

Департамент культуры города Москвы

Государственное бюджетное профессиональное
образовательное учреждение города Москвы
«Театральный художественно – технический колледж»



УТВЕРЖДАЮ

Директор ГБПОУ г. Москвы

«ТХТК»

Волпянская О.И.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ
(ПО ПРОФИЛЮ СПЕЦИАЛЬНОСТИ)

031601 (42.02.01) Реклама

Москва,

2014 год



ОДОБРЕНА предметной (цикловой) комиссией специальных дисциплин «Анимации, рекламы и мастер по обработке цифровой информации» Протокол № <u>4</u> от «<u>31</u>» <u>08</u> 201<u>4</u> г.	Разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования 031601 (42.02.01) Реклама
Председатель предметной (цикловой) комиссии <u>[подпись]</u> / Ткачук С.С. (подпись) (Ф.И.О.)	Заместитель директора по учебно-производственной работе <u>[подпись]</u> / Коренько Ю.В. (подпись) (Ф.И.О.)

Заведующий практикой [подпись] / Новикова А.В.

(подпись) (Ф.И.О.)

Составители (авторы): Ткачук Светлана Сергеевна, преподаватель профессиональных дисциплин ГБПОУ г. Москвы «ТХТК»

(Ф.И.О., ученая степень, должность, наименование ОУ СПО)

Программа согласована: Резаева И.В. Ген. Директор

(Ф.И.О., ученая степень, должность, наименование организации)



СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ПРАКТИКИ	6
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ	10
4. УСЛОВИЯ ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ	15
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ПРАКТИКИ	18

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ «ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПО ПРОФИЛЮ СПЕЦИАЛЬНОСТИ) ПРАКТИКИ»

1.1. Место производственной практики в структуре основной профессиональной образовательной программы.

Программа **производственной (по профилю специальности) практики** является частью ОПОП по специальности СПО **42.02.01 Реклама**, в части освоения основных видов профессиональной деятельности:

ПМ 01. Разработка и создание дизайна рекламной продукции;

ПМ 02. Производство рекламной продукции;

ПМ 03. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта;

ПМ 04. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта;

1.2. Цели и задачи производственной практики.

С целью овладения указанными видами профессиональной деятельности студент в ходе данного вида практики должен:

По профессиональной деятельности - ПМ. 01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен: иметь практический опыт:

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

уметь:

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

знать:

- выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы;
- приемы и принципы составления рекламного текста;
- композицию, шрифтовую и художественную графику в рекламе;
- методы проектирования рекламного продукта;

По профессиональной деятельности - ПМ.02 Производство рекламной продукции

В результате изучения профессионального модуля 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 фотосъемку для производства рекламного продукта;
- использовать компьютерные технологии при создании печатного рекламного продукта;
- использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео-, анимации;
- использовать мультимедийные и web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта;

знать:

- технику, технологии и технические средства фотосъемки в рекламе;
- технические и программные средства для создания печатного рекламного продукта;
- технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации;
- технологию создания Интернет-рекламы;
- аппаратное и программное обеспечение.

По профессиональной деятельности - ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен:

иметь практический опыт:

- выявления требований целевых групп потребителей;
- разработки средств продвижения рекламного продукта;
- разработки маркетинговой части бизнес-плана;

уметь:

- проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей;
- анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп;
- проводить сегментирование рынка;
- принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта;

знать:

- задачи, цели и общие требования к рекламе;
- основные направления рекламной деятельности;
- виды рекламной деятельности;
- структуру рекламного рынка.

По профессиональной деятельности - ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен:

иметь практический опыт:

- планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта;
- контролирования соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя;
- взаимодействия с субъектами рекламной деятельности;
- подготовки документации для регистрации авторских прав;

уметь:

- составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта;
- работать с рекламой в средствах массовой информации;
- проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком;
- проводить презентацию рекламного продукта;;

знать:

- экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации;
- основные принципы работы организаций в условиях рыночной экономики;
- пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов;
- основные федеральные законы и иные нормативные правовые акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации;
- аспекты планирования рекламы;.

