

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»  
(СПбГУПТД)

УТВЕРЖДАЮ  
Первый проректор, проректор  
по УР  
\_\_\_\_\_ А.Е.Рудин

## Программа практики

**Б2.В.01(П)** Производственная практика (проектно-технологическая практика)

Учебный план: 2025-2026 54.03.01 ИГД Дизайн цифровых медиа ОО №1-1-71plx

Кафедра: 16 Дизайна рекламы

Направление подготовки:  
(специальность) 54.03.01 Дизайн

Профиль подготовки:  
(специализация) Дизайн цифровых медиа

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: очная

### План учебного процесса

Семестр		Контактн Практ. занятия	Сам. работа	Контроль, час.	Трудоё мкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
5	УП	64	43,75	0,25	3	Зачет с оценкой
	ПП	64	43,75	0,25	3	
Итого	УП	64	43,75	0,25	3	
	ПП	64	43,75	0,25	3	

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн, утверждённым приказом Минобрнауки России от 13.08.2020 г. № 1015

Составитель (и):

доктор искусствоведения, Профессор

---

Дворко Нина Ивановна

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

---

Сухарева Алина  
Михайловна

Методический отдел:

---

## 1 ВВЕДЕНИЕ К ПРОГРАММЕ ПРАКТИКИ

**1.1 Цель практики:** Сформировать компетенции обучающегося в области производственной деятельности, направленные на изучение сферы деятельности и актуальных технологических и художественных аспектов создания цифрового рекламного продукта в соответствии с требованиями, предъявляемыми современным рынком труда.

**1.2 Задачи практики:**

— способствовать установлению связи теории с практикой в условиях реального производственного процесса по проектированию цифровых рекламных продуктов;

— познакомить с ключевыми технологиями и методами дизайн-проектирования и воплощения широкого спектра цифровых рекламных продуктов (анимационных видео, рекламных баннеров, веб- и мобильных приложений и т.д.);

— развить у студентов практические профессиональные навыки работы в реальных условиях цифрового агентства, компании, дизайн-студии и прочих предприятий, в сферу деятельности которых входит дизайн цифровых медиа.

**1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:**

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

Типографика в дизайне

Коммуникационный дизайн

Основы проектной деятельности

Компьютерная графика и анимация

Дизайн в цифровой среде

UX/UI дизайн

## 2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

**УК-1: Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач**

**Знать:** актуальные российские и зарубежные источники информации в области цифровой рекламы; принципы системного подхода к проектированию цифрового рекламного продукта.

**Уметь:** выявлять проблемные ситуации в области рекламного дизайна, дизайна цифровых медиа, используя методы анализа, синтеза и абстрактного мышления; осуществлять поиск дизайнерских решений, опираясь на мировой опыт дизайн-проектирования цифровых рекламных продуктов; определять в рамках выбранного алгоритма вопросы (проблемы), возникающие в процессе проектирования и предлагать способы их решения; формировать и аргументированно отстаивать собственную позицию по различным проблемам рекламного дизайна; выявлять существенные черты современного дизайна отдельных видов цифровой рекламы.

**Владеть:** технологиями решения типичных, наиболее часто встречающихся проблемных ситуаций в области дизайна цифровых рекламных продуктов.

**УК-2: Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений**

**Знать:** способы обоснования предложений при разработке проектной идеи, основанной на концептуальном, творческом подходе к решению задач в области рекламного дизайна; действующие правовые нормы, ресурсы и ограничения, способные влиять на процесс разработки и реализации отдельных видов цифровой рекламы

**Уметь:** выбирать оптимальные варианты творческой концепции для решения конкретной задачи рекламного дизайна в цифровой среде.

**Владеть:** методами оценки потребности в тех или иных ресурсах для исполнения работ по созданию детализированного прототипа цифрового рекламного продукта; навыками работы с нормативно-правовой документацией в рекламной сфере.

**УК-3: Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде**

**Знать:** принципы и методы эффективной командной работы в креативной среде рекламного дизайна; ценностные основы совместной профессиональной деятельности; возможности коммуникативных связей для решения профессиональных задач в сфере дизайна цифрового продукта.

**Уметь:** работать в команде с другими специалистами по дизайн-проектированию и разработке цифрового рекламного продукта, используя эффективные тактики взаимодействия; осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в междисциплинарной команде.

