



1920

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



СВЕРЖДАЮ
Директор ИИСПО
среднего
профессионального
образования

Т.П. Хлопова

«26» мая 2021 г.

Рабочая программа практики

III. Производственная практика (по профилю специальности)

Специальность 42.02.01 Реклама

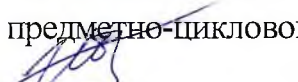
Квалификация Специалист по рекламе

Краснодар 2021

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  Потапенко О.В.

Одобрено на заседании предметно-цикловой комиссии дисциплин направления Дизайн и Реклама для специальности 42.02.01 Реклама протокол № 10 от «24» мая 2021 г.

Председатель предметно-цикловой комиссии:
 О.П. Иваненко

«24» мая 2021 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»		<i>Васильев Анатолий Алексеевич</i>
Директор ООО Event PR агентство «Игры разума»		<i>Полщук Владимир Владимирович</i>

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ	2
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ	3
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ.....	5
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ И ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ	17
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	28
6. ПРИЛОЖЕНИЕ. Образцы отчетных документов.....	32

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 – 710 часов, в том числе:

производственная практика – 648 часов, (18 недель) – 6,8 семестр.

консультации – 62 часов

ПП.01.01.– 38 часа, в том числе консультации – 2 часа (1 неделя) – 6 сем.

ПП.01.01.– 277 часа, в том числе консультации – 25 часов (7 недель) – 8 сем.

ПП.02.01.– 40 часов, в том числе консультации – 4 часа (1 неделя) – 6 сем.

ПП.02.01.– 277 часа, в том числе консультации – 25 часов (7 недель) – 8 сем.

ПП.03.01.– 40 часов, в том числе консультации – 4 часа (1 неделя) – 6 сем.

ПП.04.01.– 38 часов, в том числе консультации – 2 часов (1 неделя) – 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)			
Модуль ПМ.01	ПП.01.01 (6 семестр)	36	Концентрированная
Модуль ПМ.01	ПП.01.01 (8 семестр)	252	Концентрированная
Модуль ПМ.02	ПП.02.01 (6 семестр)	36	Концентрированная

Модуль ПМ.02	ПП.02.01 (8 семестр)	252	Концентрированная
Модуль ПМ.03	ПП.03.01 (6 семестр)	36	Концентрированная
Модуль ПМ.04	ПП.04.01 (6 семестр)	36	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 (4 недели)

Виды работ	Тематика заданий по виду работ	Кол-во часов
ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции Подготовительный этап	Консультация о целях и задачах практики, ее месте в учебном процессе. Знакомство с содержанием практики и требованиями к отчету по итогам практики.	2
ПМ.02. Производство рекламной продукции Подготовительный этап	Консультация о целях и задачах практики, ее месте в учебном процессе. Знакомство с содержанием практики и требованиями к отчету по итогам практики.	4
ПМ.03. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта Подготовительный этап	Консультация о целях и задачах практики, ее месте в учебном процессе. Знакомство с содержанием практики и требованиями к отчету по итогам практики.	4
ПМ.04. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта Подготовительный этап	Консультация о целях и задачах практики, ее месте в учебном процессе. Знакомство с содержанием практики и требованиями к отчету по итогам практики.	2
Итого	Консультации	12
ПМ.01 ОК 1- 9, ПМ.02. ОК 1- ОК 11, ПМ.03 ОК 1- 9, ПМ.04. ОК 1- ОК 11, Вводный инструктаж. Ознакомительный этап	Изучить инструктаж по охране труда и технике безопасности. Изучение структуры, штата и опыта работы рекламного агентства или рекламного-маркетингового отдела организации Анализ организации: место расположения, режим работы, основные функции организации. Ознакомление с правилами организации, работы в организации. Изучение должностных обязанностей. Анализ основных нормативно-правовых актов, регулирующих вопросы рекламной деятельности предприятия.	6
МДК.01.01 Художественное проектирование рекламного продукта		
ПМ.01 ОК 1 -11 ПК.1.1 -1.3, ПК 1.5 Художественное проектирование рекламного продукта	Задание 1. Анализ логотипов компаний-конкурентов. Разработка логотипа для компании-заказчика	12
МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта		
ПМ.01 ОК 1 -11 ПК.1.4 Разработка творческой	Задание 2.Разработка названия, слогана и легенды для компании-заказчика	6