1.3. Количество недель (часов) на освоение программы производственной (по профилю специальности) практики:

Всего 21 недели, 756 часов (педагогическая нагрузка руководителя практики 378 часов)

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ПРАКТИКИ

Результатом производственной (по профилю специальности) практики является освоение общих компетенций (ОК):

Код	Наименование результата практики
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3.	Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях.
ОК 4.	Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5.	Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности.
ОК 6.	Работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, 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.
ОК 10.	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.
ОК 11.	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке
ОК 12.	Проявлять творческую инициативу, внедрять достижения отечественной и зарубежной науки и техники, иметь опыт применения сформированных знаний и умений в условиях внедрения передовых технологий.

профессиональных компетенций (ПК):

Вид профессиональной деятельности	Код	Наименование результатов практики
1	2	3
Осуществлять поиск рекламных идей.	ПК 1.1.	Уметь осуществлять поиск рекламных идей.
Осуществлять художественное конструирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.	ПК 1.2.	Выполнять художественное конструирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.
Разрабатывать авторские рекламные проекты.	ПК 1.3.	Осуществлять разработку авторских рекламных проектов
Составлять и оформлять рекламные объявления.	ПК 1.4.	Выполнять и оформлять рекламные объявления.
Создавать визуальные образы с рекламными функциями.	ПК 1.5.	Выполнять эскизы и зарисовки связанными в визуальными образами отвечающие рекламным функциям
Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.	ПК 2.1.	Осуществлять выбор и использование инструментов, оборудования, основные изобразительные средства и материалы для выполнения задания.
Создавать модели объекта с учетом выбранной технологии.	ПК 2.2.	Выполнять модели объекта с учетом выбранной технологии.
Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.	ПК 2.3.	Применять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.
Анализировать требования целевых групп потребителей с использованием средств исследования рынка	ПК 3.1.	Выполнять анализ требования целевых групп потребителей с использованием средств исследования рынка

1	2	3
Определять и разрабатывать стратегию и средства продвижения рекламного продукта.	ПК 3.2.	Уметь определять и разрабатывать стратегию и средства продвижения рекламного продукта.
Обеспечивать правовое и юридическое сопровождение рекламного проекта.	ПК 3.3.	Осуществлять обеспечение правового и юридического сопровождения рекламного проекта
Планировать работу (собственную или группы) по разработке и техническому исполнению рекламного проекта.	ПК 4.1.	Осуществлять планирование работы (собственной или группы) по разработке и техническому исполнению рекламного проекта.
Осуществлять контроль исполнения на соответствие рекламной идее и заказу рекламодателя.	ПК 4.2.	Выполнять контроль исполнения на соответствие рекламной идее и заказу рекламодателя.
Взаимодействовать с заказчиком в ходе выполнения и сдачи рекламного проекта.	ПК 4.3.	Осуществлять взаимодействие с заказчиком в ходе выполнения и сдачи рекламного проекта.
Реализовывать технологии продвижения рекламного продукта.	ПК 4.5.	Умение реализовать технологии продвижения рекламного продукта.
Принимать решение в соответствии с требованиями рекламодателей и документами, регламентирующими рекламную деятельность.	ПК 4.6.	Знать документы, регламентирующие рекламную деятельность.
Обеспечивать технику безопасности на производственном участке.	ПК 4.7.	Знать технику безопасности на производственном участке.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПО ПРОФИЛЮ СПЕЦИАЛЬНОСТИ) ПРАКТИКИ

3.1. Тематический план

Коды формируемых компетенций	Наименование профессионального модуля	Объем времени, отведенный на практику (в неделях, часах)	Сроки проведения
ПК 1.1., 1.2. ПК 1.3., 1.4. ПК 1.5., 3.1. ПК 4.1.	МДК.01.01 Художественное проектирование рекламного продукта	162 часа	1-5 неделя
ПК 4.3.	МДК.05.03 Основы режиссуры и сценарного мастерства	18 часов	1 неделя
ПК 2.1., 2.2. ПК 4.3., 4.4.	МДК.02.01 Выполнение рекламных проектов в материале	288 часов	6-14 неделя
ПК 2.3., 3.2. ПК 4.2.	МДК.02.02 Проектная компьютерная графика и мультимедиа	144 часа	15-17 неделя
ПК 4.5.	МДК.02.03 Техника и технологии рекламной фотографии	72 часа	17-19 неделя
ПК 3.3.	МДК.04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности	72 часов	19-21 неделя
	итого	756	21 неделя

