**Негосударственное образовательное учреждение среднего профессионального образования**

**ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ**

**по ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ практике**

**ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ МОДУЛЬ**

***Производство рекламной продукции***

Специальность 42.02.01 «Реклама»

**Пермь 2015**

Составители: Артемова Т.А., Граждан П.А., Уразбаева Ю.В., Эренбург И.Н.

Утверждено на заседании ЦК специальности «Реклама».

Протокол № 01 от 31.08.2015

Производственная практика по профессиональному модулю «Производство рекламной продукции»: метод. реком. по практике для студентов специальности 42.02.01 «Реклама» / сост. Артемова Т.А. – Пермь: НОУ СПО «Финансово-экономический колледж», 2015 . − 24 с.

Методические рекомендации составлены в соответствии с рабочей программой производственной практики для студентов специальности 42.02.01 «Реклама».

© Артемова Т.А., 2015

© НОУ СПО «Финансово-экономический колледж», 2015

**СОДЕРЖАНИЕ**

[ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА 4](#_Toc429041892)

[ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ПРАКТИКИ 7](#_Toc429041893)

[ОРГАНИЗАЦИЯ И РУКОВОДСТВО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКОЙ 8](#_Toc429041894)

[Контроль и оценка результатов освоения практики 9](#_Toc429041895)

[ЗАДАНИЕ НА ПРАКТИКУ 11](#_Toc429041896)

[ТРЕБОВАНИЯ К СОДЕРЖАНИЮ И ОФОРМЛЕНИЮ ОТЧЕТА 15](#_Toc429041897)

[СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ 17](#_Toc429041898)

[ПРИЛОЖЕНИЯ 21](#_Toc429041899)

# ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Уважаемые студенты!

Производственная практика является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 «Реклама».

 *Производственная практика (практика по профилю специальности) способствует формированию у обучающегося общих и профессиональных компетенций, приобретение практического опыта по специальности, в т.ч.:*

ПК 2.1. Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.

ПК 2.2. Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.

ПК 2.3. Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.

В результате освоения производственной практики по профессиональному модулю «Производство рекламной продукции» 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.

В результате освоения производственной практики обучающийся должен **уметь**:

* осуществлять фотосъемку для производства рекламного продукта;
* выполнять фотосъемку портрета, натюрморта в павильоне и на натуре, природного и городского пейзажей;
* использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки графики (использовать при создании рекламного продукта программы Adobe Photoshop);
* осуществлять видеосъемку для производства рекламного продукта;
* использовать компьютерные технологии при создании печатного рекламного продукта;
* разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы;
* работать с актером;
* организовывать съемочный процесс, работу на съемочной площадке;
* производить съемки чернового видеоматериала, монтировать, озвучивать снятый материал;
* использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео-, анимации;
* использовать мультимедийные и web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта;
* программировать интернет-сайты с рекламными функциями;
* разрабатывать макеты рекламных носителей;
* составлять техническое задание на рекламный проект;
* рассчитывать смету на изготовление и размещение рекламы.

В результате освоения производственной практики обучающийся должен **знать:**

* технику, технологии и технические средства фотосъемки в рекламе;
* технические и программные средства компьютерной графики при создании рекламы;
* устройство и правила эксплуатации фотоаппаратов;
* фотографические объективы и правила их эксплуатации;
* основы экспонометрии;
* свет и методику освещения;
* методику фотосъемки портрета, пейзажа, натюрморта;
* основы цифровой фотографии;
* композиционные основы фотографии;
* технику, технологии и технические средства видеосъемки в рекламе;
* технику, технологии и технические средства видеосъемки в рекламе;
* основы кинокомпозиции, способы и принципы монтажа видеоматериалов;
* основные производственно-технологические этапы создания рекламного фильма, функции и обязанности основных участников его производства, взаимодействие служб и цехов, обеспечивающих производство телевизионной рекламы;
* съемочно-осветительную и монтажную аппаратуру.
* технические и программные средства для создания печатного рекламного продукта;
* технологию производства полиграфической продукции;
* технологию печати и изготовления баннеров для наружной рекламы, рекламы на транспорте;
* технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации;
* технологию создания Интернет-рекламы;
* аппаратное и программное обеспечение.

