

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
**«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ПРОМЫШЛЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И ДИЗАЙНА»**

КОЛЛЕДЖ ТЕХНОЛОГИИ, МОДЕЛИРОВАНИЯ И УПРАВЛЕНИЯ

(Наименование колледжа)

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор,
проректор по учебной работе

_____ А.Е. Рудин

«30» _____ 06 _____ 2020 г.

ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

Цикловая комиссия: Специальных дисциплин 04

Специальность: 42.02.01 Реклама

Квалификация: Специалист по рекламе

Программа подготовки: базовая

План учебного процесса

Индекс	Наименование практик (по разделам и видам)	Очное обучение			Заочное обучение		
		Номер семестра	Кол-во недель	Часы	Номер семестра	Кол-во недель	Часы
ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции							
УП.01.01	Учебная практика, изучение и анализ видов рекламы	2	4	144			

Программа практики составлена в соответствии с
федеральным государственным образовательным стандартом
среднего профессионального образования по специальности
42.02.01 Реклама

и на основании учебного плана № 20-02/1/11, 19-02/1/11, 18-02/1/11

1. УЧЕБНАЯ ПРАКТИКА

УП.01.01

Изучение и анализ видов рекламы

1.1. Место учебной практики в структуре ППССЗ

Учебная практика УП.01.01 является завершающим этапом изучения профессионального модуля ПМ.01 «Разработка и создание дизайна рекламной продукции»

1.2. Цель учебной практики

Формирование у обучающихся умений, приобретение первоначального практического опыта в области дизайна рекламной продукции на основе сравнительного анализа рекламных продуктов в городской среде. Начальные этапы работы в графических редакторах Adobe Illustrator, Adobe Photoshop.

1.3. Задачи учебной практики

- изучение существующих направлений в рекламе и технологических процессов рекламного производства,
- развитие творческого мышления и прогрессивного мировоззрения в области современного дизайна,
- освоение методов и принципов проектирования основных видов рекламной продукции в графических редакторах,

1.4. Компетенции, формируемые у обучающегося в процессе прохождения учебной практики

Общекультурные: (ОК)

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.

Профессиональные: (ПК)

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.

1.5. В результате прохождения учебной практики обучающийся должен:

Иметь 1) выбора художественной формы реализации рекламной идеи; (ОК 1-9, ПК 1.1-1.5)
практический 2) создания визуального образа с рекламными функциями; (ОК 1-9, ПК 1.1-1.5)
опыт: 3) художественного конструирования рекламных продуктов по заданию; (ОК 1-9, ПК 1.1-1.5)

Уметь: 1) осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги; (ОК 1-9, ПК 1.1-1.5)
2) разрабатывать композиционное решение рекламного продукта; (ОК 1-9, ПК 1.1-1.5)
3) использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы; (ОК 1-9, ПК 1.1-1.5)
4) составлять рекламные тексты; (ОК 1-9, ПК 1.1-1.5)

- Знать: 1) выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы; (ОК 1-9, ПК 1.1-1.5)
 2) приемы и принципы составления рекламного текста; (ОК 1-9, ПК 1.1-1.5)
 3) композицию, шрифтовую и художественную графики в рекламе; (ОК 1-9, ПК 1.1-1.5)
 4) методы проектирования рекламного продукта; (ОК 1-9, ПК 1.1-1.5)
 5) методы психологического воздействия на потребителя (ОК 1-9, ПК 1.1-1.5)

1.6. Дисциплины (модули, практики) ППССЗ, в которых было начато формирование компетенций, указанных в п.1.4:

ОП.05. История рекламы (ОК 3,4,5,6,9, ПК 1.1)
 ОГСЭ. 08. Культурология (ОК 4,5,8,9)

1.7. Форма проведения учебной практики

Рассредоточено Концентрированно

1.8. Место проведения учебной практики

Учебные аудитории КТМУ
 Городское пространство

1.9. Содержание учебной практики

Наименование и содержание разделов (этапов)	Объем (часы)
Раздел 1. Вводный	
Цели и задачи практики. Вводный инструктаж	2
Инструктаж по технике безопасности	2
Раздел 2. Участники рекламной деятельности	
Роль и значение рекламы в современном обществе. Основные средства распространение рекламы. Критерии выбора средств распространения рекламы.	18
Текущий контроль - проверка выполнения плана-графика, собеседование по разделу	2
Раздел 3. Печатная (полиграфическая) реклама	
Печатная (полиграфическая) реклама и виды носителей печатной рекламы.	12
Текущий контроль - проверка выполнения плана-графика, собеседование по разделу	2
Раздел 4. Наружная реклама	
Наружная реклама как одно из основных средств передачи рекламной информации.	12
Виды наружной рекламы.	12
Технологии производства наружной рекламы	6
Наружная реклама как часть социальной программы городов.	6
Просмотр и обсуждение документального фильма: «Здесь может быть ваша реклама»	4
Текущий контроль - проверка выполнения плана-графика, собеседование по разделу	2
Раздел 5. POS-материалы	
Виды POS-материалов.	12
Текущий контроль - проверка выполнения плана-графика, собеседование по разделу	2
Раздел 6. Посещение музея	
Посещение музея Печати, тема экскурсии «Издательская деятельность в 19-20 веках»	6
Текущий контроль - проверка выполнения плана-графика, собеседование по разделу	2
Раздел 7. Работа в графических редакторах	
Знакомство с программой Adobe Illustrator. Графический интерфейс. Фирменный стиль. Логотип. Техническое задание. Использование примитивов при создании логотипов.	12
Основные инструменты Adobe Illustrator. Цвет, шрифт, инструмент «перо». Отрисовка логотипа в векторе.	6
Разработка логотипа в векторе 5 вариантов и основных элементов фирменного стиля (шрифты, цвет, пиктограммы, иллюстрации)	6
Разработка основного комплекта рекламных продуктов таких как: визитка, бланк, конверт, фирменная папка, бейдж). Размещение на листе А4	6
Размещение рекламных продуктов на mock up. Программа Photoshop	8
Текущий контроль - проверка выполнения плана-графика, собеседование по разделу	2
Защита проекта. Зачёт по практике.	2
ВСЕГО:	144

