



1920

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Кубанский государственный университет»
Институт среднего профессионального образования



М.Ю. Беликов

Рабочая программа практики

III. Производственная практика (по профилю специальности)

Специальность 42.02.01 Реклама

Квалификация Специалист по рекламе

Краснодар 2017

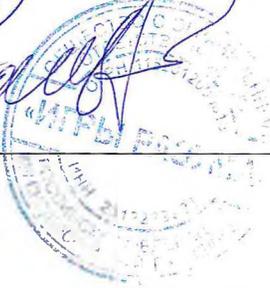
Рабочая программа практики ПП. Производственная практика (по профилю специальности) разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее СПО) по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного Приказом Минобрнауки № 510 от 12.05.2014. (зарегистрирован в Минюсте России 26.06.2014. № 32859).

Составители: преподаватель  Мартыненко Р.А.
 преподаватель  Потапенко О.В.

Одобрено на заседании предметно-цикловой комиссии дисциплин направления Дизайн и Реклама для специальности 42.02.01 Реклама протокол № 10 от «19» мая 2017 г.

Председатель предметно-цикловой комиссии:
 О.П. Иваненко
 «19» мая 2017 г.

Экспертиза проведена:
 Эксперты (Рецензенты):

Член Союза Художников РСФСР, заслуженный деятель искусств Кубани, кандидат педагогических наук, профессор кафедры живописи и композиции ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет»		Васильев Анатолий Алексеевич
Директор ООО Event PR агентство «Игры разума»	 	Полищук Владимир Владимирович

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ.....	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ.....	5
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ.....	7
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ И ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ.....	18
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ).....	26
6. ПРИЛОЖЕНИЕ. Образцы отчетных документов.....	30

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ

1.1 Место производственной (по профилю специальности) практики в структуре программы подготовки специалистов среднего звена

Рабочая программа производственной (по профилю специальности) 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.

производственная практика (по профилю специальности):

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. Количество часов, отводимое на производственную (по профилю специальности) практику:

всего – 754 часа, в том числе:

производственная практика – 684 часа, в том числе консультации –

70 часов (19 недель) – 6,8 семестр.

ПП.01.01.– 252 часа, в том числе консультации – 25 часов (7 недель) – 8 сем.

ПП.02.01.– 36 часов, в том числе консультации – 6 часов (1 неделя) – 6 сем.

ПП.02.01.– 252 часа, в том числе консультации – 25 часов (7 недель) – 8 сем.

ПП.03.01.– 72 часа, в том числе консультации – 6 часов (2 недели) – 6 сем.

ПП.04.01.– 72 часа, в том числе консультации – 8 часов (2 недели) – 6 сем.

1.3. Формы проведения практик

Обучающиеся с целью приобретения умений и навыков практической работы проходят практику по профессиональным модулям в рекламных агентствах, в подразделениях маркетинга и рекламы различных организаций, предприятий (полного цикла) г. Краснодара и Краснодарского края.

Практика проводится в дискретной форме:– путем выделения в графике учебного процесса непрерывного периода учебного времени для проведения производственной практики (по профилю специальности).

Вид аттестации: дифференцированный зачет

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Результатом **ПП.01.01** является 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.

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.

Результатом **ПП.02.01** является 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.

профессиональных компетенций:

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.

Результатом ПП.03.01 является 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.

профессиональных компетенций:

ПК 3.1	Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.
ПК 3.2	Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.

Результатом ПП.04.01 является 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.

профессиональных компетенций:

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.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ

3.1. Объем и виды практики по специальности 42.02.01 Реклама

Вид практики		Количество часов	Форма проведения
Производственная (по профилю специальности)		Ту	
Модуль ПМ.01	ПП.01.01 (8 семестр)	277	Концентрированная
Модуль ПМ.02	ПП.02.01 (6 семестр)	42	Концентрированная
Модуль ПМ.02	ПП.02.01 (8 семестр)	277	Концентрированная

Модуль ПМ.03	ПП.03.01 (6 семестр)	78	Концентрированная
Модуль ПМ.04	ПП.04.01 (6 семестр)	80	Концентрированная
Вид аттестации: дифференцированный зачет			

3.2. Содержание практики

3.2.1. Содержание производственной практики (по профилю специальности)

по профессиональному модулю

ПМ.01, ПМ.02, ПМ.03, ПМ.04

Цели и задачи производственной практики (по профилю специальности) ПП.01.01, ПП.02.01, ПП.03.01, ПП.04.01

Целью производственной практики (по профилю специальности) является усвоение и закрепление обучающимися общих и основных профессиональных компетенций проектной деятельности; освоение современных производственных процессов; адаптации обучающихся к конкретным условиям деятельности организаций (различных организационно-правовых форм).

Цель достигается в результате знакомства с работой предприятия, приобретением навыков профессиональной и организационной деятельности на рабочих местах, участием в решении практических задач, умением планировать собственную работу индивидуально и в составе коллектива исполнителей, иметь практический опыт в создании, разработке, производстве и реализации рекламной продукции.

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и следующими профессиональными компетенциями: ПК 1.1- ПК 1.5; ПК 2.1- ПК 2.3; ПК 3.1, ПК 3.2; ПК 4.1- ПК 4.3

обучающийся должен:

ПМ.01. Разработка и создание дизайна рекламной продукции

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;

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;

иметь практический опыт:

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

ПМ.02. Производство рекламной продукции

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;

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;

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;

ПМ. 03. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта

знать:

– задачи, цели и общие требования к рекламе;

– основные направления рекламной деятельности;

– виды рекламной деятельности;

– структуру рекламного рынка;

уметь:

– проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей;

– анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп;

– проводить сегментирование рынка;

– принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта;

иметь практический опыт:

– выявления требований целевых групп потребителей;

– разработки средств продвижения рекламного продукта;

– разработки маркетинговой части бизнес-плана;

ПМ. 04. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта

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;

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;

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.

Задача производственной практики (по профилю специальности) – освоение видов профессиональной деятельности, систематизация, обобщение, закрепление и углубление знаний и умений, формирование у студентов общих и профессиональных компетенций, приобретение 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).

Производственная практика (по профилю специальности) студентов проводится на предприятиях, в учреждениях и организациях предназначена для получения ими практических навыков работы на выбранном предприятии в должности, соответствующей профилю специальности.

