыта и реализуется в рамках профессиональных модулей ОПОП СПО по основным видам профессиональной деятельности для последующего освоения ими общих и профессиональных компетенций по избранной специальности.

Выписка из стандарта образования

ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ СТАНДАРТ СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ 42.02.01 «Реклама»

Утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 мая 2014 г. N 510

4.1. *Специалист по рекламе (базовой подготовки) готовится к следующим видам деятельности:*

- 4.1.1. Разработка и создание дизайна рекламной продукции.
- 4.1.2. Производство рекламной продукции.
- 4.1.3. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта.
- 4.1.4. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта.
- 4.1.5. Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих

В результате изучения профессионального модуля ПМ 02 Производство рекламной продукции МДК.02.01 Выполнение рекламных проектов в материале обучающийся должен:

иметь практический опыт: - 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;
- 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.

Выписка из программы УП «Выполнение рекламных проектов в материале»

1.2. Цели УП «Выполнение рекламных проектов в материале»: формирование у обучающихся умений, приобретение первоначального практического опыта.

Формирование умений: - использовать компьютерные технологии при создании печатного рекламного продукта;

- использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео-, анимации;
- использовать мультимедийные и web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта.

Приобретение первоначального практического опыта: - 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.

1.3. Задачи УП «Выполнение рекламных проектов в материале»:

- Участие в установочном мероприятии практики: знакомство с целью, задачами, содержанием практики, требованиями к отчетной документации обучающегося по практике. Инструктаж по охране труда, ТБ.
- Ознакомление с концепцией рекламного продукта (полиграфическая продукция).
- Поиск решения для создания рекламного продукта.
- Разработка эскизов, адаптация текстов к верстке.

- Компонировка и дизайн на формате. Визуализация продукта.
- Просмотр, защита работ- заданий УП (дизайн в рекламе).
- Оформление задания по учебной практике в дневнике, составление отчета по учебной практике, сдача отчетной документации преподавателю практики, подведение итогов учебной практики.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ «ВЫПОЛНЕНИЕ РЕКЛАМНЫХ ПРОЕКТОВ В МАТЕРИАЛЕ»

2.1. Место и время проведения УП «Выполнение рекламных проектов в материале» в структуре программы подготовки специалистов среднего звена (далее - ППССЗ).

УП «Выполнение рекламных проектов в материале» проводится в БПОУ «ОМПК» или в профильных организациях (наличие высококвалифицированных специалистов, достаточная материальная база) на 3 курсе в 5 и 6 семестре в объеме 72 часов.

2.2. Форма проведения УП: концентрированно.

2.3. План учебного процесса (практика) Специальность 42.02.01 «Реклама»

Нормативный срок обучения – 3 г. 10 м. (ФГОС3+, программа СПО базовой подготовки).