1.10. Формы отчетности по учебной практике

По итогам практики обучающиеся представляют отчеты, выполненные на листах формата А4. Отчеты содержат описание городских маршрутов, сравнительный анализ рекламных продуктов в наружной, печатной и интернет-рекламе. Формулируется вывод об эффективности различных рекламных носителей, а также POS-материалов торговых центров. К отчету прикладываются фотографии городских маршрутов, торговых и выставочных площадок. Объем отчета – 30 листов. В электронном виде студент оформляет все работы, выполненные в графических редакторах, размещая их, в соответствии с инструкцией на Google диске. Распечатывает итоговый лист формата А4 с фирменным стилем и полиграфической продукцией.

1.11. Описание шкал и критериев оценивания сформированности компетенций по результатам прохождения учебной практики

Баллы	Оценка по традиционной шкале	Критерии оценивания сформированности компетенций
86 – 100	5 (отлично)	Обучающийся соблюдал сроки прохождения практики; отчетные материалы полностью соответствуют программе практики и имеют практическую ценность; индивидуальное задание выполнено полностью и на высоком уровне, получены положительные аттестационный лист и отзыв от предприятия; качество оформления отчета и презентации соответствуют требованиям. В процессе защиты отчета обучающийся дал полный, исчерпывающий ответ, явно демонстрирующий глубокое понимание предмета и широкую эрудицию в оцениваемой области.
75 – 85	4 (хорошо)	Обучающийся соблюдал сроки прохождения практики; отчетные материалы в целом соответствуют программе практики, содержат стандартные выводы и рекомендации практиканта; индивидуальное задание выполнено, получены положительные аттестационный лист и отзыв от предприятия; качество оформления отчета и презентации соответствуют требованиям. В процессе защиты отчета обучающийся дал полный ответ, основанный на проработке всех обязательных источников информации. Подход к материалу ответственный, но стандартный.
61 – 74		Обучающийся соблюдал сроки прохождения практики; отчетные материалы в целом соответствуют программе практики, содержат стандартные выводы и рекомендации практиканта; индивидуальное задание в целом выполнено с несущественными ошибками, получены положительные аттестационный лист и отзыв от предприятия; качество оформления отчета и / или презентации имеют несущественные ошибки. В процессе защиты отчета обучающийся дал стандартный ответ, в целом качественный, основанный на всех обязательных источниках информации. Присутствуют небольшие пробелы в знаниях или несущественные ошибки.
51 – 60	3 (удовлетворительно)	Обучающийся соблюдал сроки прохождения практики; отчетные материалы в целом соответствуют программе практики, собственные выводы и рекомендации практиканта по итогам практики отсутствуют; индивидуальное задание выполнено с существенными ошибками, получены удовлетворительные аттестационный лист и (или) отзыв от предприятия; качество оформления отчета и / или презентации имеют многочисленные несущественные ошибки. В процессе защиты отчета обучающийся дал ответ с существенными ошибками или пробелами в знаниях по некоторым разделам практики. Демонстрирует понимание содержания практики в целом, без углубления в детали.
40 – 50		Обучающийся нарушал сроки прохождения практики; отчетные материалы в целом соответствуют программе практики, собственные выводы и рекомендации практиканта по итогам практики отсутствуют; индивидуальное задание выполнено с существенными ошибками, получены удовлетворительные аттестационный лист и (или) отзыв от предприятия; качество оформления отчета и / или презентации имеют многочисленные существенные ошибки. В процессе защиты отчета обучающийся продемонстрировал слабое понимание сущности практической деятельности, допустил существенные ошибки или пробелы в ответах сразу по нескольким разделам программы практики, незнание (путаницу) важных терминов.
17 – 39	2 (неудовлетворительно)	Обучающийся систематически нарушал сроки прохождения практики; не смог справиться с практической частью индивидуального задания; отчетные материалы частично не соответствуют программе практики; получен неудовлетворительный аттестационный лист и (или) отзыв от предприятия; качество оформления отчета и (или) презентации не соответствуют требованиям. В процессе защиты отчета обучающийся продемонстрировал неспособность ответить на вопрос без помощи преподавателя, незнание значительной части принципиально важных практических элементов, многочисленные существенные ошибки.
1 – 16		Обучающийся систематически нарушал сроки прохождения практики; не смог справиться с индивидуальным заданием; отчетные материалы не соответствуют программе

Баллы	Оценка по традиционной шкале	Критерии оценивания сформированности компетенций
		практики; получен неудовлетворительный аттестационный лист и (или) отзыв от предприятия; отчет к защите не представлен.
0		Обучающийся практику не проходил.