6 семестр (5 недель)

Виды работ	Тематика заданий по виду работ	Кол-во часов
ПМ.02. Производство рекламной продукции	Консультация о целях и задачах практики, ее месте в учебном процессе. Знакомство с содержанием практики и требованиями к отчету по итогам практики.	6
ПМ. 03. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта 1. Подготовительный этап	Консультация о целях и задачах практики, ее месте в учебном процессе. Знакомство с содержанием практики и требованиями к отчету по итогам практики.	8
ПМ. 04. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта 1. Подготовительный этап	Консультация о целях и задачах практики, ее месте в учебном процессе. Знакомство с содержанием практики и требованиями к отчету по итогам практики..	8
ПМ.02. ОК 1- ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3 ПМ. 03 ОК 1- 9, ПК 3.1 – ПК 3.2 ПМ. 04. ОК 1- ОК 11, ПК 3.2, ПК 4.1 – ПК 4.3 2. Вводный 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	6
МДК.02.01. Выполнение рекламных проектов в материале		
ПМ.02. ОК 1- ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3 3. Наружная реклама	Обзор и анализ рекламной продукции наружной рекламы. Световые короба, объемные буквы, неоновая реклама, информационные стенды, щитовая реклама, крышные установки, рекламные стелы, транспортная реклама. Технологии создания наружной рекламы.	18
МДК.02.02. Проектная компьютерная графика и мультимедиа		
ПМ.02. ОК 1- ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3 4. Анализ используемого на объекте практики графических программ и мультимедиа	Ознакомиться с программами, проектной компьютерной графики и мультимедиа используемой на предприятии	18
МДК.03.02. Правовое обеспечение рекламной деятельности		

<p>ПМ. 03 ОК 1- 9, ПК 3.1 – ПК 3.2 5. Маркетинговый анализ товаров</p>	<p>Выбрать компанию - заказчика - клиента рекламного агентства для анализа. Описать данную компанию. Описать основные направления рекламной деятельности компании – заказчика. Проанализировать продукты и услуги, производимые компанией – заказчиком с помощью трехуровневого анализа. Описать товары и услуги, производимые компанией – заказчиком, с помощью концепции маркетинговая смесь</p>	<p>12</p>
<p>ПМ. 03 ОК 1- 9, ПК 3.1 – ПК 3.2 6. Выявление целевых групп потребителей</p>	<p>Определить, кто является покупателями продукции, производимой компанией-заказчиком. Провести сегментирование потребителей. Описать каждый из сегментов. Сделать выводы, кто является целевой аудиторией компании-заказчика.</p>	<p>12</p>
<p>ПМ. 03 ОК 1- 9, ПК 3.1 – ПК 3.2 7. Разработка маркетинговой части бизнес-плана</p>	<p>Определить местоположение товара / услуг на кривой жизненного цикла товаров и услуг. Провести анализ внешнего и внутреннего окружения компании-заказчика. Подробно описать внешнее окружение: СТЕЕП факторы, которые могут повлиять на деятельность компании. Провести SWOT анализ рекламной организации. Предложить шаги по улучшению рекламной кампании клиента. Предложить способы усовершенствования товаров и услуг клиента. Все способы должны опираться на выводы из анализа</p>	<p>18</p>
<p>ПМ. 03 ОК 1- 9, ПК 3.1 – ПК 3.2 8. История развития предприятия</p>	<p>Составить краткую правовую справку об организации. Изучить состав учредительных документов организации и составить их перечень</p>	<p>6</p>
<p>ПМ. 03 ОК 1- 9, ПК 3.1 – ПК 3.2 9. Организация договорной работы рекламного предприятия по продвижению рекламного продукта</p>	<p>Составить проект договора об оказании рекламных услуг на основании изученных хозяйственных договоров рекламного предприятия. Составить проект претензии заказчика о нарушении условий договора об оказании рекламных услуг на основании изученной правовой базы рекламного предприятия. Составить проект искового заявления о привлечении к ответственности исполнителя за нарушение прав заказчика в сфере рекламы на основании изученной правовой базы рекламного предприятия. Рассмотреть и описать виды ответственности заказчиков и исполнителей при заключении договоров по оказанию рекламных услуг или других договоров рекламного предприятия (договора аренды, авторского договора по выбору).</p>	<p>12</p>

ПМ. 03 ОК 1- 9, ПК 3.1 – ПК 3.2 10. Правовое регулирование отдельных видов рекламы в работе рекламного предприятия	Проанализировать и описать случаи соблюдения правового регулирования отдельных видов рекламы: политической, социальной, рекламы для несовершеннолетних и др., производимые рекламным предприятием.	6
ПМ. 03 ОК 1- 9, ПК 3.1 – ПК 3.2 11. Правовая работа с целевыми группами потребителей	Презентация маркетингового анализа компании – заказчика. Представление результатов анализа, выводов из анализа и предложений по продвижению рекламного продукта на конкретных носителях в виде презентации.	6
МДК.04.01. Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности		
ПМ. 04. ОК 1- ОК 11, ПК 3.2, ПК 4.1 – ПК 4.3 12. Планирование, разработка и техническое исполнение рекламного проекта	Составить план и график деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта в рекламной организации. Проанализировать работу с рекламой в средствах массовой информации рекламной организации	18
ПМ. 04. ОК 1- ОК 11, ПК 3.2, ПК 4.1 – ПК 4.3 13. Контроль соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя	Составить план проведения процедуры контроля на соответствии рекламной продукции требованиям рекламодателя в рекламной организации. Проанализировать и описать процедуру согласования макетов рекламного продукта с заказчиком	18
ПМ. 04. ОК 1- ОК 11, ПК 3.2, ПК 4.1 – ПК 4.3 14. Взаимодействие с субъектами рекламной деятельности	Проанализировать и описать взаимодействие рекламной организации с субъектами рекламной деятельности. Оценить и описать конкуренцию на рынке рекламы. Подготовить презентацию рекламного продукта (на выбор) предлагаемого рекламной организацией	18
ПМ. 04. ОК 1- ОК 11, ПК 3.2, ПК 4.1 – ПК 4.3 15. Подготовка документации для регистрации авторских прав	Изучить документацию по регистрации авторских прав в рекламной компании. Подготовить пакет авторских документов для регистрации авторских прав	12
ПМ.02. ОК 1- ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3 ПМ. 03 ОК 1- 9, ПК 3.1 – ПК 3.2 ПМ. 04. ОК 1- ОК 11, ПК 3.2, ПК 4.1 – ПК 4.3 Оформление отчета	Работа в институте с руководителем практики - формирование отчета, формирование портфолио учебной практики. Предоставление дневника, отчета по практике и защита работы с использованием презентации. -	6
Итого		200