Производственная практика проводится после изучения теоретического курса профессионального модуля «Производство рекламной продукции*»*

Продолжительность практики составляет – 144 часа или 4 недели.

В ходе прохождения практики студент должен выполнить в полном объеме все представленные задания.

В установленный срок, согласно расписанию, сдать отчет (выполненные задания и необходимые документы по практике) руководителю практики от колледжа.

# ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ПРАКТИКИ

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Наименование ПМ и МДК** | **Содержание учебного материала** | **Объем часов** |
|  | **2** | **3** |
| ПМ 02 «Производство рекламной продукции»МДК 2.1 Выполнение рекламной продукции в материалеМДК 2.2 Проектная компьютерная графика и мультимедиаМДК 2.3 Техника и технология рекламной фотографииМДК 2.4Техника и технология рекламного видео | ПК 2.1. – 2.3 .Разработка дизайна, макета и производство рекламного календаря, листовки, баннераПК 2.1. – 2.3.Разработка веб-сайта с рекламными функциямиПК 2.1. – 2.3.Рекламные фотографии и макеты их размещенияПК 2.1. – 2.3.Рекламный видеоролик и сценарий | 36363636 |
|
|
|  **Всего:** | 144 |

# ОРГАНИЗАЦИЯ И РУКОВОДСТВО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКОЙ

В качестве базы практики могут быть использованы предприятия направление деятельности, которых соответствует профилю подготовки обучающихся: рекламные агентства, маркетинговые или рекламные отделы различных предприятий, издательства рекламной печатной продукции, теле- или радиостудии, рекламирующие различные виды продукции или деятельности.

Выбор базы практики студент осуществляет самостоятельно или при помощи специалиста по практике и трудоустройству НОУ СПО «Финансово-экономический колледж».

За помощью в поиске базы практики к специалисту по практике необходимо обращаться за месяц до начала практики.

Руководитель практики от колледжа: выдает студентам методические рекомендации, проводит инструктаж о порядке прохождения практики, выполнении заданий, ведении дневника практики, проводит консультирование по вопросам содержания и последовательности написания отчета по практике, оказывает помощь в подборе необходимой литературы.

*При прохождении практики студент обязан:*

* подчиняться действующим на предприятии (организации) правилам внутреннего распорядка;
* изучить и строго соблюдать правила охраны труда и промышленной безопасности, производственной санитарии, действующие на предприятии;
* при необходимости активно участвовать в общественной жизни коллектива предприятия (организации);
* нести ответственность за выполняемую работу и ее результаты наравне со штатными сотрудниками;
* полностью выполнить индивидуальное задание, предусмотренное программой практики;
* выполнять задания руководителя практики и предприятия, связанные с основной деятельностью организации;
* ежедневно заполнять дневник прохождения практики, занося в него краткие сведения о проделанной работе;
* своевременно сдать руководителю практики от предприятия правильно оформленный дневник на проверку и подпись;
* составить отчет о практике (обязательными приложениями к отчету являются: дневник прохождения практики, отзыв-характеристика студента-практиканта, анкета работодателя, договор о прохождении практики).
* защитить отчет по практике в установленные расписанием сроки.

# Контроль и оценка результатов освоения практики

Итоговая аттестация: дифференцированный зачет

Контроль и оценка результатов освоения производственной практики осуществляется руководителем практики в процессе наблюдения, а такжепо итогам выполнения обучающимися заданий.

Оценка заданий производится очно, с участием экзаменуемого, с учетом БРС. Максимальное количество баллов 70:

* до 30 баллов от руководителя практики на предприятии,
* до 30 баллов от руководителя практики колледжа,
* до 10 баллов бонусных за правильное оформление, своевременную сдачу отчета, а так же творческий подход.

В зачетной ведомости используется система перевода баллов в 5-и балльную систему (дифференцированный зачет).

