

Департамент образования города Москвы

**Государственное бюджетное образовательное учреждение
среднего профессионального образования города Москвы
Театрально-художественный техникум № 60**



УТВЕРЖДАЮ
Директор ГБОУ СПО ТХТ №60
Волпянская О.И.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ**

**Специальность 031601
Реклама**

Москва,
2013 год

ОДОБРЕНА
предметной (цикловой) комиссией
специальных дисциплин Анимации и
рекламы

Протокол № 1
от «31» августа 2013 г.

Председатель предметной (цикловой)
комиссии

(подпись) / Ткачук С.С.
(Ф.И.О.)

Разработана на основе Федерального
государственного образовательного
стандарта по специальности среднего
профессионального образования
031601 Реклама

Заместитель директора по учебно-
производственной работе

(подпись) / Коренько Ю.В.
(Ф.И.О.)

Заведующий практикой

(подпись) / Новикова А.В.
(Ф.И.О.)

Составители (авторы):

Максимова Ирина Игоревна, преподаватель специальных дисциплин, ГБОУ
СПО ТХТ № 60

Программа согласована:

Субботин Дмитрий Сергеевич
(Ф.И.О., ученая степень, должность, наименование организации)
ООО "Домашние деловые"

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ПРАКТИКИ	5
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ	8
4. УСЛОВИЯ ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ	11
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ПРАКТИКИ	13

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ «УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ»

1.1. Место учебной практики в структуре основной профессиональной образовательной программы (далее – ОПОП).

Программа **учебной практики** является частью ОПОП по специальности СПО **031601 Реклама**, в части освоения основных видов профессиональной деятельности:

ПМ 01. Разработка и создание дизайна рекламной продукции;

ПМ 02. Производство рекламной продукции;

Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих (приложение к ФГОС):

Код (ОК 016-94)	Наименование профессии рабочих, должностей служащих
20032	Агент рекламный

1.2. Цели и задачи учебной 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:

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;
- методы психологического воздействия на потребителя.

По профессиональной деятельности – ПМ 02. Производство рекламной продукции:

иметь практический опыт:

- выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта;
- подготовки к производству рекламного продукта;
- производства рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков.

уметь:

- использовать компьютерные технологии при создании печатного рекламного продукта.

знать:

- технические и программные средства для создания печатного рекламного продукта;

1.3. Количество недель (часов) на освоение программы УЧЕБНОЙ практики: Всего 8 недель, 288 часов.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ПРАКТИКИ

Результатом учебной 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.	Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за 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.

профессиональных компетенций (ПК):

Вид профессиональной деятельности	Код	Наименование результатов практики
Осуществлять поиск рекламных идей	ПК 1.1.	Придумывать эскизы рекламных продуктов
Осуществлять художественное конструирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.	ПК 1.2.	Использовать приемы и принципы составления рекламного текста на практике. Знать композиционные приемы, шрифтовую и художественную графику в рекламе.
Разрабатывать авторские рекламные проекты.	ПК 1.3.	Разрабатывать и создавать макеты рекламных продуктов: визиток, календаря, буклета, плакатов, стенда, фирменного бланка, конверта и папок.
Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.	ПК 2.1	Выбирать определенные художественно-изобразительные средства, цветовую гамму, шрифты, композицию и метод рисования в зависимости от рекламного продукта
Создавать модели объекта с учетом выбранной технологии.	ПК 2.2.	Выбирать определенные компьютерные программы в зависимости от рекламного продукта
Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.	ПК 2.3.	Изготавливать макеты рекламной продукции в электронном и печатном виде

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ 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.	МДК.01.01 Художественное проектирование рекламного продукта МДК.01.02. Разработка творческой концепции рекламного продукта	180	1-8 недели
ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.3	МДК.02.01 Выполнение рекламных проектов в материале	108	1-8 недели

3.2. Содержание практики

Виды деятельности	Виды работ	Содержание освоенного учебного материала, необходимого для видов работ	Наименование учебных дисциплин, междисциплинарных курсов с указанием тем, обеспечивающих выполнение видов работ	Количество часов
Вводное занятие	Ознакомление, изучение норм техники безопасности при выполнении работ.	Введение. Правила внутреннего распорядка. Инструктажи по технике безопасности, противопожарной безопасности, правила эксплуатации электрических приборов.		6
Разработка и	Разработка	Композиция, шрифтовая	МДК. 01.01.	18