8 семестр (14 недель)

Виды работ	Тематика заданий по виду работ	Кол-во часов
------------	--------------------------------	--------------

ПМ.01. Разработка и создание дизайна рекламной продукции 1. Подготовительный этап	Консультация о целях и задачах практики, ее месте в учебном процессе. Знакомство с содержанием практики и требованиями к отчету по итогам практики.	25
ПМ.02. Производство рекламной продукции 1. Подготовительный этап	Консультация о целях и задачах практики, ее месте в учебном процессе. Знакомство с содержанием практики и требованиями к отчету по итогам практики.	25
ПМ.01. ОК 1- ОК 11, ПК 1.1 – 1.5 ПМ.02. ОК 1- ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3 2. Вводный 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 предприятием/организацией базой учебной практики. Провести анализ предприятия: тип, специализация, профиль, вид организационно-правовой формы предприятия, место расположения, режим работы, материально-техническая база. Определить виды деятельности предприятия, выполняемые им функции на рынке, перечень основных и дополнительных услуг предприятия. Представить характеристику объекта	6
МДК.01.01. Художественное проектирование рекламного продукта		
ПМ.01. ОК 1- ОК 11, ПК 1.1 – 1.5 3. Художественное проектирование рекламного продукта	Выбор общего стиля рекламного продукта компании-заказчика с опорой на концепцию. Подбор цветовой схемы. Поиск иллюстраций, материала для создания иллюстраций. Выбор шрифтов, их пропорций, начертания, сочетаний. Создание эскизов рекламной продукции с учетом особенностей указанного в брифе рекламного носителя.	60
ПМ.01. ОК 1- ОК 11, ПК 1.1 – 1.5 5. Проектирование корпоративного стиля	Разработка основных элементов фирменного стиля (логотип, фирменные цвета и шрифт, слоган, модульная сетка) на основе эскизов. Работа с брендбуком (применение существующего фирменного стиля).	96
МДК.01.02. Разработка творческой концепции рекламного продукта		
ПМ.01. ОК 1- ОК 11, ПК 1.1 – 1.5 6. Разработка творческой концепции рекламного продукта	Провести брифинг с заказчиком, описать, кто является целевой аудиторией заказчика, на какой сегмент рынка он нацелен. Описать товар заказчика с помощью трехуровневого анализа товара. Определить типы рекламной продукции, предпочитаемые заказчиком. Заполнить шаблон брифа по результатам брифинга с заказчиком.	84

	Составить ТЗ по результатам брифа. Разработать рекламную концепцию продукта (марки) с опорой на бриф. Описание и презентация рекламной концепции. Разработка рекламной стратегии	
ПМ.01. ОК 1- ОК 11, ПК 1.1 – 1.5 7. Презентация рекламного продукта	Презентация концепции и рекламного продукта Представление результатов анализа, рекламной идеи и ее воплощения на конкретных носителях в виде презентации.	6
МДК.02.01. Выполнение рекламных проектов в материале		
ПМ.02. ОК 1- ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3 8. Производство печатной продукции	Способы рекламной продукции: способ глубокой печати, способ высокой печати, способ орловской печати, способ плоской печати, способ офсетной печати, способ струйной печати, способ трафаретной печати, способ флексографской печати. Резка готовой печатной продукции, ее окончательный сбор. Авторская печатная форма. Подготовка макетов для печати. Выбор бумаги для печати	30
ПМ.02. ОК 1- ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3 9. Рекламная сувенирная продукция	Виды рекламной сувенирной продукции: объемные наклейки, сувенирные ручки корпоративные значки. Технологии их создания: тампопечать, горячее тиснение, вальцовка, гравертон, термоперенос. Анализ – психологическое воздействие потребителей на готовую сувенирную рекламную продукцию. Анализ рекламной сувенирной продукции известных изготовителей.	24
МДК.02.02. Проектная компьютерная графика и мультимедиа		
ПМ.02. ОК 1- ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3 10. Использование графических программ для рекламной фотографии	Отсканировать или переснять фотографию. С помощью графических программ и знаний, полученных в течение курса создать креативное решение рекламного плаката.	12
ПМ.02. ОК 1- ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3 11. Разработка рекламной листовки товара или услуги с помощью графических программ.	Выбрать технику и технологию. Разработать эскиз. Осуществить подбор необходимых исходных фотографий, рисунков, логотипов, текстов и т.д. Обработать исходники. Подготовить файл к печати с учетом выбранной технологии	18
МДК.02.03 Техника и технологии рекламной фотографии		

ПМ.02. ОК 1- ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3 12. Создание предметной рекламной фотографии для каталога	Съемка для каталога- один из самых востребованных видов рекламной съемки. Съемка одежды, обуви, парфюмерии, украшений, продуктов питания, и т. д. Повышенные требования к детализации и резкости объекта съемки. Особые требования к фону.	24
ПМ.02. ОК 1- ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3 13. Создание портрета для использования в рекламных целях	Портрет крупным планом как эффективный элемент рекламной фотографии. Съемка первого лица фирмы, съемка узнаваемых людей, съемка артистов для рекламы концертов. Обеспечение контактности портрета через направление взгляда.	18
ПМ.02. ОК 1- ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3 14. Съемка пейзажа	Пейзаж как элемент рекламной фотографии. Городской, сельский, индустриальный пейзажи. Архитектурная съемка	6
ПМ.02. ОК 1- ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3 15. Съемка интерьера	Интерьер как элемент рекламной фотографии. Требования к оптике. Методы снижения контраста сцены при съемке интерьеров.	6
МДК.02.04 Техника и технологии рекламного видео		
ПМ.02. ОК 1- ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3 16. Построение сценария ролика	Разработка идеи сценария, действий, сюжетов, эпизодов, актов. Создание образов героев, их внешности, черт характера, достоинств, недостатков, индивидуальности. Написание сценария ролика. Описание планов видеосъемки по готовому сценарию	24
ПМ.02. ОК 1- ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3 17. Видеосъемка рекламного ролика	Основные приемы видеосъемки. Технологии видеосъемки: общего плана, крупного плана, диалога героев, героев в движении. Съёмочный материал и его отбор для монтажа.	24
ПМ.02. ОК 1- ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3 18. Монтаж видеоролика	Монтирование рекламного ролика в видеоредакторе. Монтировать видеоролик в видеоредакторе	24
МДК.02.05 Рекламный текст		
ПМ.02. ОК 1- ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3 4. Рекламный текст	Составление рекламного текста (слогана, заголовка) с учетом концепции, рекламного носителя, приемов психологического воздействия на потребителя.	36
ПМ.01. ОК 1- ОК 11, ПК 1.1 – 1.5 ПМ.02. ОК 1- ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3	Предоставление дневника, отчета по практике и защита работы с использованием презентации - формирование отчета, формирование портфолио производственной практики.	6
Итого		554