Вид практики	Наименование практики	Семестр	Осваиваемый профессиональный модуль, МДК	Количество часов практики
УП	Техника и технология рекламной фотографии	III	ПМ 02. Производство рекламной продукции МДК 02.03 Техника и технологии рекламной фотографии	1 н. (36ч.) (концентр.)
		IV		0,5 н. (18ч.) (концентр.)
		V		1 н. (36ч.) (концентр.)
		VI		1 н. (36ч.) (концентр.)
	Художественное проектирование рекламного продукта	IV	ПМ 01. Разработка и создание дизайна рекламной продукции МДК 01.01 Художественное проектирование рекламного продукта	0,5 н. (18ч.) (концентр.)
		V		0,5 н. (18ч.) (концентр.)
		VI		0,5 н. (18ч.) (концентр.)
	Пленэр	IV	ПМ 01. Разработка и создание дизайна рекламной продукции МДК 01.01 Художественное проектирование рекламного продукта	1 н. (36ч.) (концентр.)
		VI		1 н. (36ч.) (концентр.)
	Материаловедение	V	ПМ 02. Производство рекламной продукции МДК 02.01 Выполнение рекламных проектов в материале	0,5 н. (18ч.) (концентр.)
	Выполнение рекламных проектов в материале	VI		0,5 н. (18ч.) (концентр.)
	Проектная компьютерная графика и мультимедиа	V	ПМ 02. Производство рекламной продукции МДК 02.02 Проектная компьютерная графика и мультимедиа	0,5 н. (18ч.) + 0,5 н. (18ч.) (концентр.)
		VI	ПМ 02. Производство рекламной продукции МДК 02.02 Проектная компьютерная графика и мультимедиа	1 н. (36ч.) (концентр.)
	Разработка творческой концепции рекламного продукта	VII	ПМ 01. Разработка и создание дизайна рекламной продукции МДК 01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта	0,5 н. (18ч.) (концентр.)
	Техника и технология рекламного видео	VII	ПМ 02. Производство рекламной продукции МДК 02.04 Техника и технологии рекламного видео	0,5 н. (18ч.) + 1 н. (36ч.) + 1 н. (36ч.) (концентр.)
	Правовое обеспечение рекламной деятельности	VII	ПМ 03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта МДК 03.02 Правовое обеспечение рекламной деятельности	1 н. (36ч.) (концентр.)
ПП (по профилю специальности)	Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности	VIII	ПМ 04. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта МДК 04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности	0,5 н. (18ч.) (концентр.)
	По дополнительной профессии	VIII	ПМ 05. Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих МДК 05.01 Современная оргтехника МДК 05.02 Основы рекламных коммуникационных технологий МДК 05.03 Реализация рекламного заказа	0,5 н. (18ч.) (концентр.) 2 н. (72ч.) (концентр.)
ПП (по профилю специальности)	Выполнение рекламных проектов в материале	VI	ПМ 02. Производство рекламной продукции МДК 02.01 Выполнение рекламных проектов в материале	3 н. (108ч.) (концентр.)
	Проектная компьютерная графика и мультимедиа	VI	ПМ 02. Производство рекламной продукции МДК 02.02 Проектная компьютерная графика и мультимедиа	2 н. (72ч.) (концентр.)
	Маркетинг в рекламе	VII	ПМ 03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта МДК 03.01 Маркетинг в рекламе	1 н. (36ч.) (концентр.)
ПП (преддипломная)	Преддипломная	VIII		4 н. (144ч.) (концентр.)

2.4. ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ НА УП «ВЫПОЛНЕНИЕ РЕКЛАМНЫХ ПРОЕКТОВ В МАТЕРИАЛЕ».

№	Разделы (этапы) практики. Содержание деятельности обучающегося (на семестр)	Кол-во часов	
		Аудит	Самост
Организационный этап			
1	Участие в установочных мероприятиях практики: знакомство с целями, задачами, содержанием практики, требованиями к отчётной документации. Инструктаж по охране труда, ТБ.	2	
Основной этап			
2	Ознакомление с концепцией рекламного продукта (полиграфическая продукция)	12	6
3	Поиск решения для создания рекламного продукта	8	4
4	Разработка эскизов, адаптация текстов к верстке.	4	2
5	Компоновка и дизайн на формате. Визуализация продукта.	4	2
6	Просмотр, защита работ- заданий УП	2	2
Заключительный этап			
7	Подготовка отчётной документации обучающегося по практике: дневника (приложение диск с заданиями практики), отчёта по итогам практики (форма в дневнике практики). Дифференцированный зачёт (оформление результатов, отчетной документации). Оформление аттестационного листа.	4	2
Итого		36	18

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ «ВЫПОЛНЕНИЕ РЕКЛАМНЫХ ПРОЕКТОВ В МАТЕРИАЛЕ».

3.1. Материально-техническое обеспечение УП «Выполнение рекламных проектов в материале».

Учебно-методическим обеспечением самостоятельной работы студентов на учебной практике являются:

1. учебная литература (информационные источники) по освоенным ранее профильным дисциплинам;
2. нормативные документы, регламентирующие деятельность организации, на которой проходит учебную практику студент;
3. методические разработки для студентов, определяющие порядок прохождения и содержание учебной практики;
4. формы отчетности по УП, инструкции по их заполнению.