Перевод 70-балльных оценок в 5-балльную систему

|  |  |
| --- | --- |
| **Количество** **набранных баллов** | **Итоговая оценка по дифференцированному зачету** |
| 64-70 | «Отлично» |
| 57 - 63 | «Хорошо» |
| 50 – 56 | «Удовлетворительно» |
| Менее 50 | «Неудовлетворительно» |

Оценка работы студента на практике основывается на отзыве руководителя практики от организации, качестве доклада, оформлении и содержании отчёта, ответах на вопросы, деятельности в период практики. Оценка одновременно проставляется в зачётной книжке и зачётной ведомости.

Критерии оценки:

|  |  |
| --- | --- |
| **Оценка** | **Критерии** |
| **5 (отлично)****64- 70 баллов** | Задания по практике выполнены. Рекламные продукты выполнены на высоком уровне, с учетом выбранной технологии. Выбор и использование инструмента, оборудования, основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта обоснован.Рекламный продукт готов к производству, учитывает аспекты психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков. Отчет оформлен аккуратно, без исправлений. Отчет сдан в установленный срок. Программа практики выполнена. Отзыв положительный. |
| **4 (хорошо)****57-63 баллов** | Задания по практике выполнены. Рекламные продукты выполнены с учетом выбранной технологии. Выбор и использование инструмента, оборудования, основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта обоснован.Рекламный продукт готов к производству, учитывает аспекты психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков. Отчет оформлен аккуратно, без исправлений. Отчет сдан в установленный срок. Программа практики выполнена. Отзыв положительный. |
| **3 (удовл.)****50-56 баллов** | Задания по практике выполнены. Рекламные продукты выполнены с учетом выбранной технологии. Выбор и использование инструмента, оборудования, основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта недостаточно обоснован.Рекламный продукт требует доработки/исправления перед отправкой на производство. Отчет оформлен неаккуратно. Программа практики выполнена. Отзыв положительный. |
| **2 (неуд.)****менее 50 баллов** | Задания по практике выполнены частично. Рекламные продукты выполнены с нарушением выбранной технологии. Рекламный продукт не готов к производству. Программа практики не выполнена. Отзыв отрицательный. |

Студенты, не выполнившие без уважительной причины требования программы практики или получившие отрицательную оценку, могут быть отчислены из учебного заведения, как имеющие академическую задолженность. В случае уважительной причины студенты направляются на практику вторично в свободное от учебы время.

# ЗАДАНИЕ НА ПРАКТИКУ

Все задания – рекламные носители - выполняются для предприятия (организации), являющейся местом практики студента. В случае прохождения практики в рекламной компании, задание может выполняться для контрагентов данного рекламного предприятия.

Задание № 1. **Карманный календарь**

1а) Разработать дизайн-макет карманного календаря.

Лицевая сторона – визуальный материал (рисунок или фотография) + логотип предприятия.

Обратная сторона – стандартная календарная сетка + рекламный текст на рекламном поле.

1б) Разработать текст сопроводительного письма для размещения заказа на тиражирование карманного календаря.

1в) Определить стоимость тиражирования.

Задание № 2. **Листовка**

2а) Разработать дизайн-макет односторонней листовки.

2б) Составить текст сопроводительного письма для размещения заказа на тиражирование листовки.

2в) Определить стоимость тиражирования.

Задание № 3. **Баннер**

3а) Разработать дизайн-макет рекламного стандартного баннера 6 х 3 м.

3б) Составить текст сопроводительного письма для размещения заказа на изготовление баннера.

3в) Выбрать рекламное место (места) для размещения баннера.

3г) Составить смету на изготовление и размещение рекламного баннера.

Задание № 4. **Веб-сайт**

Пятистраничный web-сайт с использованием всех изученных технологий: HTML, CSS, JavaScript и Flash. Задание выполняется в текстовом редакторе Блокнот (графические изображения создаются с помощью редактора CorelDRAW, для создания анимации используется технология Flash) и предоставляется в электронном виде на USB – флэш-накопителе.

Web-сайт должен содержать:

1. Логотип сайта, созданный в CorelDRAW. Логотип сайта должен находиться в правом/левом верхнем углу или вверху на каждой странице сайта, должен отражать суть сайта. При попадании на логотип на других страницах предусмотреть переход на главную страницу или добавить кнопку или ссылку на каждую страницу «Главная страница/ Возврат/ Содержание/ Оглавление».