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.

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ И ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению производственной (по профилю специальности) практики модулей ПМ.01, ПМ.02, ПМ.03, ПМ.04

Реализация программы ПП.01.01, ПП.02.01, ПП.03.01, ПП.04.01 предполагает наличие учебных кабинетов.

Имеются учебно-методические комплексы по всем профессиональным модулям.

Освоение обучающимися профессиональных модулей обеспечивается в условиях созданной соответствующей образовательной среды в образовательной организации или в организациях.

Специализированная мебель и системы хранения (доска классная, стол и стул учителя, столы и стулья ученические, шкафы для хранения учебных пособий, системы хранения таблиц и плакатов);

технические средства обучения (рабочее место учителя: компьютер учителя, видеопроектор, экран, лицензионное ПО);

демонстрационные учебно-наглядные пособия (комплект стендов).

Кабинет:

- экономики и менеджмента

Лаборатория:

- информатики и вычислительной техники

- методический

Методическое обеспечение:

- персональные компьютеры для выполнения практических заданий;
- комплект электронных изданий учебной и методической литературы;
- комплекты бланков технологической документации;
- комплект учебно-методической документации;
- мультимедийное оборудование;
- лицензионное программное обеспечение.

Необходимое оборудование и технологическое оснащение рабочих мест в организациях или на предприятиях для проведения ПП.01.01, ПП.02.01, ПП.03.01, ПП.04.01. Освоение обучающимися профессиональных модулей обеспечивается в условиях созданной соответствующей образовательной среды в образовательной организации или в организациях.

Реализация программы производственной практики (по профилю специальности) 42.02.01 Реклама предполагает наличие у образовательного учреждения договоров с базовыми предприятиями.

4.2. Информационное обеспечение организации и проведения производственной (по профилю специальности) практики

4.2.1. Нормативные акты

1. Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ (в ред.) «О рекламе» // Собрание законодательства РФ. – 2006. № 12. – Ст. 1232.
2. Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 (в ред.) «О защите прав потребителей» // Собрание законодательства РФ. – 1996. № 3. – Ст. 140.

4.2.2. 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, 2017. — 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», 2016. - 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, 2017. — 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, 2017. — 224 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/97268>.

4.2.3. Дополнительная литература

1. Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. - М. : Юрайт, 2017. - 552 с. - <https://biblio-online.ru/book/C22451DB-704D-4373-87DC-32CA2CE273BF>.
2. Ахтямова С.С. Программа CorelDRAW. Основные понятия и принципы работы: учебное пособие - Казань: Издательство КНИТУ, 2014. - 112 с. [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=427713>
3. Правовое обеспечение профессиональной деятельности: учебник для СПО / В. И. Авдийский [и др.]; под ред. В. И. Авдийского. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 421 с. — (Серия: Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9934-1. — Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/56077F68-E84C-4D5D-8A27-AF95F8A0DEE1.
4. Гапоненко, А. Л. Менеджмент: учебник и практикум для СПО / Гапоненко А. Л.; отв. ред. А. Л. Гапоненко — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 396 с. — (Серия:

Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-02049-6. — Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/53DCDA52-3EFA-4556-99D1-33182EBA59F4.

5. Панкратов, Ф.Г. Основы рекламы: учебник / Ф.Г. Панкратов, Ю.К. Баженов, В.Г. Шахурин. - 14-е изд., перераб. и доп. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 538 с.: ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-01804-6; То же [Электронный ресурс]. -

URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454093>

4.2.4. Периодические издания

1. Сервис в России и за рубежом.
2. Новости рекламы.
3. Наружная реклама. Медиарама.
4. Практика рекламы.
5. Реклама. Теория и практика.

4.2.5. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. Цифровые учебные материалы: <http://abc.vvsu.ru/>.
2. Электронная библиотечная система «Университетская библиотека ONLINE»: www.biblioclub.ru
3. Электронная библиотечная система издательства «Лань»: <https://e.lanbook.com>.
4. Научная электронная библиотека (НЭБ): www.elibrary.ru
5. Электронная библиотечная система «Юрайт»: <http://www.biblio-online.ru>.
6. Консультант Плюс - справочная правовая система.
7. Электронная библиотека «Издательского дома «Гребенников»: www.grebennikon.ru.

Перечень методических рекомендаций, дополнительной литературы

4.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Самостоятельная работа студентов является важнейшей формой учебно-познавательного процесса.

Основная цель самостоятельной работы студента при прохождении практики - закрепить теоретические знания, полученные в ходе изучения дисциплин, а также сформировать практические и профессиональные навыки в области создания, разработке, производстве и реализации рекламного продукта.

Самостоятельная работа студента в процессе прохождения практики включает:

- изучение основной и дополнительной литературы;
- изучение установленных программой вопросов (конспектирование);
- работу с электронными учебными ресурсами;
- изучение материалов периодической печати, интернет ресурсов;
- подготовку к выполнению практических заданий на практике,
- выполнение установленных программой заданий по практике,
- изучение передового опыта профессиональной деятельности, связанного с данной практикой.

