

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 17.10.2023 11:52:58
Уникальный программный ключ:
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad7d0ed9ab87433

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)»

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор – проректор
по образовательной деятельности

_____ С.Г.Дембицкий

« ____ » _____ 20 ____ г.

Колледж ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

УП.03.01 Учебная практика по модулю
«Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет
средствами цифровых коммуникационных технологий»

Специальность 42.02.01 Реклама
ФГОС СПО утвержден приказом Минобрнауки России
от «21» июля 2023 г. № 552

Квалификация - Специалист по рекламе
Уровень подготовки – базовый
Форма подготовки – очная

Москва, 2025

Рабочая программа практики УП.03.01 Учебная практика по модулю «Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий» разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования (ФГОС СПО) по 42.02.01 Реклама.

Организация разработчик рабочей программы: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина».

Подразделение: Колледж РГУ им. А.Н. Косыгина

Разработчики: Кобозева Д.Л. преподаватель колледжа

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ	
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ	
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

УП.03.01 Учебная практика по модулю” Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий”

1.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы

Дисциплина УП.03.01 Учебная практика по модулю” Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий” является дополнительной частью общепрофессионального цикла основной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности 42.02.01 Реклама.

Дисциплина «УП.03.01 Учебная практика по модулю” Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий» обеспечивает формирование профессиональных и общих компетенций по всем видам деятельности ФГОС по специальности 42.02.01 Реклама. Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии

1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины

В рамках программы дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания

Код ПК, ОК	Умения	Знания
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ПК 3.1.; ПК 3.2.; ПК 3.3.	Осуществлять поиск рекламных идей. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы. Разрабатывать авторские рекламные проекты. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.	выбора художественной формы реализации рекламной идеи; - создания визуального образа с рекламными функциями; - художественного конструирования рекламных продуктов по заданию;

¹ Приводятся только коды компетенций, общих и профессиональных, для освоения которых необходимо освоение данной дисциплины.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Вид учебной работы	Объем часов	
	5 семестр	Всего
Объем образовательной программы дисциплины, в т.ч.	72	72
Основное содержание, в т.ч.		
теоретическое обучение		
практические занятия		
Самостоятельная работа	72	72
Промежуточная аттестация	2	2 (зачет с оценкой)

2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы

2.2. Тематический план и содержание дисциплины УП.03.01 Учебная практика по модулю” Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий”

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала (основное и профессионально-ориентированное), лабораторные и практические занятия, самостоятельная работа, курсовая работа.	Объем часов	Формируемые компетенции
1	2	3	4
Основное содержание Семестр 5			

	Раздел 1. Проектирование рекламы Тема 1. Формирование корпоративного стиля Тема 2. Выразительные возможности шрифтового изображения Тема 3. Единство, взаимосвязь и соподчинение изображения и шрифта в композиции знаковой формы Тема 4. Реклама товарной продукции	36	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ПК 3.1.; ПК 3.2.; ПК 3.3.
	Раздел 2. Стандартизация и сертификация Тема 5. Стандартизация Тема 6. Сертификация Художественное проектирование рекламного продукта Тема 7. Шрифт как средство коммуникации Тема 8. Формирование корпоративного стиля	36	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ПК 3.1.; ПК 3.2.; ПК 3.3.

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Для реализации программы дисциплины предусмотрены следующие специальные помещения:

№ п/ п	Наименование помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом, в том числе помещения для самостоятельной работы, с указанием перечня основного оборудования, учебно-наглядных пособий и используемого программного обеспечения	Адрес (местоположение) помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом
1.	Теоретические занятия Аудитория № 2215 Посадочных мест 115, рабочее место преподавателя, оснащенные учебной мебелью; меловая доска, технические средства обучения, служащие для представления информации большой аудитории: экран настенный, проектор. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающих тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины.	Москва, ул. Малая Калужская, д. 1, корп. 2
2.	Практические занятия Аудитория № 2215 Посадочных мест 115, рабочее место преподавателя, оснащенные учебной мебелью; меловая доска, технические средства обучения, служащие для представления информации большой аудитории: экран настенный, проектор. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающих тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины.	Москва, ул. Малая Калужская, д. 1, корп. 2
3.	Промежуточная аттестация Аудитория № 2215 Посадочных мест 25, рабочее место преподавателя, оснащенные учебной мебелью; меловая доска. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающих тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины.	Москва, ул. Малая Калужская, д. 1, корп. 2

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

№ п/ п	Автор(ы)	Наименование издания	Вид издания (учебник, УП, МП и др.)	Издательство	Год изда ния	Адрес сайта ЭБС или электронного ресурса (заполняется для изданий в электронном виде)	Количество экземпляров в библиотеке Университета
1	2	3	4	5	6	7	8
Основная литература, в том числе электронные издания							
1	Антипов, К. В.	Основы рекламы : учебник	учебник	4-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°	2024		3
2	Бердышев, С. Н.	Эффективная наружная реклама (2-е издание) : практическое пособие	ПМ	Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017.	2025		3
3							
Дополнительная литература, в том числе электронные издания							
1	https://elibrary.ru/defaultx.asp?	Сборник дополнительных материалов					
2						-	

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
<i>Перечень знаний, осваиваемых в рамках дисциплины:</i> выразительные и художественноизобразительные средства рекламы; -приемы и принципы составления рекламного текста; - композицию, шрифтовую и художественную графики в рекламе; Знать, уверенно называть, различать Зачет по учебной практике -методы проектирования рекламного продукта; -методы психологического воздействия на потребителя.	<i>Характеристики демонстрируемых знаний, которые могут быть проверены:</i> Демонстрировать разработанное композиционное решение. Уметь обосновать использование выбранных средств. Демонстрация составленных макетов.	Оценка результатов выполнения практической работы Экспертное наблюдение за ходом выполнения практической работы Просмотр работ Форма контроля - зачет с оценкой
<i>Перечень умений, осваиваемых в рамках дисциплины:</i> выбора художественной формы реализации рекламной идеи; -создания визуального образа с рекламными функциями; -художественного конструирования рекламных продуктов по заданию.	<i>Характеристики демонстрируемых умений:</i> Демонстрировать созданные продукты по заданию заказчика, соответствующие профессиональным критериям качества.	Оценка результатов выполнения практической работы Экспертное наблюдение за ходом выполнения практической работы Просмотр работ. Форма контроля зачет с оценкой.

Разработчики рабочей программы:

Разработчик

Кобозева Д.Л.

Рабочая программа согласована:

Директор колледжа

Мечетина М.А.

Начальник

управления образовательных программ и проектов

Никитасва Е.Б.