1.12. Учебная литература и другие информационные источники

а) Основная учебная литература

1. Чилинбир, Е. Ю. Реклама и связи с общественностью : учебное пособие для СПО / Е. Ю. Чилинбир. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 233 с. — ISBN 978-5-4488-0846-3, 978-5-4497-0582-2. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/95335.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей.
2. Антипов, К. В. Основы рекламы : учебник / К. В. Антипов. — 4-е изд. — Москва : Дашков и К, 2020. — 326 с. — ISBN 978-5-394-03458-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/110924.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

б) Дополнительная учебная литература

1. Бердышев, С. Н. Рекламное агентство. С чего начать? / С. Н. Бердышев. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 168 с. — ISBN 978-5-394-03257-8. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/83125.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей
2. Резепов, И. Ш. Психология рекламы и PR : учебное пособие / И. Ш. Резепов. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 224 с. — ISBN 978-5-394-01553-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/75203.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей
3. Бердышев, С. Н. Эффективная наружная реклама (2-е издание) : практическое пособие / С. Н. Бердышев. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017. — 132 с. — ISBN 978-5-394-01542-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/57030.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей
4. Щербаков С. Таргетированная реклама. Точно в яблочко / С. Щербаков. - Санкт-Петербург : Питер, 2022. - 352 с. - ISBN 978-5-4461-0484-0. - URL: <https://www.ibooks.ru/bookshelf/356945/reading> - Текст: электронный.

в) Методическое обеспечение учебной практики

1. История рекламы. Реклама в императорской России [Электронный ресурс]: методические указания / Сост. Шалякина Г. Л. — СПб.: СПбГУПТД, 2020.— 30 с.— Режим доступа: http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2020299, по паролю.
2. Алексеев-Апраксин А. М. Основы рекламной деятельности: реклама и PR в некоммерческой сфере. Самостоятельная работа [Электронный ресурс]: учебное пособие / Алексеев-Апраксин А. М. — СПб.: СПбГУПТД, ВШПМ, 2017.— 80 с.— Режим доступа: http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20179095, по паролю.

1.13. Демонстрационные и раздаточные материалы

- электронные кейсы с заданиями
- Презентации по разделам

1.14. Материально-техническое и программное обеспечение учебной практики

- Стандартно оборудованный компьютерный класс с выходом в сеть Интернет.
- Мультимедийный компьютер, оснащенный Microsoft Windows 10 Pro, Office Standart 2016
- Видеопроектор с экраном.
- принтер, сканер
- Ноутбук

1.15. Обязанности обучающегося во время прохождения учебной практики

- Соблюдать правила внутреннего распорядка
- Выполнять правила техники безопасности и охраны труда
- Выполнять обязанности в соответствии с программой практики
- Вести и своевременно представлять необходимую документацию по выполнению программы практики

1.16. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки практического опыта умений и знаний, характеризующие этапы формирования компетенций по результатам прохождения учебной практики

№ п/п	Формулировка вопроса (задания, оценочного материала)
1	Понятие наружной рекламы
2	Анализ специфики наружной рекламы на магистралях Санкт-Петербурга
3	Анализ эффективности билборда.
4	Многообразие текстов и шрифтов в наружной рекламе
5	Многообразие текстов и шрифтов в наружной рекламе.
6	Преимущества и недостатки наружной рекламы
7	Печатная реклама на городских объектах
8	Реклама на транспорте и ее особенности.
9	Рабочая среда программы Adobe Illustrator
10	Что входит в понятие «Фирменный стиль»?
11	Какие основные инструменты программы Adobe Illustrator вы знаете?
12	Какие основные виды полиграфической продукции бывают и как они разрабатываются?

1.17. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания практического опыта, умений и знаний, характеризующих этапы формирования компетенций по результатам прохождения учебной практики

• **Форма проведения промежуточной аттестации по практике**

устная письменная компьютерное тестирование иная

• **Особенности проведения зачета по практике**

Зачет по практике УП.01.01 «Изучение и анализ видов рекламы» проходит в виде презентации и защиты проекта на тему «Анализ носителей наружной рекламы на городских маршрутах. Эффективность билборда». Презентация итогового листа по разработке фирменного стиля и рекламных продуктов.

- Для допуска к аттестации, обучающийся должен представить отчет о прохождении практики, дневник, аттестационный лист
- Время на подготовку презентации 15-20 минут
- Разрешается пользоваться отчетом и дневником