

Аннотация по практике
ПДП. Производственная практика (преддипломная)
42.02.01 Реклама

Курс 4 Семестр 8

Количество часов: 144 ч.

Производственная практика (преддипломная) проходит в рекламных агентствах, в подразделениях маркетинга и рекламы различных организаций, предприятий (полного цикла) г. Краснодара и Краснодарского края, при наличии договоров образовательного учреждения с базовыми предприятиями.

Цель ПДП

Преддипломная практика является завершающим этапом подготовки специалиста по рекламе и проводится после окончания полного курса обучения.

Производственная (преддипломная) практика направлена на формирование общих и профессиональных компетенций, освоению современных производственных процессов, адаптации обучающихся к конкретным условиям деятельности организаций различных организационно-правовых форм; закреплению и углублению теоретических знаний, полученных студентами при изучении предметов по направлению подготовки 42.02.01 Реклама (базовая подготовка). Дальнейшее совершенствование навыков практической работы в проектной деятельности, приобретением навыков профессиональной и организационной деятельности на рабочих местах, участием в решении практических проблем, умением планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей и иметь практический опыт в создании, разработке, производстве и реализации рекламной продукции.

Целью преддипломной практики кроме вышеперечисленного является сбор материала для написания выпускной квалификационной работы.

Задачи ПДП

производственной (преддипломной) практики ПМ.01, ПМ.02, ПМ.03, ПМ.04, ПМ.05 – освоение видов профессиональной деятельности, систематизация, обобщение, приобретённых знаний и умений, закрепление сформированных у студентов общих и профессиональных компетенций, приобретение дальнейшего практического опыта в рамках профессиональных модулей, предусмотренных образовательным стандартом по специальности 42.02.01 Реклама (базовая подготовка) в части освоения соответствующих общих (ОК) и профессиональных компетенций (ПК).

Место дисциплины в структуре ППССЗ

Рабочая программа производственной (преддипломной) практики является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС (Утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 мая 2014 г. № 510) по специальности (специальностям) 42.02.01 Реклама (базовая подготовка) и реализуется в рамках профессиональных модулей. Проходит непрерывно в конце 8-ого семестра обучения, после освоения всей основной профессиональной образовательной программы среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама (базовая подготовка).

производственная практика (преддипломная) включает:

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.
ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих (рекламный агент).

Требования к уровню освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

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 выразительное и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы;
- составлять рекламные тексты.

знать:

- выразительные и художественно-изобразительное средство рекламы;
- приемы и принципы составления рекламного текста;
- композицию, шрифтовую и художественную графику в рекламе;
- методы проектирования рекламного продукта;
- методы психологического воздействия на потребителя.

ПМ.02. Производство рекламной продукции

иметь практический опыт:

- выбора и использования инструмента, оборудования, 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;
- осуществлять видеосъемку для производства рекламного продукта;
- использовать компьютерные технологии при создании рекламного продукта;
- разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы;
- 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;
- технику, технологии и технические средства видеосъемки в рекламе;
- технические и программные средства для создания печатного рекламного продукта;
- технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио -, видео -, анимации;
- технологии создания Интернет-рекламы;
- аппаратное и программное обеспечение;

ПМ.03. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта.

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;

ПМ.04. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта.

иметь практический опыт:

- планирования, разработки и технического исполнения проекта;
- контроля соответствия рекламной продукции 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;
- подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав;

знать:

- экономичный механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации;
- основные принципы работы организаций в условиях рыночной экономики;
- пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов;
- основные законы и нормативные акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации;
- аспекты планирования рекламы;
- этапы принятия и реализация управленческих решений;
- классификацию целей менеджмента.

ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих (рекламный агент).

иметь практический опыт:

- выполнения работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих.

уметь:

- выполнять должностные обязанности рекламного агента.

знать:

- должностные обязанности рекламного агента.

Результаты производственной (преддипломной) практики:

Освоение общих компетенций

ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК 4	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 6	Работать в коллективе и команде, 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	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.
ОК 13	Проявлять творческую инициативу, внедрять достижения отечественной и зарубежной науки и техники, иметь опыт применения сформированных знаний и умений в условиях внедрения передовых технологий.
ОК 14	Владеть современными информационными и телекоммуникационными технологиями в сфере профессиональной деятельности.

Освоение профессиональных компетенций:

ПК 1.1	Осуществлять поиск рекламных идей.
ПК 1.2	Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.
ПК 1.3	Разрабатывать авторские рекламные проекты.
ПК 1.4	Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.
ПК 1.5	Создавать визуальные образы с рекламными функциями.
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.
ПК 3.1	Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.
ПК 3.2	Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.
ПК 4.1	Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.
ПК 4.2	Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.
ПК 4.3	Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.
ПК 5.1	Выполнение обязанностей рекламного агента

Структура и содержание программы практики
Объем и виды практики по специальности 42.02.01 Реклама

Вид практики		Количество часов	Форма проведения
Производственная практика ПДП (преддипломная)		Ту	
ПМ.01, ПМ.02, ПМ.03, ПМ.04, ПМ.05	(8 семестр)	144	Концентрированная
Вид аттестации: дифференцированный зачет			

Основные разделы ПДП:

Виды работ	Тематика заданий по виду работ	Кол-во часов
Инструктаж. Ознакомительный этап	Постановка целей, задач прохождения производственной практики, решение организационных вопросов прохождения практики в организации; проведения инструктажа по охране труда, техники безопасности и пожарной безопасности. Ознакомиться с организацией - базой производственной практики. Провести анализ организации: место расположения, режим работы, определить основные функции организации. Ознакомление с правилами организации, работы в организации. Должностные обязанности. Анализ основных нормативно-правовых актов, регулирующих вопросы производства рекламной продукции.	2
Тема 1 Выбор художественной формы реализации рекламной идеи	1.Описать возможные решения при создании рекламного продукта, услуги. 2.Разработать и создать дизайн различных видов рекламной продукции (рекламных афиш, плакатов, информационных листовок, объявлений, буклетов, флаеров, фирменного стиля и т.д..)	4
Тема 2 Создания визуального образа с рекламными функциями	1.Описать выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы. 2.Описать приемы и принципы составления рекламного текста 3. Создать и сформировать рекламный текст для разработанной рекламной продукции компании	10
Тема 3 Художественного конструирования рекламных продуктов по заданию	1. Разработать макет товарного знака на основе брифа рекламодателя. 2. Создать макет сувенирной продукции для компании в зависимости от целей, задач и бюджета рекламной компании.	8
Тема 4 Выбор и использование инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта	1. Описать основные инструменты, оборудование и основные изобразительные средства и материалы, используемые при исполнении рекламного продукта 2. Разработать серию рекламных плакатов для рекламной организации (базы практики), количество макетов не менее 3-х.	8
Тема 5 Подготовка к производству рекламного продукта	Описать основные этапы технологии разработки и производства рекламной продукции в рекламной организации (базы практики). Создать и подготовить к производству рекламный продукт по заданию руководителя производственной практики от	6

	организации	
Тема 6 Производство рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков	1. Описать основные психологические восприятия рекламного продукта потребителем. 2. Проанализировать как осуществляется в рекламной организации (базе практики) правовое обеспечение рекламной деятельности и требований заказчиков	6
Тема 7 Выявление требований целевых групп потребителей	1. Проанализировать кто является целевой группой потребителей рекламной организации (базы практики). 2. Провести сегментирование потребителей рекламной организации (базы практики) и описать каждый сегмент. 3. Разработать предложения по расширению целевых групп потребителей.	10
Тема 8 Разработка средств продвижения рекламного продукта	1. Описать основные средства продвижения рекламного продукта, используемые в рекламной организации (базе практики). 2. Разработать средства продвижения рекламного продукта для рекламной организации (базы практики) с целью повышения эффективности деятельности.	12
Тема 9 Разработка маркетинговой части бизнес-плана	1. Описать внешнее окружение: STER факторы, которые влияют на деятельность рекламной организации (базу практики). 2. Провести SWOT-анализ рекламной организации (базы практики). 3. Разработать маркетинговую часть бизнес-плана рекламной организации1. Описать внешнее окружение: STER факторы, которые влияют на деятельность рекламной организации (базу практики)	12
Тема 10 Планирование, разработка и техническое исполнение рекламного проекта	1. Описать систему планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта в рекламной организации (базы практики). 2. Разработать предложения по совершенствованию системы планирования и текущей деятельности для рекламной организации (базы практики). 1. Описать систему планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта в рекламной организации (базы практики).	6
Тема 11 Контроль соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя	1. Изучить и описать как осуществляется функция контроля соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя в рекламной организации (базе практике). 2. Разработать систему мероприятий по совершенствованию контроля соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя	6
Тема 12 Взаимодействие с субъектами рекламной деятельности	1. Описать взаимодействие рекламной организации (базы практики) с субъектами рекламной деятельности. 2. Разработать систему эффективных мероприятий по взаимодействию с субъектами рекламной деятельности для рекламной организации (базы практики).	6
Тема 13 Подготовка документации для регистрации авторских прав	1. Описать процедуру подготовки документации для регистрации авторских прав в рекламной организации (базы практики). 2. Составить и приложить к отчету документы необходимые для регистрации авторских	8

Тема 14 Работа с заданиями по выпускной квалификационной работе	Выполнить индивидуальные задания, выданные дипломным руководителем	30
Подготовка отчета по практике Подготовка отчета по практике	Работа в институте с руководителем практики, формирование отчета, сдача его на проверку руководителю	10
Итого		144

Студенты, вышедшие на практику, допускаются к выполнению работы только при наличии отметки о прохождении инструктажей по охране труда и пожарной безопасности. Проведение всех видов инструктажей фиксируется в специальном журнале с обязательными подписями получившего и проводившего инструктаж

Вид аттестации: 8 семестр – дифференцированный зачет.

Основная литература:

1. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта: учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Поляков, А. А. Романов. — М.: Издательство Юрайт, 2015. — 502 с. — (Серия: Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00728-2. <https://biblio-online.ru/book/1BF53170-0D1A-43E0-A621-D5AD21B3C08E/razrabotka-i-tehnologii-proizvodstva-reklamnogo-produkta>
2. Божко А.Н. Обработка растровых изображений в Adobe Photoshop. - 2-е изд., испр. - Москва: Национальный Открытый Университет «ИНТУИТ», 2015. - 320 с. [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428970>
3. Бошно, С. В. Правовое обеспечение профессиональной деятельности: учебник для СПО / С. В. Бошно. — М.: Издательство Юрайт, 2015. — 533 с. — (Серия: Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-5354-1. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/038DC06E-D590-4F7C-99FA-B0D4F86224C9.
4. Коротков, Э. М. Менеджмент: учебник для СПО / Коротков Э. М. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2015. — 640 с. — (Серия: Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9689-0. — Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/9B2B615E-3CF7-4285-9010-C0CECF045593.
5. Связи с общественностью: Теория, практика, коммуникативные стратегии: Учебное пособие для студентов вузов [Электронный ресурс]: учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва: Аспект Пресс, 2015. — 224 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/97268>.

Авторы: Мартыненко Роман Алексеевич, Потапенко Оксана Викторовна