концепции рекламного продукта		
ПМ.01 ОК 1 -11 ПК.1.4 Разработка творческой концепции рекламного продукта	Задание 3.Разработка творческой концепции для рекламного продвижения в интернете компании-заказчика	6
ПМ.01 ОК 1 -11 ПК.1.4 Разработка творческой концепции рекламного продукта	Задание 4. Разработка творческой концепции для наружной рекламы компании-заказчика	6
МДК.02.03 Техника и технологии рекламной фотографии		
ПМ.02. ОК 1- ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3 Осуществление различных видов фотосъемки	Задание 5. Съемка для каталога. (Съемка одежды, обуви, парфюмерии, украшений, продуктов питания, и т. д.).	6
ПМ.02. ОК 1- ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3 Осуществление различных видов фотосъемки	Задание 6. Портрет крупным планом как эффективный элемент рекламной фотографии. Съемка первого лица фирмы, съемка узнаваемых людей, съемка артистов для рекламы концертов.	6
ПМ.02. ОК 1- ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3 Осуществление различных видов фотосъемки	Задание 7. Пейзаж как элемент рекламной фотографии. Городской, сельский, индустриальный пейзажи. Архитектурная съемка	6
МДК.02.04 Техника и технологии рекламного видео		
ПМ.02. ОК 1- ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3 Разработка сценария	Задание 8. Разработка идеи сценария, действий, сюжетов, эпизодов, актов. Создание образов героев, их внешности, черт характера, достоинств, недостатков, индивидуальности. Написание сценария ролика. Описание планов видеосъемки по сценарию.	6
ПМ.02. ОК 1- ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3 Осуществление видеосъемки для производства рекламы, монтаж	Задание 9. Съёмка рекламного ролика. Монтирование рекламного ролика в видео-редакторе	12
МДК.03.01. Маркетинг в рекламе		
ПМ.03 ОК 1- 9, ПК 3.1 – ПК 3.2 Выявление требований целевых групп потребителей	Задание 10. Провести сегментацию потребителей продукта компании/компании заказчика. Дать подробную характеристику для каждого из сегментов. Разработать стратегию позиционирования рекламного продукта для каждого из сегментов	12

<p>ПМ.03 ОК 1- 9, ПК 3.1 – ПК 3.2 Разработка средств продвижения рекламного продукта</p>	<p>Задание 11. Разработать уникальное торговое предложение для рекламного продукта/услуги для каждого из сегментов.</p>	6
<p>ПМ.03 ОК 1- 9, ПК 3.1 – ПК 3.2 Разработка маркетинговой части бизнес-плана</p>	<p>Задание 12. Проведение SWOT-анализа деятельности компании/агентства</p>	6
МДК.03.02. Правовое обеспечение рекламной деятельности		
<p>ПМ.03 ОК 1- 9, ПК 3.1 – ПК 3.2 Организация договорной работы рекламного предприятия по продвижению рекламного продукта</p>	<p>Задание 13. Составить проект договора об оказании рекламных услуг на основании изученных хозяйственных договоров рекламного предприятия.</p>	6
<p>ПМ.03 ОК 1- 9, ПК 3.1 – ПК 3.2 Правовое регулирование отдельных видов рекламы в работе рекламного предприятия</p>	<p>Задание 14. Проанализировать и описать особенности правового регулирования отдельных видов рекламы, связанных с деятельностью организации.</p>	6
МДК.04.01. Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности		
<p>ПМ.04. ОК 1- ОК 11, ПК 3.2, ПК 4.1 – ПК 4.3 Планирование, разработка и техническое исполнение рекламного проекта</p>	<p>Задание 15. Разработка рекламной медиа-стратегии продвижения для компании-заказчика. Составление медиаплана.</p>	12
<p>ПМ.04. ОК 1- ОК 11, ПК 3.2, ПК 4.1 – ПК 4.3 Планирование, разработка и техническое исполнение рекламного проекта</p>	<p>Задание 16. Разработка рекламного бюджета для рекламной кампании.</p>	6
<p>ПМ.04. ОК 1- ОК 11, ПК 3.2, ПК 4.1 – ПК 4.3 Разработка презентации</p>	<p>Задание 17. Разработка и создание рекламной презентации компании/компании-заказчика/рекламного продукта</p>	6
<p>ПМ.04. ОК 1- ОК 11, ПК 3.2, ПК 4.1 – ПК 4.3 Подготовка документации для регистрации авторских прав</p>	<p>Задание 18. Изучить документацию по регистрации авторских прав в рекламной компании/рекламном отделе. Подготовить договор авторского заказа</p>	6
<p>ПМ.01. ОК 1- ОК 11, ПК 1.1 – 1.5 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</p>	<p>Работа в институте с руководителем практики - формирование отчета, формирование портфолио производственной практики. Предоставление дневника, отчета по практике и защита работы с использованием презентации.</p>	6

