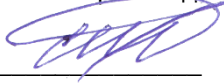


МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ ОМСКОЙ ОБЛАСТИ

БЮДЖЕТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ОМСКОЙ ОБЛАСТИ «ОМСКИЙ
МУЗЫКАЛЬНО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ» (БПОУ «ОМПК»)

«Утверждаю»
заместитель директора
по учебно-производственной работе


Е.П.Шильникова
«31» августа 2022 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ
УП "Техника и технология рекламного видео"**

ПМ 02 Производство рекламной продукции
МДК 02.04 Техника и технологии рекламного видео

Специальность: 42.02.01. Реклама (базовая подготовка) 4 курс
Квалификация выпускника: специалист по рекламе.

г. Омск 2022 г.

Рабочая программа учебной практики (далее - УП) "Техника и технология рекламного видео" разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее СПО) Реклама 42.02.01, Приказа Минобрнауки России, Минпросвещения России от 05 августа 2020 года № 885/390 «О практической подготовке обучающихся», Положения о практической подготовке обучающихся БПОУ «ОМПК»

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

Разработчик: Зыкова Т.А., преподаватель практики
Алексеева Л.В., методист БПОУ «ОМПК»

СОДЕРЖАНИЕ

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

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ "Техника и технология рекламного видео"

1.1 ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ «Техника и технология рекламного видео»

Рабочая программа учебной практики «Техника и технология рекламного видео» является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО (далее ФГОС) по специальности 42.02.01. Реклама базовой подготовки в части освоения квалификации: специалист по рекламе и основных видов деятельности.

Выписка из Приказа Министерства образования и науки РФ от 18 апреля 2013 г. N 291 "Об утверждении Положения о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы среднего профессионального образования"

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 02.04 Техника и технологии рекламного видео

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;

уметь:

- 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;

1.2 Цели учебной практики (далее - УП) "Техника и технология рекламного видео":

формирование у обучающихся умений, приобретение первоначального практического опыта.

Приобретение практического опыта:

- подготовки к производству рекламного продукта; производства рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков;

формирование умений:

- осуществлять видеосъемку для производства рекламного продукта;
- разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы;
- использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео-, анимации.

1.3. Задачи УП "Техника и технология рекламного видео":

- Участие в установочном мероприятии практики: цель, задачи, содержание, задания практики, требования к отчетной документации обучающегося по УП.
- Разработка превью для сторис в фирменном стиле сообщества «О рекламе» ВК (в любом графическом редакторе).
- Написание логлайна. Разработка сценария
- Разработка режиссерского сценария. Подготовка к съемке, составление КПП (календарно-постановочного плана)
- Съемка 2 видеоролика «Реклама о рекламе» (короткие ролики о жизни отделения «Реклама»: сценки, подсказки, полезные советы и, др. в формате сторис (9x16), хр 14 сек. (вместе с превью): этапы работы написание логлайна, сценария и режиссёрского сценария, раскадровка, календарно-постановочный план.
- Монтаж, звукокоррекция, цветокоррекция отснятого материала.
- Оформление заданий, отчета по УП в дневнике.
- Презентация готового рекламного продукта.

- Подведение итогов учебной практики. Сдача отчетной документации преподавателю практики

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ "Техника и технология рекламного видео":

2.1. Место и время проведения УП "Техника и технология рекламного видео": в структуре программы подготовки специалистов среднего звена (далее - ППССЗ):

Учебная практика осуществляется на базе образовательной организации БПОУ «ОМПК» в соответствии с учебным планом. На 4 курсе в 7 семестре. Время, отведенное на проведение практики – 2 недели (72 часа)

2.2. Форма проведения УП "Техника и технология рекламного видео" - концентрированно.

2.3. План учебного процесса (практика) Специальность 42.02.01 «Реклама» Нормативный срок обучения – 3 г. 10 м. (ФГОС, программа СПО базовой подготовки).