**Владеть:** методами командной работы в креативной среде рекламного дизайна, навыками коммуникации в междисциплинарном коллективе.

**УК-7: Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности**

**Знать:** методические основы физической культуры для поддержания должного уровня физической подготовленности.

**Уметь:** поддерживать общий уровень физической активности и здоровья для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности в сфере дизайна цифровых медиа.

**Владеть:** способами поддержания общего уровня физической активности и здоровья для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности в сфере дизайна цифровых медиа.

**УК-9: Способен использовать базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах**

**Знать:** особенности применения базовых дефектологических знаний в дизайне разных видов цифровой рекламы.

**Уметь:** выявлять эффективные способы организации взаимодействия людей с нарушенным развитием с интерактивной цифровой рекламой; применять в профессиональной дизайнерской деятельности принципы инклюзивного дизайна.

**Владеть:** способами выявления особых потребностей и потенциальных возможностей людей с ограниченными возможностями здоровья в процессе проведения предпроектных исследований в области дизайна цифровой рекламы.

**УК-11: Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности**

**Знать:** принципы, формы, методы профилактики экстремистских и террористических проявлений; основные принципы и содержание антикоррупционного законодательства

**Уметь:** критически оценивать возникающие ситуации, отражающие проявления экстремизма и терроризма в практической деятельности; применять антикоррупционное законодательство на практике, анализировать причины появления коррупционного поведения в обществе, организовывать и проводить мероприятия, обеспечивающие формирование гражданской позиции и предотвращение коррупции в социуме

**Владеть:** навыками профилактической работы, направленной на предупреждение экстремистской деятельности и вовлечения в террористические организации; основами антикоррупционной деятельности, навыками взаимодействия в обществе на основе нетерпимого отношения к коррупции

**ПК-1: Способен осуществлять подготовку и согласование с заказчиком проектного задания на создание объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации для традиционных медиа и цифровой среды**

**Знать:** методы поиска и сбора информации по исследуемой проблеме с целью разработки проектного задания на создание цифровой рекламной продукции.

**Уметь:** планировать и согласовывать с руководством проектное задание на разработку цифровой рекламной продукции.

**Владеть:** профессиональной терминологией в области анимационной графики, веб-дизайна, рекламы.

**ПК-2: Способен осуществлять художественно-техническую разработку дизайн-проектов объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации для традиционных медиа и цифровой среды**

**Знать:** основные виды цифровой рекламы: вирусные ролики, рекламные игры, промосайты, интернет-баннеры, мобильные приложения и мобильная реклама, спецпроекты, 3D-проекции и др.; особенности разработки творческой концепции цифрового рекламного продукта, содержания рекламных сообщений, включая их текстовую и иллюстративную составляющие, а также его художественного воплощения (дизайн, режиссура и т.д.); технологии создания отдельных видов цифровой рекламы (интерактивных рекламных роликов, анимированных баннеров для сайта, промосайта и др.).

**Уметь:** использовать выразительные и художественно-изобразительные средства в дизайне цифровой рекламы (графику, фотографику, видеографику, типографику и др.); соблюдать технологические требования при разработке цифрового медиапродукта.

**Владеть:** методами проектирования отдельных видов цифровой рекламы; навыками работы в растровых и векторных графических редакторах, редакторах 3D-моделирования, программах видеомонтажа, создания анимированных изображений и пр.).

**ПК-3: Способен осуществлять проектирование пользовательского опыта и разработку графического дизайна интерфейсов мультимедийных, Web и мобильных приложений**

**Знать:** принципы качественного UX/UI-дизайна; тренды UX и UI в цифровой рекламе.

**Уметь:** использовать современный инструментарий UX/UI дизайна в разработке интерфейса отдельных видов цифровой рекламы (интерактивного рекламного ролика, промосайта, анимированного баннера для сайта и др.).