Консультации	12
Итого	144

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 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
Итого	Консультации	50
ПМ.01. ОК 1- ОК 11, ПК 1.1 – 1.5 ПМ.02. ОК 1- ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3 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. Знакомство с организацией - базой производственной практики. Анализ организации: место расположения, режим работы, основные функции организации. Ознакомление с правилами организации, работы в организации. Изучение должностных обязанностей. Анализ основных нормативно-правовых актов, регулирующих вопросы производства рекламной продукции.	6
МДК.01.01. Художественное проектирование рекламного продукта		
ПМ.01. ОК 1- ОК 11, ПК 1.1 – 1.5 Художественное конструирование рекламных продуктов	1.Анализ фирменного стиля компании и её конкурентов. Шрифт. Цветовая палитра. Логотип. Носители фирменного стиля. Паттерн. Композиционное решение. Носители фирменного стиля.	12
ПМ.01. ОК 1- ОК 11, ПК 1.1 – 1.5 Художественное конструирование рекламных продуктов	2.Разработка логотипа для заказчика/компании. Выбор и обоснование фирменного шрифта, фирменных цветов.	24
ПМ.01. ОК 1- ОК 11, ПК 1.1 – 1.5 Художественное конструирование рекламных продуктов	3.Разработка фирменного паттерна.	12
ПМ.01. ОК 1- ОК 11, ПК 1.1 – 1.5 Художественное	4.Выбор фирменных носителей: полиграфия, сувенирная продукция, наружная реклама и др. Создание макетов.	18

конструирование рекламных продуктов		
ПМ.01. ОК 1- ОК 11, ПК 1.1 – 1.5 Художественное конструирование рекламных продуктов	5.Разработка фирменного бейджа для заказчика/компании	18
ПМ.01. ОК 1- ОК 11, ПК 1.1 – 1.5 Художественное конструирование рекламных продуктов	6.Разработка фирменного бланка для заказчика/компании	18
ПМ.01. ОК 1- ОК 11, ПК 1.1 – 1.5 Художественное конструирование рекламных продуктов	7.Разработка дизайна рекламной афиши/плаката для заказчика/компании	18
Итого		120
МДК.01.02. Разработка творческой концепции рекламного продукта		
ПМ.01. ОК 1- ОК 11, ПК 1.1 – 1.5 Разработка творческой концепции рекламного продукта	8.Обзор и анализ рекламной продукции транспортной рекламы. Разработка творческой концепции для транспортной рекламы	18
ПМ.01. ОК 1- ОК 11, ПК 1.1 – 1.5 Разработка творческой концепции рекламного продукта	9.Разработка названия и слогана для заказчика/рекламного продукта/компании	12
ПМ.01. ОК 1- ОК 11, ПК 1.1 – 1.5 Разработка творческой концепции рекламного продукта	10.Разработка брифа для рекламной кампании	6
ПМ.01. ОК 1- ОК 11, ПК 1.1 – 1.5 Разработка творческой концепции рекламного продукта	11.Разработка творческой концепции рекламы на телевидении для заказчика/компании. Составление медиаплана.	18
ПМ.01. ОК 1- ОК 11, ПК 1.1 – 1.5 Разработка творческой концепции рекламного продукта	12.Разработка творческой концепции рекламы в Интернете для заказчика/компании. Продвижение в социальных сетях. Контекстная реклама. Составление медиаплана.	18
ПМ.01. ОК 1- ОК 11, ПК 1.1 – 1.5 Разработка творческой концепции рекламного продукта	13.Разработка творческой концепции рекламы на радио для заказчика/компании.	18