3.2. Содержание практики

Виды деятельности	Виды работ	Содержание учебного материала, необходимого для видов работ	Наименование учебных дисциплин, междисциплинарных курсов с указанием тем, обеспечивающих выполнение видов работ	Количество часов
1	2	3	4	5
Вводное занятие	Ознакомление с проектами студии (рекламного отдела)	Знакомство с проектами студии (рекламного отдела). Правила внутреннего распорядка, техники безопасности и пожарной защиты. Объяснение сути задания.	МДК.04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности Тема 1. Менеджмент в рекламе	6
Разработка и создание дизайна рекламной продукции	Анализ действующих направлений деятельности предприятия	Организация рабочего места специалиста по рекламе. Требования к персоналу предприятия. Техническое и телекоммуникационное обеспечение деятельности предприятия. Характер взаимодействия различных служб.	МДК.04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности Тема 1. Менеджмент в рекламе	12
Просмотр и изучение услуг, оказываемых предприятием и описание технологий	Составление перечня услуг, оказываемых предприятием и описание технологий их организации и выполнения	Составление перечня услуг, предлагаемых предприятием на основе внутренней документации или на основе наблюдения за процессом разработки рекламной продукции.	МДК.05.02 Методы графической подачи экспериментального творческого проекта Тема 2 Дизайн графической продукции в рекламе	18

1	2	3	4	5
Подбор материала для разработки проекта плана рекламной кампании	Разработка проекта плана рекламной кампании на основе заказов на рекламные услуги, полученные предприятием	Ознакомление с брифами, полученными предприятием Ознакомление с планами рекламных компаний, проводимыми предприятием Разработка проекта мероприятий по оказанию рекламных услуг Обоснование предлагаемых решений по проведению рекламных мероприятий	МДК.01.01 Художественное проектирование рекламного продукта Тема 1 Композиция рекламного плаката МДК.02.02 Проектная компьютерная графика и мультимедиа Тема 1. Проектная компьютерная графика Тема 3 Компьютерный дизайн и вёрстка МДК.02.03 Техника и технологии рекламной фотографии Тема 1.Фотореклама	180
Дизайн эскизов, цветовые пробы макетов, варианты рекламных текстов.	Выполнение работ связанных с разработкой и дизайном рекламной продукции по заданию от руководителя предприятия	Освоение технологий рекламной деятельности, необходимых для создания и организации проведения рекламной кампании и выпуска рекламной продукции	МДК.05.03 Основы режиссуры и сценарного мастерства Тема 1.Основы режиссуры и сценарного мастерства МДК.01.01 Художественное проектирование рекламного продукта Тема 2. Дизайн анимации (рекламного фильма) МДК.02.01 Выполнение рекламных проектов в материале Тема 1. Макетирование Тема 2. Рекламный плакат	243
Выполнение баннеров, флеш-роликов презентаций рекламной продукции	Разработка проектов рекламной продукции для своего плана рекламной кампании	Разработка проектов рекламной продукции с учётом поставленных требований Обоснование созданных проектов, устная защита перед руководителем практики	МДК.02.01 Выполнение рекламных проектов в материале Тема 3 Рекламная анимация МДК.02.02 Проектная компьютерная графика и мультимедиа Тема 2 Мультимедийные технологии	279

1	2	3	4	5
Подведение итогов. Сбор информации для отчета по практике	Анализ результатов своей работы и проектов, в которых принимали участие Составление отчета.	Создание выводов к отчёту по практике, описание и систематизация полученного опыта, оформление собранных и созданных образцов рекламной продукции		12
Конференция	Просмотр	Представление отчета по практике.		6
ВСЕГО 21 неделя				756

4. УСЛОВИЯ ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОВЕДЕНИИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Производственная практика (по профилю специальности) организуется таким образом, чтобы студент получил возможность отработать все виды работ, предусмотренные программой практики. С учетом места прохождения практики отдельным студентам может быть выдано индивидуальное задание отражающее специфику работы.