Вид практики	Наименование практики	Осваиваемый профессиональный модуль, МДК	Семестр
УП	Техника и технология рекламной фотографии	ПМ 02. Производство рекламной продукции МДК 02.03 Техника и технологии рекламной фотографии	III
			IV
			V
			VI
	Художественное проектирование рекламного продукта	ПМ 01. Разработка и создание дизайнера рекламной продукции МДК 01.01 Художественное проектирование рекламного продукта	IV
			V
			VI
	Пленэр	ПМ 01. Разработка и создание дизайнера рекламной продукции МДК 01.01 Художественное проектирование рекламного продукта	IV
	Материаловедение	ПМ 02. Производство рекламной продукции МДК 02.01 Выполнение рекламных проектов в материале	V
	Прикладной дизайн в рекламе	ПМ 02. Производство рекламной продукции МДК 02.01 Выполнение рекламных проектов в материале	VI
	Проектная компьютерная графика и мультимедиа	ПМ 02. Производство рекламной продукции МДК 02.02 Проектная компьютерная графика и мультимедиа	V
			VI
Разработка творческой концепции рекламного продукта	ПМ 01. Разработка и создание дизайнера рекламной продукции МДК 01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта	VII	
Техника и технология рекламного видео	ПМ 02. Производство рекламной продукции МДК 02.04 Техника и технологии рекламного видео	VII	
Правовое обеспечение рекламной деятельности	ПМ 03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта МДК 03.02 Правовое обеспечение рекламной деятельности	VII	
Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности	ПМ 04. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта МДК 04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности	VII	
По дополнительной профессии	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	VIII	
ПП (по профилю специальности)	Выполнение рекламных проектов в материале	ПМ 02. Производство рекламной продукции МДК 02.01 Выполнение рекламных проектов в материале	VI
	Проектная компьютерная графика и мультимедиа	ПМ 02. Производство рекламной продукции МДК 02.02 Проектная компьютерная графика и мультимедиа	VI
	Маркетинг в рекламе	ПМ 03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта МДК 03.01 Маркетинг в рекламе	VIII
ПП (преддипломная)	Преддипломная		VIII

2.4. Содержание деятельности обучающегося на УП "Техника и технология рекламного видео"

4 курс 7 семестр

№	Разделы (этапы) практики. Содержание деятельности обучающегося	Кол-во часов	
		Аудит	Самост
Организационный этап			
1	Участие в установочных мероприятиях практики: цели, задачи, содержание задания УП, требования к отчетной документации, подведению итогов УП.	6	3
Основной этап			
2	Разработка превью для сторис в фирменном стиле сообщества «О рекламе» ВК (в любом графическом редакторе).	6	3
3	Написание логтайна. Разработка сценария	6	3
4	Разработка режиссерского сценария. Подготовка к съемке, составление КПП (календарно-постановочного плана)	12	6
5	Съемка 2 –х видеороликов «Реклама о рекламе» (короткие ролики о жизни отделения «Реклама»: сценки, подсказки, полезные советы и, др. в формате сторис (9x16), хр 14 сек. (вместе с превью): этапы работы написание логтайна, сценария и режиссёрского сценария, раскадровка, календарно-постановочный план	12	6
6	Монтаж, звукокоррекция, цветокоррекция отснятого материала	12	6
Заключительный этап			
7	Подготовка отчётной документации обучающегося по практике: дневника (приложение диск с заданиями практики), отчёта по итогам практики (форма в дневнике практики).	12	6
8	Презентация готового рекламного продукта. Дифференцированный зачёт (оформление результатов, отчетной документации). Оформление аттестационного листа.	6	3
Итого		72	36

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ "Техника и технология рекламного видео"

3.1. Материально-техническое обеспечение учебной практики "Техника и технология рекламного видео"

Для прохождения учебной практики "Техника и технология рекламного видео" необходимо следующее индивидуальное оборудование: индивидуальное рабочее место (стол, стул, ПК), фотоаппарат с функцией видеосъемки, штатив, световое оборудование, рекордер (звукозаписывающее устройство).

3.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение на УП "Техника и технология рекламного видео"

Информационные источники (основные).