ПМ.01. ОК 1- ОК 11, ПК 1.1 – 1.5 Разработка творческой концепции рекламного продукта	14.Разработка творческой концепции наружной рекламы для заказчика/компании.	18
ПМ.01. ОК 1- ОК 11, ПК 1.1 – 1.5 Разработка творческой концепции рекламного продукта	15.Разработка имиджа компании/рекламного продукта/персоны	18
Итого		126
МДК.02.01. Выполнение рекламных проектов в материале		
ПМ.02. ОК 1- ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3 Построение макета рекламного объекта с учетом выбранных технологий	16.Разработка макета календаря для заказчика	18
ПМ.02. ОК 1- ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3 Построение макета рекламного объекта с учетом выбранных технологий	17.Разработка и создание макета приглашения/открытки	18
ПМ.02. ОК 1- ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3 Использование мультимедийных технологий для разработки рекламного продукта	18.Разработка и создание серии наклеек для заказчика/компании	18
ПМ.02. ОК 1- ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3 Построение макета рекламного объекта с учетом выбранных технологий	19.Выполнение макета разворота журнала (подбор изображений, составление текста, верстка)	24
Итого		78
МДК.02.02. Проектная компьютерная графика и мультимедиа		
ПМ.02. ОК 1- ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3 Использование компьютерных технологий при создании печатного рекламного продукта	20.Разработка дизайна рекламной полиграфии для заказчика/компании	12

ПМ.02. ОК 1- ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3 Использование мультимедийных технологий для разработки рекламного продукта	21.Разработка рекламного имиджевого ролика для заказчика/компании	24
ПМ.02. ОК 1- ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3 Использование мультимедийных технологий для разработки рекламного продукта	22.Разработка дизайна для профиля заказчика в социальных сетях	24
ПМ.02. ОК 1- ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3 Использование мультимедийных технологий для разработки рекламного продукта	23.Разработка рекламной презентации для продукта/компании	12
Итого		48
МДК.02.03 Техника и технологии рекламной фотографии		
ПМ.02. ОК 1- ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3 Осуществление фотосъёмки для производства рекламного продукта	24.Проведение фотосъемки мероприятия.	12
ПМ.02. ОК 1- ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3 Осуществление фотосъёмки для производства рекламного продукта	25.Портретная фотосъемка: различные типажи моделей.	18
ПМ.02. ОК 1- ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3 Осуществление фотосъёмки для производства рекламного продукта	26.Фотосъемка для социальных сетей заказчика/компании.	18
Итого		48
МДК.02.04 Техника и технологии рекламного видео		

ПМ.02. ОК 1- ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3 Разработка сценария для съёмок и монтажа рекламы	27.Работа над идеей рекламного видеоролика. Определение режиссерского замысла. Создание рекламного образа.	12
ПМ.02. ОК 1- ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3 Разработка сценария для съёмок и монтажа рекламы	28.Разработка режиссерского сценария. Создание раскадровки/аниматика для рекламного видеоролика.	12
ПМ.02. ОК 1- ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3 Осуществление видеосъёмки для производства рекламного продукта	29.Съёмка и монтаж рекламного видеоролика.	24
ПМ.01. ОК 1- ОК 11, ПК 1.1 – 1.5 ПМ.02. ОК 1- ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3 Оформление отчета	Работа в институте с руководителем практики - формирование отчета, формирование портфолио производственной практики. Предоставление дневника, отчета по практике и защита работы с использованием презентации.	6
Консультации		50
Итого		504