Наименование раздела, модуля	Наименование вида СРС	Перечень и реквизиты учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению СРС
1	2	3
ПМ.04. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта	Изучение инструкций по технике безопасности и охране труда Структурирование содержания и написание отчета по практике. Работа с современными справочными информационными базами и электронными ресурсами. Подготовка отчета по практике Оформление дневника по практике. Подготовка к защите отчета по результатам практики	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, 2017. — 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», 2016. - 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-
ПМ.05. Выполнение работ		

Наименование раздела, модуля	Наименование вида СРС	Перечень и реквизиты учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению СРС
1	2	3
по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих (рекламный агент)		<p>B0D4F86224C9.</p> <p>4. Коротков, Э. М. Менеджмент : учебник для СПО / Коротков Э. М. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 640 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9689-0. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/9B2B615E-3CF7-4285-9010-C0CECF045593.</p> <p>5. Связи с общественностью: Теория, практика, коммуникативные стратегии: Учебное пособие для студентов вузов [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : Аспект Пресс, 2017. — 224 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/97268.</p>

4.4. Общие требования к организации производственной практики (по профилю специальности)

Сроки проведения производственной практики (по профилю специальности) устанавливаются учебным заведением с учетом возможностей учебно-производственных лабораторий учебного заведения, предприятий, учреждений, организаций и не должна превышать объемы времени, предусмотренные Государственными требованиями к минимуму содержания и уровню подготовки выпускников производственной (по профилю специальности) практики.

Формирование баз практик осуществляется администрацией учебного заведения на основе прямых связей, договоров с предприятиями, учреждениями, независимо от форм собственности и принадлежности.

Студенты при прохождении производственной профессиональной практики на предприятии обязаны:

- полностью выполнять задания, предусмотренные программой практики;
- подчиняться действующим на предприятии правилам внутреннего трудового распорядка;

- изучать и строго соблюдать правила и нормы охраны труда, пожарной безопасности и производственной санитарии;
- нести ответственность за выполненную работу и ее результаты.

На основе рабочей программы производственной (по профилю специальности) практики учебными заведениями разрабатываются рабочие планы прохождения практики. Рабочие планы разрабатываются преподавателями профилирующего цикла с указанием сроков и мест прохождения практики на базовом предприятии, утверждаются предметными (цикловыми) комиссиями, согласовываются с руководством базового предприятия и утверждаются директором учебного заведения.

Продолжительность рабочего дня студентов на учебно-вспомогательных объектах учебного заведения составляет шесть академических часов, а на предприятиях в соответствии с действующим законодательством.

Студенты, направленные на практику должны иметь конкретное задание, составленное руководителем практики от предприятия или руководителем-преподавателем, а также рабочий план прохождения практики.

В период практики могут работать в качестве помощника специалиста по рекламе (менеджера по рекламе), при наличии вакантных должностей зачисляться на них, если работа соответствует требованиям программы практики. В случае несоответствия базы практики индивидуальному заданию студенты должны поставить в известность руководителя практики.

Общее руководство практикой на предприятии возлагается на руководителя предприятия, организации, заместителя или одного из ведущих специалистов, чем делается соответствующая запись в договоре.

Руководители практики от предприятия:

- несут личную ответственность за проведение практики;
- организуют практику в соответствии с программой;
- предоставляют места практики, обеспечивающие наибольшую эффективность ее прохождения;

- организуют обучение студентов до начала практики правилам техники безопасности, с проверкой их знаний в области охраны труда в установленном данном предприятии порядке;
- обеспечивают выполнение согласованных с учебным заведением графиков прохождения практики по структурным подразделениям предприятия;
- предоставляют студентам возможность пользоваться литературой, технической документацией.

Руководители практики от учебных заведений:

- устанавливают связь с руководителем практики от предприятия и совместно с ними составляют рабочие программы практики, графики, согласованные с руководителем практики от предприятия;
- разрабатывают тематику индивидуальных заданий и проверяют их выполнение, оказывают студентам методическую помощь;
- осуществляют контроль за рациональностью использования рабочего времени студентов в период практики и выполнения программы практики;
- оказывают методическую помощь студентам при выполнении ими индивидуальных заданий в подборе материалов;
- оценивают результаты выполнения практикантами программы практики;
- осуществляют постоянный контроль за ходом и организацией практики.

Форма отчетности студентов по производственной (по профилю специальности) практике определяется учебным заведением. Оценка практики приравнивается к оценкам теоретического обучения и учитывается при подведении итогов общей успеваемости студентов.

Студенты, имеющие академическую задолженность, не допускаются к производственной (профессиональной) практике. Итогом практики по профилю специальности является оценка, которая выставляется руководителем практики от учебного заведения на основании наблюдений за самостоятельной работой практиканта, выполнения индивидуального задания, составленного в соответствии с программой практики, а также характеристики, составленной руководителем практики от предприятия. Студенты, не выполнившие без уважительных причин

требования практики по профилю специальности или получившие отрицательную характеристику, отчисляются из учебного заведения. В случае уважительной причины студенты направляются учебным заведением на практику в свободное от учебы время.

Студенты, не выполнившие программу практики, не допускаются к итоговой государственной аттестации, им выдается академическая справка об окончании теоретического обучения, которая служит документом для поступления на работу.

4.5. Кадровое обеспечение организации и проведения производственной практики (по профилю специальности)

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой в образовательном учреждении

Руководство производственной (по профилю специальности) практикой осуществляют преподаватели, а также работники предприятий/организаций, закрепленные за обучающимися. Преподаватели должны иметь высшее профессиональное образование по профилю специальности, проходить обязательную стажировку в профильных организациях не реже 1-го раза в 3 года.

Организацию и руководство производственной (по профилю специальности) практикой осуществляют руководители практики от ИНСПО и от организации.

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

Контроль и оценка результатов освоения производственной (по профилю специальности) практики осуществляется преподавателем-руководителем практики в форме проверки и защиты отчетов по учебной практике, проводимой в рамках профессиональных модулей ПМ.01, ПМ.02, ПМ.03, ПМ.04

По завершению изучения междисциплинарных курсов и прохождения производственной (по профилю специальности) практики, обучающийся сдает дифференцированный зачет по профессиональному модулю.