создание визиток	эскиза визиток. Подборка шрифтов и изображения. Выбор цветовой гаммы. Создание макета визиток в компьютерной программе.	и художественная графика в рекламе. Методы проектирования и создания рекламного продукта. Освоение приемов психологического воздействия на потребителя. Использование компьютерных технологий для создания рекламного продукта.	Художественное проектирование рекламного продукта МДК.01.02. Разработка творческой концепции рекламного продукта МДК.02.01. Выполнение рекламных проектов в материале	
Разработка и создание календаря	Разработка композиции календаря, выбор цветовой гаммы и подборка изображения и его редактирование. Разработка макета в компьютерной программе.	Композиция, шрифтовая и художественная графика в рекламе. Методы проектирования и создания рекламного продукта. Освоение приемов психологического воздействия на потребителя. Использование компьютерных технологий для создания рекламного продукта.	МДК. 01.01. Художественное проектирование рекламного продукта МДК.01.02. Разработка творческой концепции рекламного продукта МДК.02.01. Выполнение рекламных проектов в материале	24
Просмотр и защита визиток и календаря и их доработка	Доработка макетов в компьютерной программе.	Использование компьютерных технологий для создания рекламного продукта.	МДК.02.01. Выполнение рекламных проектов в материале	12
Разработка и создание фирменных бланков, конвертов, папок и буклета	Разработка эскиза. Выбор изображения и его редактирование. Подбор шрифта. Написание текста. Выбор цветовой гаммы. Разработка	Композиция, шрифтовая и художественная графика в рекламе. Методы проектирования и создания рекламного продукта. Освоение приемов психологического воздействия на потребителя. Изучение приемов и принципов составления	МДК. 01.01. Художественное проектирование рекламного продукта МДК.01.02. Разработка творческой концепции рекламного продукта МДК.02.01. Выполнение рекламных проектов в материале	48

	макетов в компьютерной программе.	рекламного текста. Использование компьютерных технологий для создания рекламного продукта.		
Просмотр и защита фирменного бланка, конвертов, папок и буклета и их доработка.	Доработка макетов в компьютерной программе.	Использование компьютерных технологий для создания рекламного продукта.	МДК.02.01. Выполнение рекламных проектов в материале	12
Создание и разработка рекламных плакатов	Разработка композиции плаката, выбор цветовой гаммы и подборка изображения и шрифта. Разработка макета в компьютерной программе.	Композиция, шрифтовая и художественная графика в рекламе. Методы проектирования и создания рекламного продукта. Освоение приемов психологического воздействия на потребителя. Использование компьютерных технологий для создания рекламного продукта.	МДК. 01.01. Художественное проектирование рекламного продукта МДК.01.02. Разработка творческой концепции рекламного продукта МДК.02.01. Выполнение рекламных проектов в материале	90
Просмотр и защита плакатов и их доработка	Доработка макета в компьютерной программе.	Использование компьютерных технологий для создания рекламного продукта.	МДК.02.01. Выполнение рекламных проектов в материале	12
Разработка и создание фонового стенда для выставок. Просмотр и доработка.	Разработка эскиза. Выбор изображения и его редактирование. Разработка макета в компьютерной программе.	Композиция, шрифтовая и художественная графика в рекламе. Методы проектирования и создания рекламного продукта. Освоение приемов психологического воздействия на потребителя. Использование компьютерных технологий для создания	МДК. 01.01. Художественное проектирование рекламного продукта МДК.01.02. Разработка творческой концепции рекламного продукта МДК.02.01. Выполнение рекламных проектов в материале	30