2. Текст сайта должен быть размечен с помощью языка разметки HTML и включать следующее:

* На главной странице должно быть отображено содержание сайта, по которому происходит переход навигация по соответствующим страницам с информацией;
* Страницы должны содержать изображения и анимацию, реализованные средствами Flash и CorelDRAW;
* Хотя бы на одной из страниц должна использоваться фоновая музыка;
* Хотя бы на одной из страниц использовать фреймовую структуру.

3. При разработке web-сайта использовать язык управления сценариями JavaScript для выполнения следующих функций:

* Позволять выбирать в меню один из четырех цветов фона на главной странице сайта;
* На главной странице должно быть реализовано раскрывающееся меню с иерархической структурой;
* При наведении на ссылки или изображения должны появляться всплывающие подсказки;
* По крайней мере, на одной из страниц должно быть меню для выбора отображаемых изображений (одновременно отображается одно изображение) или слайд-шоу (с возможностью остановки показа и перемотки изображений);
* При выборе пунктов страницы, открывать новые окна с информацией о нем;
* Выдавать предупреждения в случае попытки вызова информации, для которой не разработана страничка (метод alert);
* На страницах предусмотреть кнопки, при нажатии на которые выдается краткая информация о соответствующем пункте;
* Сделать на одной из страниц в поле статуса таймер, показывающий время, прошедшее с момента загрузки;
* Предусмотреть форму обратной связи, содержащую все основные элементы:
	+ текстовое поле;
	+ текстовую область;
	+ список для выбора;
	+ опцию (check);
	+ селекторную кнопку (radio);
	+ кнопку, при нажатии на которую очищаются значения введенных полей;
	+ кнопку для отправки данных формы на обработку.

4. Каждая страница должна содержать гиперссылки на начало текущей и на начальную страницу.

5. При наведении курсора иллюстрации должны увеличиваться, а при уходе — уменьшаться (предусмотреть возможность для нескольких изображений).

Задание № 5. **Рекламный портрет  и макет его размещения.**

5а) съемка производится в студии или на натуре. Фотография печатается форматом А4.

5б) составить сопроводительную записку к макету с указанием возможных мест размещения рекламного портрета.

Задание № 6. **Рекламный натюрморт и макет его размещения.**

6а) съемка производится в студии или на натуре. Фотография печатается форматом А4.

6б) составить сопроводительную записку к макету с указанием возможных мест размещения рекламного натюрморта.

Задание № 7 **Рекламная фотография другого жанра и макет ее размещения.**

7а) съемка производится в студии или на натуре. Фотография печатается форматом А4.

7б) составить сопроводительную записку к макету с указанием возможных мест размещения данной рекламы.

Задание № 8. **Рекламный ролик продолжительностью 30 секунд на DVD и сценарий ролика.**

8а) написать сценарий видеоролика с указанием фабулы, действующих лиц и аудиоряда, использующегося в ролике. Сюжет ролика должен содержать начало, кульминацию и развязку. Рекламируемый предмет или услуга могут быть существующими в реальности или вымышленными.

8б) снять ролик и смонтировать его в любом удобном редакторе. Ролик должен проигрываться во всех стандартных проигрывателях.

8в) записать ролик на презентационный диск.

# ТРЕБОВАНИЯ К СОДЕРЖАНИЮ И ОФОРМЛЕНИЮ ОТЧЕТА

После прохождения практики студент оформляет текстовый отчёт, в котором обобщает результаты практики.

В текстовом отчёте должны быть представлены текст самого задания и ответ на него, в т.ч. в отчете должны быть приведены эскизы и макеты выполненных заданий. Оригиналы выполненных рекламных носителей следует оформить как приложение (веб-сайт и видеоролик на DVD).

Структура отчета:

- Титульный лист – 1 стр. (Приложение 1);

-Дневник практики – 1-3 стр. (Приложение 2);

- Содержание – 1 стр.;

- Текстовая часть отчета – от 15 стр.;

- Список использованных источников – 1 стр.;

- Приложение.