Практика строится на основе знаний, полученных студентами в процессе лекционных, семинарских, практических и других информационных форм обучения.

Во время производственной практики студенты последовательно перемещаются для работы на разных участках. С этой целью для каждой группы составляется график распределения студентов.

4.1. Требования к документации, необходимой для проведения практики:

- Положение об учебной и производственной практике студентов, осваивающих основные профессиональные программы СПО;
- программа производственной (преддипломной) практики;
- договоры с организациями на проведение практики;
- календарно-тематический план;
- приказ о назначении руководителя практики от образовательного учреждения;
- график проведения практики.

4.2. Требования к учебно-методическому обеспечению практики:

Перед началом практики студент обязан совместно с руководителем разработать конкретные задания практики и календарный план их прохождения.

В первый день практики в организации (на предприятии) студенту необходимо:

- познакомиться с коллективом, в котором организовано прохождение практики;
- изучить правила внутреннего распорядка организации;
- изучить технику безопасности и расписаться в соответствующих документах.

В бланк индивидуального задания по практике необходимо ежедневно записывать краткие сведения о проделанной работе.

Во время практики необходимо четко выполнять рекомендации и указания руководителя практики.

В процессе прохождения практики студент выполняет задания, соблюдая календарный график.

После окончания практики студент сдаёт письменный отчёт своему руководителю.

Источником сбора, изучения, обобщения и анализа информации о предприятии являются:

- нормативно-правовые документы: устав и другие документы, регламентирующие деятельность предприятия;
- нормативно-правовые документы по основным направлениям деятельности предприятия, в том числе законы и другие подзаконные акты;
- положения о подразделениях, руководящие документы, методики, стандарты, должностные инструкции, процедуры;
- схемы организационных структур, оперативные документы, регламентирующие деятельность подразделения (непосредственного места прохождения практики);
- информация о продукте и технологиях организации (предприятия);
- личные наблюдения, беседы, опросы и т.п.

4.3. Требования к материально-техническому обеспечению:

Для прохождения производственной практики студенту предоставляются базы практики, отвечающие требованиям, определенными Государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 032401 «Реклама», квалификация «Специалист по рекламе».

Закрепление баз практики осуществляется администрацией учебного заведения: с предприятиями заключается договор независимо от их организационно – правовых форм.

Реализация программы производственной (по профилю специальности) практики осуществляется с использованием специального оборудования.

- средства обучения и обработки информации (компьютер, принтер, сканнер, ноутбук, мультимедийная установка);
- экран, проектор;
- студийное оборудование: отражатели, фоны, вспышки, стойки, насадки; фотоувеличитель, фотоаппараты.

4.4. Перечень учебных изданий, Интернет ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Бернадская Ю.С. и др. Основы рекламы : Учебник / Ю.С. Бернадская, С.С. Марочкина, Л.Ф.Смотрова. Под ред. Л.М. Дмитриевой. – М.: Наука, 2005.

2. Бернадская Ю.С. Текст в рекламе. – М.: Юнити-Дана, 2008.
3. Дегтярев А.Р. Изобразительные средства рекламы. Слово, композиция, стиль, цвет. Фаир-Пресс, 2006.
4. Ф.Г. Панкратов, Ю.К. Баженов, В.Г. Шахурин Рекламная деятельность М.: Дашков и К, 2004
5. Е.В. Ромат Реклама Спб.: Питер 2007 или изд № 9 Питер, 2009
6. Устинов В.Б. Учебник дизайна. Композиция, методика, практика. – М.: АСТ: Астрель, 2009
7. Овчинников Р.Ю. Дизайн в рекламе. – М.: Юнити-Дана, 2009.