3.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение УП «Выполнение рекламных проектов в материале».

1. Костина А. В., Карпунин О. И. Основы рекламы. Учебное пособие. Изд.: Кнорус, 2021 г
2. Назайкин А.Н., Иллюстрирование рекламы. Учебное пособие. Изд.: Солон-пресс, 2018 г.
3. Смирнов В. А., Энциклопедия макетирования. Хобби - Профессия - Бизнес. Руководство к действию. Учебное пособие. Изд.: Проспект, 2021 г.
4. Фролов Д. П., Тинякова В. И., Попкова Е. Г. Основы рекламы. Прикладные задачи и методы их решения Учебное пособие. ФГОС. Изд. Кнорус, 2021 г.

Дополнительные источники.

1. Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства: учебник и практикум для СПО / В. А. Поляков, А. А. Романов. — М.: Изд. Юрайт, 2019. (Серия: Профессиональное образование).
2. Синяева И.М., Романенкова О.Н., Основы рекламы. Учебник и практикум для СПО, изд. «Юрайт», 2017.
3. Синяева, И. М. Основы рекламы: учебник и практикум для СПО / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — М.: Изд. Юрайт, 2019. (Серия: Профессиональное образование).

1. <https://www.ixbt.com/peripheral/laser-prn.html> - современные способы компьютерной печати
2. <https://myompl.ru/wp-content/uploads/2020/04/%D0%92%D0%98%D0%94%D0%AB-%D0%A0%D0%95%D0%9A%D0%9B%D0%90%D0%9C%D0%9D%D0%AB%D0%A5-%D0%9D%D0%9E%D0%A1%D0%98%D0%A2%D0%95%D0%9B%D0%95%D0%99.pdf> - виды рекламных носителей
3. <https://adme.media/tvorchestvo-reklama/20-blestiaschih-idej-kotorye-vyveli-reklamu-na-novyi-uroven-1056160/> - 20 идей печатной рекламы
4. <https://veonix.ru/blog/kakie-nositeli-brenda-sozdajut-firmennyi-stil/> - носители бренда
5. https://www.signbusiness.ru/theory_print/ - теория цифровой печати
6. <https://v-ba.ru/blog/corporate-identity-and-its-carriers> - фирменный стиль и его носители
7. <https://fonts-online.ru/> - шрифты
8. <https://www.brandsoftheworld.com/> - логотипы мировых брендов в векторе
9. <https://web-c.ru/blog/kak-sozdat-reklamnyy-maket-poshagovaya-instruktsiya/> - рекламный макет пошагово
- 10) <https://videoinfographica.com/creative-ads-vol1/> - 66 примеров рекламных шедевров

3.3 Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов на УП «Выполнение рекламных проектов в материале»

1. Учебная литература по освоенным ранее профильным дисциплинам.
2. Нормативные документы, регламентирующие деятельность организации, на которой проходит учебную практику студент, видеоматериалы, учебно-методических комплексы основных и альтернативных программ по художественному образованию учащихся ПО.
3. Методические разработки для студентов, определяющие порядок прохождения и содержание учебной практики.
4. Формы отчетности по УП, инструкции по их заполнению.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ УП «ВЫПОЛНЕНИЕ РЕКЛАМНЫХ ПРОЕКТОВ В МАТЕРИАЛЕ»

4.1. Форма промежуточной аттестации (элемент модуля) по итогам УП «Выполнение рекламных проектов в материале».

По итогам учебной практики «Выполнение рекламных проектов в материале» проводится дифференцированный зачёт в форме просмотра выполнения заданий практики. Преподаватель практики оценивают результаты деятельности студента на учебной практике и оформляет аттестационный лист обучающегося.

Формы контроля	
Формы итогового контроля выполнения программы УП	Формы текущего контроля по УП - выполнение заданий практики оформляются в дневнике УП
Дифференцированный зачет	Наблюдение за работой студента на практике, систематическим оформлением дневника УП, выполнением заданий практики.
	Консультации по вопросам выполнения заданий практики.
	Анализ письменного отчета по итогам практики.