К отчету должны быть приложены следующие документы (бланки документов размещены на сайте колледжа в разделе – для студентов/методические рекомендации):

- Договор по практике (Бланк выдается руководителем практики или специалистом по практике и трудоустройству);

- Отзыв-характеристика на студента (оформляется на фирменном бланке компании, с указанием рекомендованной оценки по итогам практики от работодателя, с подписью и печатью руководителя организации);

- Анкета работодателя (Бланк выдается руководителем практики или специалистом по практике и трудоустройству).

Текст работы следует печатать, соблюдая следующие требования:

- поля: левое - 30 мм, правое -10 мм, верхнее и нижнее – 20 мм;

- шрифт размером 14 Times New Roman;

- межстрочный интервал – полуторный;

- отступ красной строки – 1,25;

- выравнивание основного текста по ширине.

# СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ

**Нормативно-правовые акты**

 1. Федеральный закон Российской Федерации «О рекламе» от 13 марта 2006 г. № 32-ФЗ

**Основные источники**

1. Дизайн и основы композиции в дизайнерском творчестве и фотографии/ авт.-сост. М.В. Адамчик. - Минск: Харвест, 2010. - 192 с.

2. Видеосъемка, оцифровка и видеомонтаж // Эклер Ю. Прогрессивный самоучитель работы на компьютере. Москва: ДМК Пресс, 2012.- 496 с. <http://www.iqlib.ru/book/book.visp?uid=5B5A06DF-88E4-4681-B1B4-147E80642F26&action=text&page=246>

3. Рекламный ролик в 20 Кб: подробный анализ // Кертис Х. Flash Web-дизайн. Опыт профессионалов. Москва: ДМК Пресс, 2012.- 256 с. [http://www.iqlib.ru/book/book.visp?UID={6915B6A6-648A-4ED8-B9E4-45C0F43586FF}&action=NextChapter&idsLink=2003&page=55](http://www.iqlib.ru/book/book.visp?UID=%7b6915B6A6-648A-4ED8-B9E4-45C0F43586FF%7d&action=NextChapter&idsLink=2003&page=55)

4. Кирьянова Е., Кирьянов Д. Видеомонтаж, анимация и DVD - авторинг для всех. Adobe Premiere Pro CS4 и After Effects CS4. - СПб.: БХВ - Петербург. - 408 с.

5. Смирнова Ю.В. Реклама на телевидении. Разработка и технология производства: учеб. пос. - 3 - е изд., стер. - М.: Омега - Л, 2014. - 256 с.

6. Самарин Ю.Н. Оборудование и технология допечатных процессов. Часть 2. Оборудование допечатных процессов: учебник - Москва: МГУП, 2011.- 306 с. [http://www.iqlib.ru/book/book.visp?UID={B21FEB98-A58A-4095-8B41-478D61B73CBC}&action=bo&page=0&idsLink=3008&resIndex=0&resType=1](http://www.iqlib.ru/book/book.visp?UID=%7bB21FEB98-A58A-4095-8B41-478D61B73CBC%7d&action=bo&page=0&idsLink=3008&resIndex=0&resType=1)

7. Панфилов К.С. По ту сторону веб-страницы. - Москва: ДМК Пресс, 2012.- 440 с.

8. Панфилов К.С. Создание веб-сайта от замысла до реализации. - Москва: ДМК Пресс, 2012.- 440 с.

9. Ульрих К. Интерактивная Web-анимация во Flash. - Москва: ДМК Пресс, 2012.- 568 с.

10. Клонингер К. Свежие стили Web-дизайна: как сделать из вашего сайта «конфетку». - Москва: ДМК Пресс, 2012.- 250 с.

11. Кертис Х. Flash Web-дизайн. Опыт профессионалов. - Москва: ДМК Пресс, 2012.- 256 с.