5.1. Паспорт фонда оценочных средств

№ п/п	Контролируемые разделы (модули) практика	Код контролируемой компетенции	Наименование оценочного средства	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
1.	ПМ.01. Разработка и создание дизайна рекламной продукции	ОК 1- ОК 11, ПК 1.1 – 1.5	Проверка выполнения практических заданий	Дневник и отчет по практике
2.	ПМ.02. Производство рекламной продукции	ОК 1- ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3	Проверка выполнения практических заданий	Дневник и отчет по практике
3	ПМ. 03. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта	ОК 1- 9, ПК 3.1 – ПК 3.2	Проверка выполнения практических заданий	Дневник и отчет по практике
4	ПМ. 04. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта	ОК 1- ОК 11, ПК 3.2, ПК 4.1 – ПК 4.3	Проверка выполнения практических заданий	Дневник и отчет по практике

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПМ.01. Разработка и создание дизайна рекламной продукции		
ПК.1.1. Осуществлять поиск рекламных идей..	Умение работать с различными отечественными и зарубежными источниками по соответствующему направлению	Экспертная оценка выполнения практических заданий. Посещение баз практики, беседы с руководителями от предприятий.
ПК.1.2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы	Умение разрабатывать эскизы объектов рекламы с использованием различных графических приемов. Разработка эскизов с применением компьютерных технологий.	Проверка и оценка отчета и дневника практики с учетом характеристики с места прохождения практики, своевременности сдачи отчета, полноты и грамотности отражения в нем вопросов разделов.
ПК.1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты	Умение разрабатывать авторские эскизы объектов рекламы.	
ПК.1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных	Умение составлять и оформлять тексты рекламного характера.	

объявлений		
ПК.1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями	Умение и демонстрация навыков по созданию рекламных образов.	
ПМ.02. Производство рекламной продукции		
ПК.2.1. Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы	Умение выбрать нужный инструмент, оборудование, изобразительное средство, материал, для оптимального решения при производстве рекламной продукции.	Экспертная оценка выполнения практических заданий. Посещение баз практики, беседы с руководителями от предприятий.
ПК.2.2. Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии	Умение создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии	Проверка и оценка отчета и дневника практики с учетом характеристики с места прохождения практики,
ПК.2.3. Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале	Демонстрация умений и навыков работы с оригинальными или отдельными элементами рекламной продукции, выполняемыми в материале (фотография выполненного объекта).	своевременности сдачи отчета, полноты и грамотности отражения в нем вопросов разделов.
ПМ. 03. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта		
ПК.3.1. Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка	Умение проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей. Демонстрация анализа результатов исследования Выявление предпочтений целевых групп.	Экспертная оценка выполнения практических заданий. Посещение баз практики, беседы с руководителями от предприятий.
ПК.3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта	Умение разработать средство продвижения рекламного продукта. Демонстрация разработки маркетинговой части бизнес-плана для продвижения рекламного продукта.	Проверка и оценка отчета и дневника практики с учетом характеристики с места прохождения практики, своевременности сдачи отчета, полноты и грамотности отражения в нем вопросов разделов.
ПМ. 04. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта		
ПК.3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта	Умение разработать средство продвижения рекламного продукта. Демонстрация разработки маркетинговой части бизнес-плана для продвижения рекламного продукта	Экспертная оценка выполнения практических заданий. Посещение баз практики, беседы с руководителями от предприятий.
ПК.4.1. Планировать собственную работу в составе	Умение планировать собственную работу в составе коллектива	Проверка и оценка отчета и дневника практики с учетом

коллектива исполнителей	исполнителей	характеристики с места прохождения практики, своевременности сдачи отчета, полноты и грамотности отражения в нем вопросов разделов.
ПК.4.2. Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.	Умение осуществлять самоконтроль при изготовлении рекламной продукции и контроля ее соответствия с осуществляемой рекламной идеей..	
ПК.4.3. Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.	Демонстрация практического опыта взаимодействия с субъектами рекламной деятельности; подготовки документации для регистрации авторских прав	

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверить у обучающихся не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общих компетенций и обеспечивающих их умений.

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК 1 Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	Демонстрация интереса к будущей профессии	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения профессионального модуля. Экспертная оценка выполнения практических заданий. Моделирование практической ситуации. Посещение баз практики, беседы с руководителями от предприятий. Проверка и оценка отчета и дневника практики с учетом характеристики с места прохождения практики, своевременности сдачи отчета.
ОК 2 Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Обоснование выбора и применения методов и способов решения профессиональных задач в области монтажа, разработки технологических процессов технического обслуживания и наладки приборов и систем автоматики. Демонстрация эффективности и качества выполнения профессиональных задач	
ОК 3 Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Демонстрация способности принимать решения в стандартных и нестандартных производственных ситуациях и нести за них ответственность	
ОК 4 Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	Нахождение и использование информации для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	
ОК 5 Использовать информационно-коммуникационные	Демонстрация навыков использования информационно-коммуникационных технологий	

технологии в профессиональной деятельности.	в профессиональной деятельности	
ОК 6 Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	Взаимодействие с обучающимися и мастерами в ходе обучения	
ОК 7 Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	Демонстрация способности самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	
ОК 8 Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	Демонстрация способности ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	
ОК 9 Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	Демонстрация интереса к будущей профессии	
ОК 10 Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности	. Демонстрация знаний нормативных актов и законов о рекламе	
ОК 11 Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке	. Демонстрация знаний экологической, информационной и коммуникативной культуры и обладание базовыми навыками общения на иностранном языке	

6. ПРИЛОЖЕНИЕ. Образцы отчетных документов

Формы документов, предусмотренные Положением о практике студентов, обучающихся по образовательным программам среднего профессионального образования в ФГБОУ ВО «КубГУ» и его филиалах:

- направление;

- индивидуальный план работы, индивидуальные задания;
- отчет по практике;
- портфолио;
- аттестационный лист и характеристика;

разрабатываются самостоятельно с учетом специфики специальности и баз прохождения практики.

Примерные формы вышеперечисленных документов помещены в приложениях.

