

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	4	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 № 20-02/1/3, 19-02/1/3, 18-02/1/3

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 практический опыт:
- 1) выбора художественной формы реализации рекламной идеи; (ОК 1-9, ПК 1.1-1.5)
 - 2) создания визуального образа с рекламными функциями; (ОК 1-9, ПК 1.1-1.5)
 - 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