1. Блофилд Р. "Ты можешь снять фильм". Изд. ЭКСМО., 2018. ISBN 978-5-04-089455-0
2. Бордмен А.О. "Как снимается кино. История кинематографа". Изд. Манн, Иванов и Фербер., 2019. ISBN 978-5-00117-955-9
3. Гордон Юрий. О языке композиции. Изд. Студия Артемия Лебедева, 2018. ISBN 978-5-98062-108-7
4. Иоханнес Иттен. Искусство цвета. Изд. Дмитрий Аронов, 2020. ISBN 978-5-94056-047-0
5. Кононова О., Муссель М. Мобильное кино. Изд. Альпина нон-фикшн, 2018. ISBN 978-5-91671-781-5
6. Криттенден Роджер. Fine cuts. Интервью о практике европейского киномонтажа. Изд. Ад Маргинем., 2020. ISBN 978-5-91103-523-5
7. Першеева Александра. Видео-арт. Монтаж зрителя. Изд. Т8., 2020. ISBN 978-5-517-02091-8
8. Петерсон Брайан, Хайде Шелленберг Сюзанна. В поисках цвета. Как научиться понимать цвет и использовать его в фотографии. Изд. Манн, Иванов и Фербер, 2019. ISBN 978-5-00117-718-0
9. Сид Лила. Styling для Instagram. Что и как снимать, чтобы добиться успеха. Изд. Азбука-Бизнес, 2020. ISBN 978-5-389-15370-7
10. Сикорук Л.Л. Практика операторского мастерства. Киноосвещение. Кинокомпозиция. Изд. НГТУ, 2017. ISBN 978-5-7782-3363-8
11. Стокман Стив. Как снять отличное видео. Книга для тех, кто мечтает снимать. Изд. Эксмо., 2019. ISBN 978-5-04-108255-0
12. Тирар Лоран. Профессия режиссер. Мастер-классы. Изд. Эксмо., 2017. ISBN 978-5-699-86558-1

3.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов на УП "Техника и технология рекламного видео"

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.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ УП "Техника и технология рекламного видео"

4.1. Форма промежуточной аттестации (элемент модуля) по итогам УП "Техника и технология рекламного видео"

По итогам учебной практики "Техника и технология рекламного видео" 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 "Техника и технология рекламного видео"

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
<p><i>иметь практический опыт:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - подготовки к производству рекламного продукта; производства рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков; <p><i>умения:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - осуществлять видеосъемку для производства рекламного продукта; - разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы; - использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео-, анимации. 	Грамотность в составлении: логлайнов для трех идей; режиссерского тритмент для выбранной идеи	<ul style="list-style-type: none"> - Оценка качества выполнения заданий практики, заполнения отчета в дневнике практики. - Дифференцированный зачет. - Оформление аттестационного листа (определяются уровни сформированности умений, первоначального практического опыта)
	Грамотность в написании: режиссерского сценария; КПП (календарно постановочный план) с дедлайнами всех этапов; разработки превью	
	Грамотное оформление: раскадровки; списка и описания всей техники, которая понадобится для создания видео	
	Оптимальность решения по: съемки проекта; монтажу, звукокоррекции, цветокоррекции отснятого материал;	
	Полнота выполнения задания практики (рекламных видеороликов), соответствие выбранной теме.	

5. ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение №1

Бюджетное профессиональное образовательное учреждение Омской области
«Омский музыкально-педагогический колледж» (БПОУ «ОМПК»)

АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ по учебной практике "Техника и технология рекламного видео"

(ФИО обучающегося) обучающегося **4 курса** специальности **42.02.01 РЕКЛАМА базовой подготовки**, прошедшего учебную практику **ПМ 02 Производство рекламной продукции МДК 02.04 Техника и технологии рекламного видео**

2 недели в объеме 72 часа в с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г. в организации

Виды работ	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)
<ul style="list-style-type: none"> - Разработка превью для сторис в фирменном стиле сообщества «О рекламе» ВК (в любом графическом редакторе). - Написание логтайна. Разработка сценария - Разработка режиссерского сценария. Подготовка к съемке, составление КПП (календарно-постановочного плана) - Съемка 2-х видеороликов «Реклама о рекламе» - Монтаж, звукокоррекция, цветокоррекция отснятого материала. - Оформление заданий, отчета по УП в дневнике. - Презентация готового рекламного продукта. 	<p><u>приобретение первоначального практического опыта.</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - подготовки к производству рекламного продукта; производства рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков; <p><u>умения:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - осуществлять видеосъемку для производства рекламного продукта; - разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы; - использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки графики, аудио, видео-, анимации. 	Грамотность в составлении: логлайнов для трех идей; режиссерского тритмент для выбранной идеи		
		Грамотность в написании: режиссерского сценария; КПП (календарно постановочный план) с дедлайнами всех этапов; разработки превью		
		Грамотное оформление: раскадровки; списка и описания всей техники, которая понадобится для создания видео		
		Оптимальность решения по: съемки проекта; монтажу, звукокоррекции, цветокоррекции отснятого материал;		
		Полнота выполнения задания практики (рекламного видеоролика), соответствие выбранной теме.		

Примечание. Критерием оценки качества выполнения работ на учебной практике "Техника и технология рекламного видео" 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» (22 - 25 баллов) - оптимальный уровень, "хорошо" (18 - 21 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 _____ (подпись) _____ (расшифровка подписи)

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

М.П.