Приложение 1
Направление на практику № _____

Обучающийся _____ курса _____
фамилия, имя, отчество
отделения _____ согласно приказу ректора КубГУ от « ____ » _____
20 ____ г. № _____, договор между _____
_____ и
_____ № _____ от
_____ направляется в _____
в распоряжение _____.
наименование предприятия
для прохождения _____ практики
вид практики
по специальности _____
код и наименование специальности
сроком с « ____ » _____ г. по « ____ » _____ г.
Зам. директора по учебной работе _____ Ф.И.О.
подпись
Руководитель практики (куратор) _____ Ф.И.О.
подпись
М.П.

3. Сведения о предприятии, организации, учреждении

Место прохождения практики:

Полное наименование предприятия, организации, учреждения _____

Юридический адрес предприятия, организация, учреждения _____

Руководитель предприятия, организации, учреждения _____

(должность, Ф.И.О, телефон)

Руководитель практики от организации

Должность _____

Ф.И.О. _____

Телефон _____

4. Инструктаж по охране труда, технике безопасности, пожарной безопасности, правила внутреннего трудового распорядка *

Наименование и характер инструктажа	Дата	Кто проводил инструктаж от предприятия, организации, учреждения (Ф.И.О, должность)	Подпись студента-практиканта
Вводный инструктаж (охрана труда, техника безопасности, пожарная безопасность, правила внутреннего трудового распорядка)			
Повторный инструктаж по технике безопасности на рабочем месте			
Повторный инструктаж, связанный с переменной рабочего места			

* Раздел является обязательным

5. Сведения о выполненной работе

Дата	Виды деятельности	Выполненная работа	Продолжительность в часах

Руководитель практики от ИНСПО _____

Руководитель от предприятия, организации, учреждения _____

М.П.

Приложение 3
План-график
прохождения учебной, производственной, преддипломной практики

Вид практики: _____
(учебная, производственная, преддипломная)

Наименование ПМ: _____
(индекс и наименование практики указать по учебному плану)

Специальность: _____
(код, наименования)

Студент: _____
(Ф.И.О.)

Курс _____ группа _____

Тема выпускной квалификационной работы _____

(только для преддипломной практики)

№ п\п	Этапы работы (виды деятельности) при прохождении практики	Кол-во часов, отведенных на выполнение
1.		
2.		
3.		
...		

Руководитель практики от ИНСПО _____
(подпись) (Ф.И.О.)

Задание принято к исполнению

« _____ » _____ 201__ г. _____
(подпись) (Ф.И.О. студента)

Приложение 4

Отчет по учебной/производственной/преддипломной практике

студента _____
(Ф.И.О.)

группы _____ курса _____

специальности _____
(код, наименование)

(наименование предприятия, организации, учреждения)

Отчет содержит следующие разделы:

1. Сведения о конкретной работе, выполненной студентом в период практики в соответствии с заданиями на практику.

2. Краткое описание базы практики:

- 1) адрес, название предприятия/организации/учреждения;
- 2) наименование подразделений;
- 3) штатное расписание;
- 4) перечень документации профессионального назначения по подразделениям;
- 5) перечень оборудования, перечень программного обеспечения.

3. Выводы и предложения.

Руководитель практики от ИНСПО _____ (Ф.И.О.)

Руководитель (предприятия, организации, учреждения) _____ (Ф.И.О.)

М.П.

Примечание: отчет может быть дополнен графическими, аудио-, фото-, видеоматериалами или представлен в виде компьютерной презентации.

Приложение 5

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Кубанский государственный университет»
Институт среднего профессионального образования
АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ ПО ПРАКТИКЕ

(Ф.И.О. студента)

Обучающийся на ___ курсе, группа ___ по специальности 00.00.00 _____
прошел производственную (учебную) практику по
профессиональному модулю ПМ.00 _____ в объеме 00 часов (0 недель), с
« ___ » _____ 201__ г. по « ___ » _____ 201__ г.

Виды и качество выполнения работ

№ п/п	Наименования ПК	Вид работы, выполненных обучающимся во время практики	Уровень освоения компетенций (оценка)
1.	<i>ПК 0.0*</i>		
2.	...		
3.	<i>Итоговая оценка уровня освоения обучающимся профессиональных компетенций**</i>		

Руководитель учебной, производственной, преддипломной практики от ИНСПО, должность _____ Ф.И.О.
(подпись)

Руководитель практики от организации, должность _____ Ф.И.О.
(подпись)

М.П.

* - оценивается уровень освоения компетенций. Если в результате выполнения соответствующего вида работ осваивается несколько компетенций, то в таблице каждая компетенция отображается отдельной строкой с указанием вида работы по компетенции и проставлением соответствующей оценки. Оценки за освоение одной конкретной компетенции должны совпадать вне зависимости от вида работ.

** - итоговая оценка определяется как среднее арифметическое оценок, полученных за освоение каждой компетенции, со стандартным округлением.

При оценивании компетенций используются следующие критерии

Критерии оценки компетенций	Оценка
обучающийся не овладел оцениваемыми компетенциями, не раскрывает сущность поставленной проблемы. Не умеет применять теоретические знания в решении практической ситуации. Допускает ошибки в принимаемом решении, в работе с нормативными документами, неуверенно обосновывает полученные результаты. Материал излагается нелогично, бессистемно, недостаточно грамотно	2
обучающийся освоил 60-69% оцениваемых компетенций, показывает удовлетворительные знания основных вопросов программного материала, умения анализировать, делать выводы в условиях конкретной ситуационной задачи. Излагает решение проблемы недостаточно полно, непоследовательно, допускает неточности. Затрудняется доказательно обосновывать свои суждения.	3
обучающийся освоил 70-89% оцениваемых компетенций, умеет применять теоретические знания и полученный практический опыт в решении практической ситуации. Умело работает с нормативными документами. Умеет аргументировать свои выводы и принимать самостоятельные решения, но допускает отдельные неточности, как по содержанию, так и по умениям, навыкам работы с нормативно правовой документацией.	4
обучающийся освоил 90-100% оцениваемых компетенций, умение связывать теорию с практикой, применять полученный практический опыт, анализировать, делать выводы, принимать самостоятельные решения в конкретной ситуации, высказывать и обосновывать свои суждения. Демонстрирует умение вести беседы, консультировать граждан, выходить из конфликтных ситуаций. Владеет навыками работы с нормативными документами. Владеет письменной и устной коммуникацией, логическим изложением ответа	5

Приложение 6

ИНСТИТУТ СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Отчет руководителя практики

Специальность _____
(код и наименование специальности)

Курс _____ Группа _____ Кол-во студентов в группе _____

Вид практики:(учебная, производственная, преддипломная) _____

Сроки прохождения практики: _____

Руководитель практики от ИНСПО: _____
(Ф.И.О.)

