

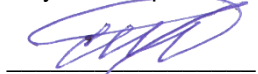
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ ОМСКОЙ ОБЛАСТИ

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.

**ПРОГРАММА
УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ
«Художественное проектирование рекламного продукта»**

ПМ 01 ПМ 01.«Разработка и создание дизайна рекламной продукции»

МДК.01.01. Художественное проектирование рекламного продукта

Специальность: 42.02.01. Реклама (базовая подготовка)

Квалификация выпускника: специалист по рекламе.

г. Омск, 2022 г.

Рабочая программа учебной практики «Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности» разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта 3 (далее ФГОС 3) по специальности среднего профессионального образования (далее СПО) 42.02.01 Реклама (базовая подготовка), 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: Алексеева Л.В., методист БПОУ «ОМПК»
Федорова Е.Н., преподаватель практики

СОДЕРЖАНИЕ
программы учебной практики «Художественное проектирование рекламного продукта»

	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	6
5. ПРИЛОЖЕНИЕ (АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ)	8

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ «ХУДОЖЕСТВЕННОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА»

1.1. Область применения учебной практики «Художественное проектирование рекламного продукта»

Рабочая программа УП «Художественное проектирование рекламного продукта» является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО 3+ (далее ФГОС 3+) по специальности «Реклама» 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 01 «Разработка и создание дизайна рекламной продукции» МДК.01.01.

Художественное проектирование рекламного продукта обучающийся должен:

иметь практический опыт:

выбора художественной формы реализации рекламной идеи; создания визуального образа с рекламными функциями; художественного конструирования рекламных продуктов по заданию;

умения:

- осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги;
- разрабатывать композиционное решение рекламного продукта;
- использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы.

1.2. Цели учебной практики (далее - УП) «Художественное проектирование рекламного продукта»:

формирование у обучающихся умений, приобретение первоначального практического опыта.

Приобретение практического опыта:

- выбора художественной формы реализации рекламной идеи;
- создания визуального образа с рекламными функциями;
- художественного конструирования рекламных продуктов по заданию;

формирование умений:

- осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги; разрабатывать композиционное решение рекламного продукта;
- использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы;

1.3. Задачи УП «Художественное проектирование рекламного продукта»:

- 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 творческой концепцией рекламного продукта (листочка) – задание преподавателя практики (тема, форма, контент, семантика, формат).
- Поиск решения для создания рекламного продукта,
- Создание визуального образа с рекламными функциями с обозначенными рекламными образами.
- Выбор художественной формы. Работа с проектом.
- Использование выразительных и художественно-изобразительных средств при моделировании рекламы. Компонировка формата.
- Оформить задания по учебной практике в дневнике.
- Составление отчет по учебной практике,
- Сдача отчетной документации преподавателю практики, подведение итогов учебной практики.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ «ХУДОЖЕСТВЕННОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА»

2.1. Место и время проведения УП «Художественное проектирование рекламного продукта»

Учебная практика осуществляется на базе образовательной организации БПОУ «ОМПК» в соответствии с учебным планом На 2 курсе в 4 семестре. Время, отведенное на проведение практики – 0,5 недели (18 часов)

2.2. Формы проведения УП «Художественное проектирование рекламного продукта» - концентрированно.

2.3. План учебного процесса (основная профессиональная программа СПО) специальность «РЕКЛАМА»

Нормативный срок обучения – 3 г. 10 м. (ФГОСЗ+, программа СПО базовой подготовки) 20.08.2017, 2018, 2019, 2020 г. по 07.2021 г.

Вид практики	Наименование практики	Семестр	Осваиваемый профессиональный модуль, МДК	Количество часов практики
УП	Техника и технология рекламной фотографии	III	ПМ 02. Производство рекламной продукции	1 н. (36ч.) (концентр.)
		IV	МДК 02.03 Техника и технологии рекламной фотографии	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	0,5 н. (18ч.) (концентр.)
		V	МДК 01.01 Художественное проектирование рекламного продукта	0,5 н. (18ч.) (концентр.)
		VI		0,5 н. (18ч.) (концентр.)
	Пленэр	IV	ПМ 01. Разработка и создание дизайна рекламной продукции	1 н. (36ч.) (концентр.)
		VI	МДК 01.01 Художественное проектирование рекламного продукта	1 н. (36ч.) (концентр.)
	Материаловедение	V	ПМ 02. Производство рекламной продукции	0,5 н. (18ч.) (концентр.)
	Прикладной дизайн в рекламе	VI	МДК 02.01 Выполнение рекламных проектов в материале	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.)	
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	0,5 н. (18ч.) (концентр.)	
		МДК 05.01 Современная оргтехника МДК 05.02 Основы рекламных коммуникационных технологий МДК 05.03 Реализация рекламного заказа	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. Содержание деятельности обучающегося на УП «Художественное проектирование рекламного продукта» 2 курс 4 семестр