4.2. Контроль и оценка результатов освоения программы УП «Выполнение рекламных проектов в материале»

Критерии результатов освоения программы УП по видам деятельности на практике (формирование у обучающихся умений, приобретения первоначального практического опыта)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
Приобретение первоначального практического опыта: - 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 <i>рекламы</i>, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков. Формирование умений: - использовать компьютерные технологии при создании печатного рекламного продукта; - использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео-, анимации; - использовать мультимедийные и web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта.	Оптимальность в выборе и использовании инструмента, оборудования и основных изобразительных средств	– Оценка качества выполнения заданий практики, заполнения отчета в дневнике практики. – Дифференцированный зачет. – Оформление аттестационного листа (определяются уровни сформированности умений, первоначального практического опыта).
	Оптимальность решения по построению модели (макета, сценария) объекта с учетом выбранной технологии	
	Грамотность использования компьютерные технологии при создании печатного рекламного продукта	
	Грамотность использования профессиональных пакетов программного обеспечения для обработки графики	
	Полнота выполнения задания практики (дизайн печатной рекламной продукции), соответствие пожеланиям заказчика	

АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ
по учебной практике «Выполнение рекламных проектов в материале»

_____, _____ (ФИО)
обучающегося _____ курса специальности **42.02.01 РЕКЛАМА базовой подготовки**, прошедшего учебную практику «Выполнение рекламных проектов в материале» ПМ 02 Производство рекламной продукции МДК.02.01 Выполнение рекламных проектов в материале в 5 семестре в объеме 1 недели (36 часов) в с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г.
в организации _____
в 6 семестре в объеме 1 недели (36 часов) в с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г. в организации _____

Виды и объем работ на практике	Результат учебной практики: формирование у обучающихся умений, приобретение первоначального практического опыта.	показатели оценки результата по итогам практики	Уровень сформированности умений, приобретенного опыта при выполнении заданий практики	
			Освоено (3-5 балла)	Не освоено (2 балла)
- Ознакомление с концепцией рекламного продукта (полиграфическая продукция). - Поиск решения для создания рекламного продукта. Разработка эскизов, адаптация текстов к верстке. - Компонировка и дизайн на формате. Визуализация продукта. - Просмотр, защита работ-заданий УП	<i>приобретение первоначального практического опыта:</i> - 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. <i>Формирование умений:</i> - 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.	Оптимальность в выборе и использовании инструмента, оборудования и основных изобразительных средств		
		Оптимальность решения по построению модели (макета, сценария) объекта с учетом выбранной технологии;		
		Грамотность использования компьютерные технологии при создании печатного рекламного продукта		
		Грамотность использования профессиональных пакетов программного обеспечения для обработки графики		
		Полнота выполнения задания практики (дизайн печатной рекламной продукции), соответствие пожеланиям заказчика		

Примечание. Критерием оценки качества выполнения работ на учебной практике «Выполнение рекламных проектов в материале» являются уровни (оптимальный (отлично), допустимый (хорошо), критический (удовлетворительно), низкий (не удовлетворительно) первоначального практического опыта; сформированности умений.

Итоговая оценка (отметка) равна средней арифметической оценке (отметке) (по 4-х балльной системе («2», «3», «4», «5») по столбцу «ОСВОЕНО»: «отлично» (23 - 25 баллов) - оптимальный уровень, «хорошо» (19 - 22 балл) - допустимый уровень, «удовлетворительно» (15 - 18 балл) – критический уровень, «неудовлетворительно» (14 и менее баллов и, если один и более видов работ оценены на 2 балла, (столбец «НЕ ОСВОЕНО») - низкий уровень.

Отметка (оценка) _____ Дата «__» _____ 20__ г.

Преподаватель практики _____
(подпись) (расшифровка подписи)

Заместитель директора по УПР _____
(подпись) (расшифровка подписи)