Статистическая справка

База практики (полное наименование) Реквизиты договора (№, дата заключения, срок действия)	Кол-во студ. в подгруппе практикантов	Итоговая оценка уровня усвоения обучающимися профессиональных компетенций (из аттестационного листа) (кол-во, Ф.И.О.)				Не явились (Ф.И.О., причина)
		5	4	3	2	
ИТОГО						

Вывод: все студенты выполнили задание по практике и ВКР(для преддипломной практики).
Руководитель практики от ИНСПО _____ (Ф.И.О.)

К отчету руководителя практики необходимо приложить:

- Договоры с базами практики (по реестру).

Реестр договоров КубГУ (ИНСПО) с базами практик по специальностям СПО

Специальность (код и наименование специальности)	Наименование базы практики	Реквизиты договора (№, дата заключения)	Срок действия договора (в годах)

- Документацию на каждого студента (титульный лист, направление на практику (копия), задания на практику, задание на ВКР (на преддипломную практику), аттестационный лист, дневник практики, отчет о практике, характеристика на практиканта.

Примечание:

Направление на практику подписывает зам.директора по учебной работе ИНСПО, руководитель практики от ИНСПО.

Задания на практику подписывает руководитель практики от ИНСПО, студент-практикант.

Аттестационный лист, отчет, характеристику, дневник практики подписывает руководитель организации, или учреждения (или лицо, назначенное быть ответственным за практику), руководитель практики от ИНСПО

Приложение 7

ХАРАКТЕРИСТИКА профессиональной деятельности обучающегося

(В характеристике отмечается качество выполнения обучающимся задания практики, отношение к работе, уровень освоения общих компетенций, дисциплинированность и другие качества, проявленные практикантом в период практики, а также недостатки в подготовке обучающегося, замечания и пожелания обучающемуся.)

Руководитель учебной (производственной)
практики от филиала, должность,
Ф.И.О.

(подпись)

Руководитель учебной (производственной)
практики от организации, должность,
Ф.И.О.

(подпись)

Рецензия

Рабочая программа производственной (по профилю специальности) практики разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (далее – ФГОС СПО) по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденным Приказом Минобрнауки № 510 от 12.05.2014.

(зарегистрирован в Минюсте России 26.06.2014.

№ 32859),

для студентов специальности 42.02.01 Реклама среднего профессионального образования Кубанского государственного университета

Организация-разработчик: ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет» (Институт среднего профессионального образования).

Авторы-составители: преподаватели КубГУ ИНСПО

Р.А. Мартыненко, О.В. Потапенко.

Рецензируемая программа представляет собой структуру, в которой представлены все необходимые элементы, требуемые образовательным стандартом среднего профессионального образования.

Программа содержит следующие элементы: титульный лист, паспорт (указана область применения программы, место профессионального модуля в структуре основной образовательной программы). Сформулированы цели и задачи, определено ее место в структуре ФГОС СПО, перечислены общекультурные и профессиональные компетенции, формируемые у студентов в результате прохождения всех видов практик. Указаны разделы, темы, краткое содержание курса, виды подготовки, форма организации, количество часов производственной (по профилю специальности) практики. Структура программы представлены в табличной форме.

Обозначены условия реализации программы (требования к минимальному материально-техническому обеспечению, перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы); контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины.

Перечень компетенций (ОК и ПК) содержит все компетенции, указанные в тексте ФГОС СПО.

Достоинством рецензируемой программы представляется сочетание разнообразных форм работы студентов. В интерактивных и практических видах деятельности студенты развивают свои коммуникативные навыки, накапливают необходимый опыт, приобретают специальные компетенции.

Таким образом, рецензируемая программа производственной (по профилю специальности) практики, соответствует требованиям, предъявляемым к учебным программам ФГОС СПО, и может быть рекомендована для использования в процессе преподавания для студентов направления подготовки 42.02.01 Реклама среднего профессионального образования Кубанского государственного университета.

Эксперт:

Директор ООО Event PR агентство
«Игры разума»



В.В. Полищук

Рецензия

Рабочая программа ПП производственной (по профилю специальности) практики разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (далее – ФГОС СПО) по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденным Приказом Минобрнауки № 510 от 12.05.2014. (зарегистрирован в Минюсте России 26.06.2014.

№ 32859),

для студентов специальности 42.02.01 Реклама среднего профессионального образования Кубанского государственного университета

Организация-разработчик: ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет» (Институт среднего профессионального образования).

Авторы-составители: преподаватели КубГУ ИНСПО

Р.А. Мартыненко, О.В. Потапенко.

Данная программа представляет собой структуру, в которой представлены все необходимые элементы, требуемые образовательным стандартом среднего профессионального образования.

Программа содержит следующие элементы: титульный лист, паспорт (указана область применения программы, место профессионального модуля в структуре основной образовательной программы). Сформулированы цели и задачи, определено ее место в структуре ФГОС СПО, перечислены общекультурные и профессиональные компетенции, формируемые у студентов в результате прохождения всех видов практик. Указаны разделы, темы, краткое содержание курса, виды подготовки, форма организации, количество часов ПП производственной (по профилю специальности) практики. Структура программы представлены в табличной форме.

Обозначены условия реализации программы (требования к минимальному материально-техническому обеспечению, перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы); контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины.

Перечень компетенций (ОК и ПК) содержит все компетенции, указанные в тексте ФГОС СПО.

Таким образом, рецензируемая программа ПП производственной (по профилю специальности) практики, соответствует требованиям, предъявляемым к учебным программам ФГОС СПО, и может быть рекомендована для использования в процессе преподавания для студентов направления подготовки 42.02.01 Реклама среднего профессионального образования Кубанского государственного университета.

Рецензент:

Член Союза Художников РСФСР,

заслуженный деятель искусств Кубани,

кандидат педагогических наук,

профессор кафедры живописи и композиции

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет»



А.А. Васильев