		рекламного продукта.		
Подготовка отчета к итоговой конференции Подготовка к экзамену.	Разработка отчета и повторение теории	Повторение и закрепление пройденного материала.	МДК. 01.01. Художественное проектирование рекламного продукта МДК.01.02. Разработка творческой концепции рекламного продукта МДК.02.01. Выполнение рекламных проектов в материале	24
Итоговая конференция	Просмотр отчетов по практике	Проверка и закрепление полученных знаний.	МДК. 01.01. Художественное проектирование рекламного продукта МДК.01.02. Разработка творческой концепции рекламного продукта МДК.02.01. Выполнение рекламных проектов в материале	6
Итоговое занятие	Квалификационные испытания.	Экзамен по учебной практике.	МДК. 01.01. Художественное проектирование рекламного продукта МДК.01.02. Разработка творческой концепции рекламного продукта МДК.02.01. Выполнение рекламных проектов в материале	6
			ИТОГО	288

4. УСЛОВИЯ ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОВЕДЕНИИ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Во время учебной 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 учебной практики;
- договоры с организациями на проведение практики;
- календарно-тематический план;
- приказ о назначении руководителя практики от образовательного учреждения;
- график проведения практики;
- график защиты отчетов по практике.

Задания	Этапы	Методические рекомендации	Зачет задания
Создание визиток	1 неделя	Изучение программы Photoshop для изготовления рекламной продукции, обучение законам композиции, шрифтовой и художественной графике в рекламе. Ознакомление с подготовкой к производству.	Визитки в электронном и печатном виде для учителей, администрации и т.д.
Создание календаря	2 неделя	Изучение компьютерных программ для создания рекламного продукта.	Календарь в электронном и печатном виде
Создание буклета, фирменных бланков, папок и конвертов.	3- 4 неделя	Методы и способы проектирования рекламного продукта.	Буклет, шаблоны фирменных бланков, папок и конвертов в электронном и печатном виде
Создание рекламных плакатов	4-5-6 неделя	Изучение выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта	Плакаты в электронном и печатном виде
Создание фонового стенда для выставок	7 неделя	Изучение производства рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы,	Фоновый стенд в электронном и печатном виде

		правового обеспечения рекламной деятельности	
Подготовка отчета по практике. Подготовка к экзамену. Итоговая конференция.	8 неделя	Повторение пройденного материала и его закрепление. Просмотр работ студентов	Подготовка отчета по практике.
Подготовка к квалификационным испытаниям	8 неделя	Экзамен по учебной практике.	получение квалификации рабочей профессии агент рекламный

4.2. Требования к учебно-методическому обеспечению практики:

В период учебной практики используются следующие формы обучения: урок производственного обучения, индивидуальное обучение, лекции, практические работы.

4.3. Требования к материально-техническому обеспечению:

Для проведения практики подготавливаются аудитории, оборудованные компьютерами со специальным программным обеспечением, и хорошо освещенные аудитории для рисования.

В рекламном агентстве студентам должно быть предоставлено личное рабочее место с компьютером, оборудованным специальным программным обеспечением и выходом в Интернет, и оргтехникой.

4.4. Перечень учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные

№ п/п	Наименование	Автор	Издательство и год издания
1.	Основы рекламы	Рощупкин С.Н.	МГУКИ, г. Москва, 2008
2.	Изобразительные средства рекламы	Дегтярев А.Р.	Фаир-пресс, г. Москва 2006.

Интернет-ресурсы

1. <http://hronofag.ru/> Статьи для разработки рекламных продуктов в Photoshop
2. <http://photoshoplove.ru/design/> Создание визиток в Photoshop
3. <http://sozdavaj.ru/> Создание визиток в Photoshop

4. <http://kalejdoskopphotoshopa.ru/> Создание коллажей в Photoshop
5. <http://machula.ru/sozdanie-bukleta-v-redaktore-word/> Статья о разработке буклета в Word
6. <http://8art.ru/790-sozdanie-plakata-v-fotoshop.html> Создание плаката в Photoshop
7. <http://www.youtube.com/watch?v=lgP0o4OKRlk> Создание плаката в Photoshop

4.5. Требования к руководителям практики от образовательного учреждения и организации

Требования к руководителям практики от образовательного учреждения:
Высшее профессиональное образование по специальности, опыт работы не менее 3 лет, соответствующий профилю.

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

По итогам программы учебной практики в образовательном учреждении проводятся квалификационные испытания на получения рабочей профессии агент рекламный.

На основании выполненных заданий и экзамена выставляется итоговый балл. При подведении итогов учитывается прилежание студентов к выполнению заданий, посещение и поведение на территории практики.