**Владеть:** опытом проектирования и дизайна пользовательского интерфейса отдельных видов цифровой рекламы.

**3 СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ**

Наименование и содержание разделов (этапов)	Семестр	Контактная работа	СР (часы)	Форма текущего
---	---------	-------------------	-----------	----------------

	▫	Пр. (часы)		контроля
Раздел 1. Организационно-подготовительный	5			О,Пр,С
Этап 1. Производственный инструктаж. Ознакомление с цифровым агентством/компанией/дизайн-студией или с подразделением, занимающимся разработкой цифровых рекламных продуктов. Изучение его организационной структуры, организационно-управленческой модели; основных функций производственных и управленческих подразделений.		3	2	
Этап 2. Знакомство с опытом поддержания физической активности и здоровья дизайнёров и других сотрудников дизайн-студии/компании, а также нетерпимого отношения к коррупционному поведению.		3	3	
Этап 3. Выбор темы исследования, получение задания от руководителя практики.		2	4	
Раздел 2. Аналитический				
Этап 4. Рассмотрение ключевых свойств цифровой рекламы, ее видов, сфер применения. Анализ интересных кейсов и практик онлайн рекламы. Анализ трендов и современных тенденций развития цифровой рекламы. Изучение нормативных документов и отраслевых стандартов в сфере разработки цифровых рекламных продуктов.		4	6	
Этап 5. Изучение основных этапов проектной дизайнерской деятельности: от брифа и технического задания — до защиты дизайн-проекта, технической редакции и подготовки файлов для производства. Знакомство с инструментарием разработки цифровой рекламы, используемым дизайн-студией/компанией (в местах прохождения практики).		12	2	О,П
Этап 6. Изучение особенностей дизайна медийной веб-рекламы, включающей баннеры разных форматов, а также видеоролики, которые размещаются на других сайтах. Изучение принципов инклюзивного дизайна, способов организации взаимодействия людей с нарушенным развитием с интерактивной цифровой рекламой. Анализ кейсов.		12	4	

<p>Этап 7. Выполнение индивидуального задания по созданию медийной онлайн-рекламы.</p> <p>Анализ объекта проектирования и формирование дизайнерской идеи: проведение предпроектных исследований, включая изучение потенциальных возможностей людей с ограниченными возможностями здоровья; анализ дизайнерских решений аналогичных объектов; подбор референсов; разработка и согласование технического задания.</p> <p>Художественно-техническая разработка дизайн-проекта. Реализация проекта.</p> <p>Размещение анимированной медийной рекламы в сети Интернет.</p> <p><b>Раздел 3. Отчетный</b></p> <p>Этап 8. Подготовка отчетной документации по итогам практики; оформление отчета по практике в соответствии с требованиями.</p> <p>Этап 9. Подготовка презентации и защита практики.</p> <p style="text-align: center;"><b>Итого в семестре</b></p> <p>Промежуточная аттестация (Зачет с оценкой)</p> <p><b>Всего контактная работа и СР по дисциплине</b></p>	<table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <tr> <td style="width: 50px; height: 50px;"></td><td style="width: 50px; height: 50px;"></td><td style="width: 50px; height: 50px;"></td></tr> <tr> <td style="width: 50px; height: 50px;"></td><td style="width: 50px; height: 50px;"></td><td style="width: 50px; height: 50px;"></td></tr> <tr> <td style="width: 50px; height: 50px;"></td><td style="width: 50px; height: 50px;"></td><td style="width: 50px; height: 50px;"></td></tr> <tr> <td style="width: 50px; height: 50px;"></td><td style="width: 50px; height: 50px;"></td><td style="width: 50px; height: 50px;"></td></tr> <tr> <td style="width: 50px; height: 50px;"></td><td style="width: 50px; height: 50px;"></td><td style="width: 50px; height: 50px;"></td></tr> <tr> <td style="width: 50px; height: 50px;"></td><td style="width: 50px; height: 50px;"></td><td style="width: 50px; height: 50px;"></td></tr> <tr> <td style="width: 50px; height: 50px;"></td><td style="width: 50px; height: 50px;"></td><td style="width: 50px; height: 50px;"></td></tr> </table>																						24	12	
2	6	С,КПр																							
2	4,75																								
64	43,75																								
0,25																									
64,25	43,75																								