№	Разделы (этапы) практики. Содержание деятельности обучающегося	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, техники безопасности работы на пленэре.	2	1
Основной этап			
2	Ознакомление с творческой концепцией рекламного продукта (листочка) – задание преподавателя практики (тема, форма, контент, семантика, формат). Поиск решения для создания рекламного продукта.	2	1
3	Создание визуального образа с рекламными функциями с обозначенными рекламными образами. Эскизное решение	4	2
4	Выбор художественной формы. Работа с проектом, ретушь, верстка, сборка элементов).	4	2
5	Использование выразительных и художественно-образительных средств при моделировании рекламы. Компоновка формата.	2	1
Заключительный этап			
6	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		18	9

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ «ХУДОЖЕСТВЕННОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА»

3.1. Материально-техническое обеспечение УП «Художественное проектирование рекламного продукта»

Для прохождения учебной практики «Художественное проектирование рекламного продукта» необходимо следующее индивидуальное оборудование: индивидуальное рабочее место (стул, стол – парта, ПК).

3.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение УП «Художественное проектирование рекламного продукта»

Основная литература:

1. Белковский С.В. Основы рекламы и связи с общественностью: Учебно-методическое пособие. – Н/ Новгород: Нижегородский госуниверситет, 2010. – 29 с.
2. Бердышев С.Н. Рекламное агентство. С чего начать? М.: Дашков и Ко, 2009. – 168с.
3. Бузин В.Н., Бузина Т.С. Медиапланирование. Теория и практика: Учебное пособие. – М.: ЮНИТИДАНА, 2012. – 492 с.
4. Демин, А.Ю. Основы компьютерной графики: Учебное пособие. – Томск: Издательство: , 2011. – 125 с.
5. Денисенко, В. И., Бадян В. Е. Основы композиции: Учебное пособие для вузов. – М.: Издательство: Академический проект, 2011. – 175 с.

3.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов на УП «Художественное проектирование рекламного продукта»

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 УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ «ХУДОЖЕСТВЕННОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА»

4.1. Форма промежуточной аттестации (элемент модуля) по итогам УП «Художественное проектирование рекламного продукта»

По итогам учебной практики «Художественное проектирование рекламного продукта» 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 «Художественное проектирование рекламного продукта»

Критерии результатов освоения программы УП по видам деятельности на практике (формирование у обучающихся)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
---	---------------------------------------	----------------------------------

умений, приобретения первоначального практического опыта)			
<p><i>иметь практический опыт:</i> выбора художественной формы реализации рекламной идеи; создания визуального образа с рекламными функциями; художественного конструирования рекламных продуктов по заданию;</p>	Грамотный подход к поиску решения для создания рекламного продукта	<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) 	
	Уровень выполнения практической работы по созданию визуального образа		
	Выбор объективно-необходимой художественной формы		
<p><i>умения:</i> осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги; разрабатывать композиционное решение рекламного продукта; использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы</p>	Уровень владения графическим инструментом		

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение №1

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

АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ
по учебной практике «Художественное проектирование рекламного продукта»

обучающегося _____ (ФИО)
2 курса специальности **42.02.01 РЕКЛАМА базовой подготовки**, прошедшего учебную практику ПМ 01 «Разработка и создание дизайна рекламной продукции» МДК.01.01. Художественное проектирование рекламного продукта, **0.5 недели в объеме 18 часов** в 4 семестре с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г. в организации Бюджетное профессиональное образовательное учреждение Омской области «Омский музыкально-педагогический колледж»

Виды и объем 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)
Выполнение рекламного проекта (листочка)	<p><u>приобретение первоначального практического опыта.</u></p> <p>выбора художественной формы реализации рекламной идеи;</p> <p>создания визуального образа с рекламными функциями;</p> <p>художественного конструирования рекламных продуктов по заданию;</p> <p><u>формирование у обучающихся умений:</u></p> <p>осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги;</p> <p>разрабатывать композиционное решение рекламного продукта;</p> <p>использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы;</p>	Грамотный подход к поиску решения для создания рекламного продукта		
		Уровень выполнения практической работы по созданию визуального образа		
		Выбор объективно-необходимой художественной формы		
		Уровень владения графическим инструментом		

Примечание. Критерием оценки качества выполнения работ на учебной практике «Художественное проектирование рекламного продукта» являются уровни (оптимальный (отлично), допустимый (хорошо), критический (удовлетворительно), низкий (неудовлетворительно) 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» (17 - 20 баллов) - оптимальный уровень, "хорошо" (14 - 16 балл) - допустимый уровень, "удовлетворительно" (12 - 13 балл) – критический уровень, «неудовлетворительно» (11 и менее баллов и, если один и более видов работ оценены на 2 балла, (столбец «НЕ ОСВОЕНО») - низкий уровень.

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

Руководитель группы практикантов _____ (подпись) _____ (расшифровка подписи)

Преподаватель _____ (подпись) _____ (расшифровка подписи)

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

М.П.