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

Международные документы

1. Международный кодекс рекламной практики : с изменениями и дополнениями от 2 декабря 1986 года : принят на 47-ой сессии Исполнительного совета Международной торговой палаты // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. – Москва, 1997– . – Загл. с титул. экрана.

Кодексы

1. Российская Федерация. Законы. Гражданский кодекс Российской Федерации : часть первая : ГК : текст с изменениями и дополнениями на 25 февраля 2022 года : принят Государственной Думой 21 октября 1994 года // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. – Москва, 1997– . – Загл. с титул. экрана.

2. Российская Федерация. Законы. Гражданский кодекс Российской Федерации : часть вторая : ГК : текст с изменениями и дополнениями на 1 июля 2021 года : принят Государственной Думой 22 октября 1995 года // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. – Москва, 1997– . – Загл. с титул. экрана.

3. Российская Федерация. Законы. Гражданский кодекс Российской Федерации : часть третья : ГК : текст с изменениями и дополнениями на 1 июля 2021 года : принят Государственной Думой 1 ноября 2001 года : одобрен Советом Федерации 14 ноября 2001 года // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. – Москва, 1997– . – Загл. с титул. экрана.

4. Российская Федерация. Законы. Гражданский кодекс Российской Федерации : часть четвертая : ГК : текст с изменениями и дополнениями на 11 июня 2021 года : принят Государственной Думой 24 ноября 2006 года : одобрен Советом Федерации 8 декабря 2006 года // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. – Москва, 1997– . – Загл. с титул. экрана.

5. Российская Федерация. Законы. Земельный кодекс Российской Федерации : ЗК : текст с изменениями и дополнениями на 1 мая 2021 года : принят Государственной Думой 28 сентября 2001 года : одобрен Советом Федерации 10 октября 2001 года // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. – Москва, 1997– . – Загл. с титул. экрана.

Федеральные законы

1. Российская Федерация. Законы. О рекламе : Федеральный закон № 38-ФЗ : текст с изменениями и дополнениями от 16 апреля 2022 года : принят Государственной Думой 22 февраля 2006 года : одобрен Советом Федерации 3 марта 2006 года // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. – Москва, 1997– . – Загл. с титул. Экрана.

2. Российская Федерация. Законы. О средствах массовой информации : Закон РФ № 2124-1 : текст с изменениями и дополнениями от 1 июля 2021 года: принят 27 декабря 1991 года // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. – Москва, 1997– . – Загл. с титул. экрана.

3. Российская Федерация. Законы. О защите прав потребителей : Закон РФ № 2300-1 : текст с изменениями и дополнениями от 11 июня 2021 года : принят 7 февраля 1992 года // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. – Москва, 1997– . – Загл. с титул. экрана.

4. Российская Федерация. Законы. Об информации, информационных технологиях и о защите информации : Федеральный закон № 149-ФЗ : текст с изменениями и дополнениями от 30 декабря 2021 года : принят Государственной Думой 8 июля 2006 года : одобрен Советом

Федерации 14 июля 2006 года // Электронный фонд нормативно-технической и нормативно-правовой информации Консорциума «Кодекс» : [сайт]. – URL: <https://docs.cntd.ru/document/901990051>

Нормативные документы министерств и ведомств

1. О рекламе лекарственных средств, медицинских изделий и медицинских услуг, методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, методов народной медицины : Письмо Федеральной антимонопольной службы № ДФ/52241/20 от 22 июня 2020 года // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. – Москва, 1997– . – Загл. с титул. экрана.