#### 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

##### 4.1 Описание показателей, критериев и системы оценивания результатов обучения

###### 4.1.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения
ПК-1	Анализирует особенности предпроектного исследования по созданию цифровой рекламной продукции. Согласовывает проектное задание на разработку цифрового рекламного продукта. Проводит предпроектные исследования, используя профессиональную терминологию в области анимационной графики, веб-дизайна, рекламы.
ПК-2	Перечисляет и описывает основные виды цифровой рекламы; анализирует особенности разработки концепции цифрового рекламного продукта, а также его художественного воплощения; рассматривает технологии создания отдельных видов цифровой рекламы. В дизайне цифровой рекламы использует разнообразные медийные средства (графику, фотографику, видеографику, типографику и др.), а также широкий спектр изобразительно-выразительных средств. Использует растровые и векторные графические редакторы, программы 3D-моделирования, видеомонтажа, создания анимированных изображений и пр..
ПК-3	Формулирует принципы UX/UI-дизайна, рассматривает современные тенденции проектирования и дизайна интерфейса в цифровой рекламе. Использует современный инструментарий в разработке интерфейса отдельных видов цифровой рекламы. Проектирует пользовательский интерфейс отдельных видов цифровой рекламы.
УК-1	Рассматривает принципы системного подхода к проектированию цифрового рекламного продукта, перечисляет Интернет-ресурсы, посвященные цифровой рекламе. Разрабатывает собственный дизайн-проект, опираясь на мировой опыт дизайн-проектирования цифровых рекламных продуктов и аргументированно отстаивая собственную позицию по различным проблемам рекламного дизайна. Решает типичные проблемные ситуации, связанные с дизайном цифровых рекламных продуктов.
УК-2	Рассматривает действующие правовые нормы, ресурсы и ограничения, оказыывающие влияние на разработку цифровой рекламной продукции. Выбирает оптимальные дизайнерские решения при разработке дизайн-проекта цифровой рекламы. Использует нормативно-правовую документацию в рекламной сфере для создания детализированного прототипа цифрового рекламного продукта.

УК-3	Раскрывает принципы и методы эффективной командной работы в креативной среде рекламного дизайна; ценностные основы совместной профессиональной деятельности; возможности коммуникативных связей для решения профессиональных задач в сфере дизайна цифрового продукта. Работает в междисциплинарной команде, используя эффективные тактики взаимодействия. Использует эффективные методы командной работы, коммуникативные навыки в междисциплинарном коллективе.
УК-7	Перечисляет и рассматривает важные аспекты поддержания должного уровня физической подготовленности при выполнении проектных задач. Поддерживает физическую активность и здоровье для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности в сфере цифрового медиадизайна. Использует эффективные способы поддержания необходимого уровня физической активности и здоровья в условиях сидячей работы.
УК-9	Выявляет специфику дизайна разных видов цифровой рекламы с учетом базовых дефектологических знаний. Использует эффективные способы взаимодействия людей с нарушенным развитием с интерактивной цифровой рекламой; применяет принципы инклюзивного дизайна. Проводит предпроектные исследования в области дизайна цифровой рекламы с учетом потенциальных возможностей людей с ограниченными возможностями здоровья.
УК-11	Перечисляет все известные виды современного терроризма и экстремистской деятельности и направленные на борьбу с ними, методы государственной деятельности; объясняет правила и нормы антикоррупционного поведения. Приводит примеры сознательных действий по предотвращению и преодолению, террористически и коррупционно- опасных ситуаций. Воспитывает в себе нетерпимое отношение к коррупции; применяет нормативно-правовую базу для противодействия терроризму и экстремизму.

#### 4.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций
	Устное собеседование
5 (отлично)	Обучающийся выполнил в срок, качественно и на высоком уровне весь намеченный объем работы, требуемый программой практики, показал при этом высокий уровень профессиональной компетентности в рамках практики, а также проявил в работе самостоятельность, творческих подход. Представил в установленные сроки оформленный в соответствии с требованиями отчет по прохождению практики и положительную характеристику руководителя практики от профильной организации (без замечаний). Разработанные проектно-дизайнерские предложения представляют интерес для предприятия. На защите обучающийся продемонстрировал разносторонние знания по разделам практики.
4 (хорошо)	Обучающийся выполнил в срок и в полном объеме программу практики, однако отчетная документация содержит отдельные недочеты, связанные с глубиной анализа материала. Отчет по практике оформлен в соответствии с требованиями и представлен в установленные сроки. Обучающийся проявил инициативу в работе, но не смог вести творческий поиск или не проявил потребности в творческом профессиональном росте. Разработанные проектно-дизайнерские предложения имеют недочеты. На защите обучающийся продемонстрировал уверенные знания материала, но в отчете и при ответе допущены незначительные ошибки.
3 (удовлетворительно)	Обучающийся выполнил программу практики, но предоставил отчет о прохождении практики не в срок или с ошибками; в ходе практики обнаружил недостаточную развитость основных навыков, не проявил инициативу в работе, не показал умений применять на практике полученные знания, допускал ошибки в постановке и решении задач. Проектно-дизайнерские предложения не соответствуют требованиям. На защите продемонстрировал знание основных положений программы, но в ответах допустил ряд ошибок.
2 (неудовлетворительно)	Обучающийся не справился с программой практики, нарушил нормы и требования, предъявляемые к работе практиканта, допускал нарушения дисциплины в ходе проведения практики, что подтверждается характеристикой руководителя, не проявил самостоятельности, не обнаружил сформированных базовых навыков; допустил грубые нарушения графика практики. Не продемонстрировал систематизированных знаний по программе, не представил весь перечень отчетной документации по практике, не смог справиться с практической частью индивидуального задания.