**Дополнительные источники**

1. Козлова Е.Б. Технология допечатных процессов: учебное пособие - Москва: МГУП, 2009.- 162 с. [http://www.iqlib.ru/book/book.visp?UID={7CDD6727-A867-474C-AB73-6ED16A097743}&action=bo&page=0&idsLink=3008&resIndex=15&resType=1](http://www.iqlib.ru/book/book.visp?UID=%7b7CDD6727-A867-474C-AB73-6ED16A097743%7d&action=bo&page=0&idsLink=3008&resIndex=15&resType=1)

2. Тонкости верстки текста // Коэн С. InDesign СS4 для Windows и Мacintosh. - Москва: ДМК Пресс, 2009.- 720 с.[http://www.iqlib.ru/book/book.visp?uid={8B3B7114-4E77-44BB-B749-52C357FF5430}&action=text&idsLink=3008&resIndex=1&resType=1&searchWithText=True](http://www.iqlib.ru/book/book.visp?uid=%7b8B3B7114-4E77-44BB-B749-52C357FF5430%7d&action=text&idsLink=3008&resIndex=1&resType=1&searchWithText=True)

3. Монтаж видео // Мишенев А.И. Adobe Premiere СS4. Видеокнига. Москва: ДМК Пресс, 2009.- 152 с.[http://www.iqlib.ru/book/book.visp?uid={DCB5F66F-B03F-4805-A282-DD25B5DACA83}&action=text&idsLink=3008&resIndex=8&resType=1&searchWithText=True](http://www.iqlib.ru/book/book.visp?uid=%7bDCB5F66F-B03F-4805-A282-DD25B5DACA83%7d&action=text&idsLink=3008&resIndex=8&resType=1&searchWithText=True)

4. Кафтанджиев Х. Герои и красавицы в рекламе. - СПб.: Питер, 2008. - 223 с.

5. Ливер. Д. Свет на ТВ. Пер. с англ. – М.: ГИТР, 2003

6. Уилки. Б. Создание спецэффектов для ТВ и видео. Пер. с англ. – М.: ГИТР, 2004

7. Пташинский В.С. Видеомонтаж в Sony Vegas Pro 11. Москва: ДМК Пресс, 2012.- 312 с. <http://www.iqlib.ru/book/book.visp?uid=36C3A285-6D01-49D4-A60B-A7651590F44B&action=bo&page=312>

8. Создаем и редактируем видео // Гленн К. Новый мультимедийный самоучитель. Ноутбук с Windows 7.

9. Москва: ДМК Пресс, 2010.- 288 с.[http://www.iqlib.ru/book/book.visp?UID={0850BE61-04B5-4BC6-9CC4-3EE63A2AA4F3}&action=NextChapter&idsLink=2003](http://www.iqlib.ru/book/book.visp?UID=%7b0850BE61-04B5-4BC6-9CC4-3EE63A2AA4F3%7d&action=NextChapter&idsLink=2003)

10. Анашкина Н.А. Режиссура телевизионной рекламы: учебное пособие для студентов вузов. - Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.- 208 с. [http://www.iqlib.ru/book/book.visp?uid={52ECCD75-5A5F-4986-8229-8433C974D21F}&action=bo&idsLink=3008&resIndex=17&resType=1&searchWithText=False](http://www.iqlib.ru/book/book.visp?uid=%7b52ECCD75-5A5F-4986-8229-8433C974D21F%7d&action=bo&idsLink=3008&resIndex=17&resType=1&searchWithText=False)

11. Алешин Л.И. Компьютерный видеомонтаж. - М.: Форум, 2012. - 176 с.

12. Пташинский В. Видеомонтаж в Canopus Edius. - М.: ДМК Пресс, 2012. -- 232 с. - (+ DVD).

13. Холл А и др. Sony Vegas PRO 11. Профессиональный видеомонтаж. Практический учебный курс. - СПб.: Наука и техника, 2013. - 368 с. - (+ DVD).