2. О разъяснении по вопросу рекламы в мессенджерах (Viber, Whatsapp), отнесение к рекламе информации, способы выявления рекламодателей : Письмо Федеральной антимонопольной службы № АК/52901/19 от 24 июня 2019 года // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. – Москва, 1997– . – Загл. с титул. экрана.

3. О разъяснении по вопросу рекламы в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» : Письмо Федеральной антимонопольной службы № АК/83509/19 от 25 сентября 2019 года // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. – Москва, 1997– . – Загл. с титул. экрана.

Нормативные акты Краснодарского края

1. Градостроительный кодекс Краснодарского края : текст с изменениями и дополнениями от 29 апреля 2022 года : принят Законодательным Собранием Краснодарского края 16 июля 2008 года // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. – Москва, 1997– . – Загл. с титул. экрана.

2. Об утверждении Порядка размещения рекламных конструкций на территории муниципального образования город Краснодар : в редакции от 28 января 2021 года : Решение городской Думы Краснодара от 25 апреля 2013 года № 47 п. 4 // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. – Москва, 1997– . – Загл. с титул. экрана.

3. О внесении изменений в постановление администрации муниципального образования город Краснодар от 22.05.2014 п 3244 «Об утверждении административного регламента предоставления администрацией муниципального образования город Краснодар муниципальной услуги «Выдача разрешений на установку и эксплуатацию рекламных конструкций на соответствующей территории, аннулирование таких разрешений» : Постановление администрации муниципального образования город Краснодар от 14 февраля 2020 года № 697 // КонсультантПлюс : справочно-правовая система. – Москва, 1997– . – Загл. с титул. экрана.

Государственные стандарты (ГОСТы)

1. ГОСТ Р 52044-2003. Наружная реклама на автомобильных дорогах и территориях городских и сельских поселений : Общие технические требования к средствам наружной рекламы. Правила размещения : государственный стандарт Российской Федерации : утвержден и введен в действие Постановлением Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 22 апреля 2003 г. № 124-ст : введен впервые : дата введения 2005–09–01 / разработан Государственным предприятием «РОСДОРНИИ», Главным управлением государственной инспекции безопасности дорожного движения Службы общественной безопасности Министерства внутренних дел России и Научно-исследовательским центром Государственной инспекции безопасности дорожного движения Министерства внутренних дел

России // Электронный фонд нормативно-технической и нормативно-правовой информации Консорциума «Кодекс» : [сайт]. – URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200031478>.

4.2.2. Основная литература

1. Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью : учебник для вузов / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 552 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14843-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/488737>
2. Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 552 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15083-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489961>
3. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 431 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14532-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/488829>
4. Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 514 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10539-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/495461>
5. Григорьева, Е. И. Основы издательского дела. Электронное издание : учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. И. Григорьева, И. М. Ситдикиев. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 439 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-06330-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/493915>
6. Котляров, А. С. Композиция изображения. Теория и практика : учебное пособие для среднего профессионального образования / А. С. Котляров, М. А. Кречетова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 122 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-14628-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/496930>
7. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Е. Кузьмина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 419 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13984-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491625> (дата обращения: 28.09.2022).

4.2.3. Дополнительная литература

1 Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью : учебник для вузов / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 552 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14843-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510610> (дата обращения: 05.05.2023).

2. Николукин, С. В. Правовое обеспечение профессиональной деятельности : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Николукин. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 248 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-14511-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/520191> (дата обращения: 05.05.2023).
3. Гапоненко, А. Л. Менеджмент : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. Л. Гапоненко ; ответственный редактор А. Л. Гапоненко. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 396 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-02049-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511558> (дата обращения: 05.05.2023).
5. Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 514 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10539-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517937> (дата обращения: 05.05.2023).