#### 4.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

##### 4.2.1 Перечень контрольных вопросов

№ п/п	Формулировки вопросов
-------	-----------------------

Семестр 5

1	Принципы инклюзивного дизайна пользовательского интерфейса веб-рекламы.
2	Технологии формирования нетерпимого отношения к коррупционному поведению
3	Эффективные способы поддержания необходимого уровня физической активности и здоровья в условиях сидячей работы
4	Принципы и методы эффективной командной работы в креативной среде рекламного дизайна
5	Действующие правовые нормы, ресурсы и ограничения, оказывающие влияние на разработку цифровой рекламной продукции.
6	Особенности проектирования пользовательского интерфейса интерактивной онлайн-рекламы.
7	Особенности предпроектного исследования по созданию медийной онлайн-рекламы.
8	Изобразительно-выразительные средства цифровой рекламы.
9	Медийные средства в цифровой рекламе.
10	Как дополненная и виртуальная реальность изменят будущее маркетинга?
11	Реклама в формате HTML5: интерактивные, мультимедийные, иммерсивные возможности.
12	Этапы проектной дизайн-деятельности.
13	Интерактивная онлайн-реклама.
14	Специфика дизайна рекламного анимационного видео.
15	Виды цифровой рекламы и сферы ее применения.
16	Организационная структура, организационно-управленческая модель студии/компании разработки цифровых медийных продуктов
17	Понятие и основные свойства цифровой рекламы.
18	Принципы инклюзивного дизайна пользовательского интерфейса веб-рекламы.
19	Технологии формирования нетерпимого отношения к коррупционному поведению
20	Эффективные способы поддержания необходимого уровня физической активности и здоровья в условиях сидячей работы
21	Принципы и методы эффективной командной работы в креативной среде рекламного дизайна
22	Действующие правовые нормы, ресурсы и ограничения, оказывающие влияние на разработку цифровой рекламной продукции.
23	Особенности проектирования пользовательского интерфейса интерактивной онлайн-рекламы.
24	Особенности предпроектного исследования по созданию медийной онлайн-рекламы.
25	Изобразительно-выразительные средства цифровой рекламы.
26	Медийные средства в цифровой рекламе.
27	Как дополненная и виртуальная реальность изменят будущее маркетинга?
28	Реклама в формате HTML5: интерактивные, мультимедийные, иммерсивные возможности.
29	Этапы проектной дизайн-деятельности.
30	Интерактивная онлайн-реклама.
31	Специфика дизайна рекламного анимационного видео.
32	Виды цифровой рекламы и сферы ее применения.
33	Организационная структура, организационно-управленческая модель студии/компании разработки цифровых медийных продуктов
34	Понятие и основные свойства цифровой рекламы.
35	Принципы инклюзивного дизайна пользовательского интерфейса веб-рекламы.
36	Технологии формирования нетерпимого отношения к коррупционному поведению
37	Эффективные способы поддержания необходимого уровня физической активности и здоровья в условиях сидячей работы
38	Принципы и методы эффективной командной работы в креативной среде рекламного дизайна
39	Действующие правовые нормы, ресурсы и ограничения, оказывающие влияние на разработку цифровой рекламной продукции.
40	Особенности проектирования пользовательского интерфейса интерактивной онлайн-рекламы.
41	Особенности предпроектного исследования по созданию медийной онлайн-рекламы.
42	Изобразительно-выразительные средства цифровой рекламы.
43	Медийные средства в цифровой рекламе.
44	Как дополненная и виртуальная реальность изменят будущее маркетинга?
45	Реклама в формате HTML5: интерактивные, мультимедийные, иммерсивные возможности.
46	Этапы проектной дизайн-деятельности.
47	Интерактивная онлайн-реклама.
48	Специфика дизайна рекламного анимационного видео.