Дополнительные источники:

1. Дмитриева Л.М. Разработка и технологии производства рекламного продукта. – М.: Экономистъ, 2006.
2. Гольман И. Российская реклама в лицах. – М.: Вершина, 2006.
3. Дизайн и основы композиции в дизайнерском творчестве и фотографии. – М.: Харвест, 2010.
4. Фрэнк Джефкинс. Реклама. – М.: Юнити-Дана, 2008.
5. А.Н. Матанцев Эффективность рекламы М.: Финпресс, 2002
6. В.Л. Музыкант Реклама в действии: стратегии и продвижения, М.: Эксмо, 2007
7. В.Л. Музыкант Реклама в действии: история, аудитория, приёмы, М.: Эксмо 2006
8. Ткаченко Н.В. Креативная реклама. – М.: Юнити-Дана, 2009.
9. Пендикова И.Г., Ракитина Л.С. Архетип и символ в рекламе. – М.: Юнити-Дана, 2008
10. Пронин С. Рекламисту о дизайне. Дизайнеру о рекламе. – М.: Бератор, 2004.

11. Разработка и технологии производства рекламного продукта М.: Экономист. 2006
12. Эл Райс Позиционирование: битва за узнаваемость, Спб.: Питер, 2001
13. Д. Росситер и Л. Перси Реклама и продвижение товаров, Спб.: Питер, 2010
14. Д Траут, С Ривкин Дифференцируйся или погибай Спб: Питер, 2004
15. Устинов В. Композиция в дизайне. Методические основы композиционно-художественного формообразования в дизайнерском творчестве. ALLDAY.RU, 2007.

Периодические издания (журналы):

- Designer
- Время рекламы
- Журнал о графическом дизайне
- Индустрия рекламы
- Новости рекламы
- Рекламные идеи

Интернет-ресурсы:

- <http://www.advesti.ru> Реклама вчера, реклама сегодня, реклама завтра.
- <http://www.advertology.ru> Всё о рекламе, маркетинге и PR.
- <http://www.comcon-2.ru> Global Market Research.
- <http://www.advert.ru> Агентство digital-коммуникаций полного цикла
- <http://www.advertising.ru> Реклама. Теория и практика. Аннотации и статьи.

4.5. Требования к руководителям практики от образовательного учреждения и организации

Требования к руководителям практики от образовательного учреждения:

Высшее профессиональное образование по специальности, соответствующей профилю, и стаж работы по специальности, соответствующей профилю, не менее 3 лет.

Требования к руководителям практики от организации:

Среднее профессиональное образование по специальности, соответствующей профилю, и стаж работы по специальности, соответствующей профилю, не менее 3 лет.

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Руководитель практики от колледжа обязан:

1. На подготовительном этапе:

- ознакомить студентов с содержанием программы производственной (по профилю специальности) практики и оформлением документации по результатам практики;
- провести инструктаж студентов;
- разработать и выдать студентам индивидуальные задания.

2. В период прохождения практики:

- обеспечить прохождение практики в соответствии с ФГОС СПО и Программой практики;
- осуществлять постоянный контроль за прохождением практики;
- консультировать студентов по вопросам, возникающим в процессе практики;

3. На заключительном этапе:

- принять и проверить аттестационный лист и характеристику;
- оформить результаты освоения вида профессиональной деятельности студентами (портфолио выполненных работ).

Студент, проходящий производственную (по профилю специальности) практику, должен:

1. На подготовительном этапе:

- присутствовать на инструктаже по практике;
- получить документацию по практике (направление, Программу практики, индивидуальное задание, аттестационный лист по практике).

2. В рабочий период:

- в полном объеме и добросовестно выполнять индивидуальное задание, выданное руководителем практики;
- систематически отчитываться перед руководителем о выполняемых заданиях;

3. На заключительном этапе:

- получить аттестационный лист с заключением руководителя практики от предприятия о качестве выполнения видов работ, предусмотренных Программой практики и освоения вида профессиональной деятельности;
- получить характеристику с места прохождения практики, заверенную подписью руководителя и печатью организации;
- своевременно сдать на проверку в учебную часть, предусмотренную Программой документацию.

Основной формой отчетности являются: аттестационный лист, характеристика студента от руководителя с места прохождения практики и презентация выполненной работы. При подведении итогов учитывается прилежание студентов к выполнению заданий, посещение и поведение на территории практики.