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. Министерство науки и высшего образования Российской Федерации: официальный сайт. — Москва. — URL: <https://minobrnauki.gov.ru>
2. Министерство просвещения Российской Федерации: официальный сайт. — Москва. — URL: <https://edu.gov.ru/>
3. Российское образование: федеральный портал: сайт. — Москва, 2002. — URL: <http://www.edu.ru>
4. Единое окно доступа к образовательным ресурсам: информационная система: сайт. — Москва, 2005. — URL: <http://window.edu.ru>
5. «УЧЕБА»: образовательный портал: сайт. — Москва, 2000. — URL: <http://www.ucheba.com>
6. Образование на русском: проект Государственного института русского языка им. А. С. Пушкина: сайт. — Москва, 2015. — URL: <https://pushkininstitute.ru/>
7. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека: сайт. — Москва, 2000. — URL: <https://elibrary.ru>

8. Национальная электронная библиотека (НЭБ): сайт. – Москва, 2021. – URL: <http://rusneb.ru>
9. КиберЛенинка: научная электронная библиотека: сайт. – Москва, 2012. – URL: <http://cyberleninka.ru>
10. «Грамота.ру» – справочно-информационный портал: сайт. – Москва, 2000. – URL: <http://gramota.ru>
11. Глоссарий.ru : служба тематических толковых словарей: сайт. – Москва, 2000. – URL: <http://glossary.ru>
12. «Academic.ru»: словари и энциклопедии: сайт. – Москва, 2000. – URL: <http://dic.academic.ru>
13. КонсультантПлюс: справочная правовая система: сайт. – Москва, 1997. – URL: <http://consultant.ru> (доступ по локальной сети)
14. Электронный фонд нормативно-технической и нормативно-правовой информации Консорциума «Кодекс»: сайт. – Санкт-Петербург. – URL: <https://docs.cntd.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.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции	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.Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 552 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15083-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/489961 2.Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 431 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14532-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/488829 3.Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 514 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10539-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/495461
ПМ.02 Производство рекламной продукции		
ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта		
ПМ.04. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта		

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,
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.	беседы с руководителями от предприятий. Проверка и оценка отчета и дневника практики с учетом характеристики с места прохождения практики, своевременности сдачи
ПК.1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты	Умение разрабатывать авторские эскизы объектов рекламы.	отчета, полноты и грамотности отражения в нем
ПК.1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений	Умение составлять и оформлять тексты рекламного характера.	вопросов разделов.
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
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).	прохождения практики, 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	Умение разработать средство	Проверка и оценка отчета и

продвижения рекламного продукта	продвижения рекламного продукта. Демонстрация разработки маркетинговой части бизнес-плана для продвижения рекламного продукта.	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 коллектива исполнителей	Умение планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей	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.4.2. Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.	Умение осуществлять самоконтроль при изготовлении рекламной продукции и контроля ее соответствия сосуществляемой 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
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	от предприятий. Проверка и оценка отчета и дневника практики с учетом характеристики с места прохождения практики, своевременности сдачи отчета.
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 технологии в профессиональной деятельности.	Демонстрация навыков использования информационно-коммуникационных технологий 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	.Демонстрация знаний нормативных актов и законов о рекламе	

деятельности		
ОК 11 Владеть 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.

Приложение 2

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Кубанский государственный университет»

Институт среднего профессионального образования

ДНЕВНИК

ПРАКТИКИ

Вид практики: (учебная, производственная, преддипломная)

Наименование ПМ: _____

(индекс и наименование практики указать по учебному плану)

Специальность: _____

(код, наименование)

Квалификация выпускника _____

Студент _____

(Ф.И.О.)

Курс _____ группа _____

Тема выпускной квалификационной работы _____

(только для преддипломной практики)

1. Календарные сроки практики

По учебному плану с _____ 20 ____ г. по _____ 20 ____ г.

Дата прибытия на практику _____ 20 ____ г.

Дата выбытия с места практики _____ 20 ____ г.

2. Руководитель практики от

Институт среднего профессионального образования (ИНСПО)

Должность _____

Ф.И.О. _____

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 переменой 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
 Филиал федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего
 образования «Кубанский государственный университет»
 Институт среднего специального 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
 «___» _____ 202__ г. по «___» _____ 202__ г.

Виды и качество выполнения работ

№ п/п	Наимено- вания 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 филиала, 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)