14. Фотографика // Курушин В.Д. Графический дизайн и реклама. Самоучитель - Москва: ДМК Пресс, 2008.- 272 с. [http://www.iqlib.ru/book/book.visp?UID={7203679D-86D4-4A54-A47E-0C9952514ADD}&action=NextChapter&idsLink=2003](http://www.iqlib.ru/book/book.visp?UID=%7b7203679D-86D4-4A54-A47E-0C9952514ADD%7d&action=NextChapter&idsLink=2003)

15. Работа с фотографиями // Топорков С.С. Трюки и эффекты в PhotoShop CS2. Москва: ДМК Пресс, 2005.- 296 с.[http://www.iqlib.ru/book/book.visp?UID={C9D7CC97-5172-4BC0-BFDD-E3D9CD5B7A26}&action=NextChapter&idsLink=2003](http://www.iqlib.ru/book/book.visp?UID=%7bC9D7CC97-5172-4BC0-BFDD-E3D9CD5B7A26%7d&action=NextChapter&idsLink=2003)

16. Наружная реклама: учеб. пос. для вузов/Сост. Н.В. Аниськина и др. - М.: ФОРУм: ИНФРА - М, 2014. - 208 с.

17. Тозик В.Т., Корпан Л.М. Компьютерная графика и дизайн: учебник для нач. проф. образования. - М.: Академия, 2011. - 208 с.

18. Крапивенко А.В. Технологии мультимедиа и восприятие ощущений: учеб. пос. - М.: БИНОМ. Лаборатория знаний, 2009. - 271 с.

19. Васильев Г.А. и др. Технологии производства рекламной продукции: учеб. пос. для вузов. - М.: Вузовский учебник, 2010. - 272 с.

**Интернет-ресурсы**

1. Журнал о фотографии: официальный сайт журнала о фотографии Fototips.ru. Статьи, обзоры новинок, уроки, советы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://fototips.ru>

2. Журнал о фотографии и видео: официальный сайт журнала Foto&Video. Статьи, обзоры, репортажи, альбомы, конкурсы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://foto-video.ru>

3. Современный учебник JavaScript [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://learn.javascript.ru/>

4. Учебники для Web - разработчиков [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.wisdomweb.ru/> <http://www.jvscript.narod.ru/uchebnik/index1.htm> (Учебник по JavaScript для начинающих)

5. JavaScript учебник: on-line справочник JavaScript [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.eltisbook.ru/dhtml/javascript.php>

6. Online-учебник по HTML [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.freeadvice.ru/html_manual.php>

7. Учебник HTML [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.weblabla.ru/html/html_main.html>

8. Учебники по HTML и CSS [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://htmlbook.name/>

9. HTML справочник [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://html.manual.ru/>

# ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1

****

|  |
| --- |
| **Негосударственное образовательное учреждение среднего профессионального образования** **«ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»** |

**ОТЧЕТ ПО ПРАКТИКЕ**

|  |
| --- |
|  |
| указать вид практики (производственная практика)  |

|  |
| --- |
|  |
| (место прохождения практики: наименование юридического лица / Ф.И.О. индивидуального предпринимателя) |
|  |
| (период прохождения практики) |

|  |  |
| --- | --- |
| Студента (ки) |       |
| группы | (ф.и.о. полностью в родительном падеже)      |
|  | (номер группы) «\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20\_\_ г. |
| Руководитель  |  |
|  | (ф.и.о. полностью)«\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20\_\_ г. |
| Оценка |  |
|  |  |
|  | (подпись руководителя (без расшифровки)) |

Пермь 20

Приложение 2

Форма дневника о прохождении практики

Заполняется в электронном или рукописном виде

**Дневник \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_практики**

Ф.И.О. студента

Период прохождения практики\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Дата | Выполняемая функция | Примечания |
|  | Проведен инструктаж по технике безопасности, в т. ч. по пожарной безопасности и охране труда. Подпись студента:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

Примечания руководителя:

Подпись руководителя:

Для заметок

Артемова Т.А., Граждан П.А., Уразбаева Ю.В., Эренбург И.Н.

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ**

**по производственной практике**

**ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ МОДУЛЬ**

***Производство рекламной продукции***

Специальность: 42.02.01 «Реклама»

Редактор П.Н. Дунаева

Подписано в печать 02.09.2015. Формат 60×90×1/32

Усл. печ. л. 0,75

Тираж 7 экз.

Редакционно-издательский отдел

НОУ СПО «Финансово-экономический колледж»

614000, г. Пермь, ул. Куйбышева, 98 А тел.: 238-86-60