49	Виды цифровой рекламы и сферы ее применения.
50	Организационная структура, организационно-управленческая модель студии/компании разработки цифровых медийных продуктов
51	Понятие и основные свойства цифровой рекламы.

**4.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности)**

**4.3.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности**

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

#### 4.3.2 Форма проведения промежуточной аттестации по практике

Устная	<input type="checkbox"/> +	Письменная	<input type="checkbox"/>	Компьютерное тестирование	<input type="checkbox"/>	Иная	<input type="checkbox"/>
--------	----------------------------	------------	--------------------------	---------------------------	--------------------------	------	--------------------------

#### 4.3.3 Требования к оформлению отчётности по практике

Отчет по практике выполняется обучающимся индивидуально. Отчет должен быть оформлен в соответствии с требованиями ГОСТ 7.32 – 2017, ГОСТ Р 7.0.100-2018, текстовая часть выполнена в компьютерном наборе. Объем отчета 15-20 страниц.

Рекомендуется следующее размещение элементов отчета по практике:

Титульный лист.

Содержание.

Введение, в котором отражены цели и задачи производственной (проектно-технологической) практики.

Основной текст отчета, в котором отражаются дизайн-проекты, которые обучающийся выполнил в процессе прохождения практики.

1. Общая характеристика места прохождения практики (цифрового агентства, компании, дизайн-студии).

2. Описание этапов дизайна-проектирования собственного рекламного продукта (индивидуальное задание) с обоснованием основных проектных решений, принятых студентом на каждом этапе.

Заключение

Список использованной литературы и интернет источников.

Приложение.

#### 4.3.4 Порядок проведения промежуточной аттестации по практике

Аттестация проводится на выпускающей кафедре, на основании анализа содержания отчета по практике, собеседования и оценки, выставленной обучающемуся на базе практики.

Оценку в отзыве проставляет руководитель практики от выпускающей кафедры.

Процедура оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности) обучающегося, характеризующих этап (ы) формирования каждой компетенции (или ее части) осуществляется в процессе аттестации по критериям оценивания сформированности компетенций.

Для оценивания результатов прохождения практики и выставления зачета с оценкой в ведомость и зачетную книжку используется традиционная шкала оценивания, предполагающая выставление оценки «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

По результатам аттестации оценку в ведомости и зачетной книжке проставляет руководитель практики от выпускающей кафедры или заведующий выпускающей кафедрой

## 5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ

### 5.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
<b>5.1.1 Основная учебная литература</b>				
Барциц, Р. Ч.	Графическая композиция в системе высшего художественного образования. Вопросы теории и практики	Москва: Московский педагогический государственный университет	2017	<a href="http://www.iprbookshop.ru/79060.html">http://www.iprbookshop.ru/79060.html</a>

Лаптев, В. В.	Дизайн-проектирование. Графический дизайн и реклама	Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна	2020	<a href="https://www.iprbooks hop.ru/118366.html">https://www.iprbooks hop.ru/118366.html</a>
---------------	---	--	------	---

#### 5.1.2 Дополнительная учебная литература

Макарова, Т. В.	Веб-дизайн	Омск: Омский государственный технический университет	2015	<a href="http://www.iprbooksh op.ru/58086.html">http://www.iprbooksh op.ru/58086.html</a>
Елисеенков, Г. С., Мхитарян, Г. Ю.	Дизайн-проектирование	Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры	2016	<a href="http://www.iprbooksh op.ru/66376.html">http://www.iprbooksh op.ru/66376.html</a>
Дворко Н.И.	Интерактивные цифровые технологии	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2020	<a href="http://publish.sutd.ru/ tp_ext_inf_publish.php?id=2020403">http://publish.sutd.ru/ tp_ext_inf_publish.php?id=2020403</a>

#### 5.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

Электронно-библиотечная система IPRbooks: <http://www.iprbookshop.ru>

Электронная библиотека учебных изданий СПбГУПТД: <http://publish.sutd.ru>

Архив изданий Государственного Русского Музея: <https://rusmuseum.ru/editions>

#### 5.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional

Microsoft Windows

3ds MAX

Klynt Academic Edition

Figma

Adobe XD

#### 5.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по практике

Аудитория	Оснащение
Компьютерный класс	Мультимедийное оборудование, компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-