

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«Российский новый университет»



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

Г.А.Шабанов

« 01 » 08 2016 г.

ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Специальность 42.02.01 Реклама

Москва

2016 г.

Лист согласования
рабочих программ учебной, производственной практик
программы подготовки специалистов среднего звена

по специальности **42.02.01 Реклама**

Автор-разработчик СЕРГЕЕВ Иван Михайлович, АНДРИЯНОВА Наталья Вячеславовна - преподаватель колледжа РосНОУ
ФИО, ученая степень, звание, должность, наименование ОУ СПО

Предприятие (организация) работодателя:

Государственное бюджетное учреждение города Москвы Комплекс социальных жилых домов Департамента труда и социальной защиты населения города Москвы (ГБУ КСЖД)

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Представленные для согласования рабочие программы учебной, производственной практик - программы подготовки специалистов среднего звена по специальности

42.02.01 Реклама

СООТВЕТСТВУЕТ:

- требованиям ФГОС СПО, утвержденным Минобрнауки России от « 12 » _____ мая 2014 г. № 510 ;
- контрольно-измерительные материалы актуальны, обоснованы, соответствуют базовому уровню среднего профессионального образования;
- запросам работодателей.

Юрисконсульт
ГБУ КСЖД

М.П.



Е.А. Калиновская

Программа производственной практики разработана на основе федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее – СПО) 42.02.01 Реклама и рабочих программ профессиональных модулей:

- ПМ.01. Разработка и создание дизайна рекламной продукции (72 часа)
- МДК 01.01. Художественное проектирование рекламного продукта(18)
- МДК 01.02. Разработка творческой концепции рекламного продукта(18)
- МДК 01.03. Логика(18)
- МДК 01.04. Композиция(18)
- ПМ.02. Производство рекламной продукции (192 часа)
- МДК 02.01. Выполнение рекламных проектов в материале (48)
- МДК 02.02. Проектная компьютерная графика и мультимедиа (48)
- МДК 02.03. Техника и технология рекламной фотографии (48)
- МДК 02.04. Техника и технология рекламной видео.(48)
- ПМ.03. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта (96 часов)
- МДК 03.01. Маркетинг в рекламе (32)
- МДК 03.02. Правовое обеспечение рекламной деятельности (32)
- МДК 03.03. Деловое общение (32)
- ПМ.04. Организация и управление процессом изготовления рекламного проекта (продукта) (108 часов)
- МДК 04.01. Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности (36)
- МДК 04.02. Социальная психология (36)
- МДК 04.03. Профессиональная этика (36)
- ПМ 05. Выполнение работ по должности агент рекламный (108)
- МДК 05.01. Выполнение работ по должности агент рекламный(36)
- МДК 05.02. Основы журналистики (36)
- МДК 05.03. Теория и практика массовой информации (36)

Разработчики:

Семенова М.А.- преподаватель колледжа

Кирия М. Л. – зам. Директора колледжа

Согласована: с факультетом Бизнес Технологий АНО ВО «РосНОУ»:

СОДЕРЖАНИЕ

- 1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ**
- 2. РЕЗУЛЬТАТЫ ПРАКТИКИ**
- 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ**
- 4. УСЛОВИЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ**
- 5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ПРАКТИКИ**

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

1.1. Место производственной практики в структуре программы подготовки специалистов среднего звена

Программа производственной практики является частью программы подготовки специалистов среднего звена (далее ППССЗ) по специальности СПО 42.02.01 Реклама в части освоения основных видов профессиональной деятельности:

- разработка и создание дизайна рекламной продукции
- производство рекламной продукции
- маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта
- организация и управление процессом изготовления рекламного проекта (продукта)
- выполнение работ по должности агент рекламный

1.2. Цели и задачи производственной практики

Рабочая программа практики разработана на основе требований федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования, Приказа Министерства образования и науки Российской Федерации (Минобрнауки России) от 18 апреля 2013 г. №291 "Об утверждении Положения о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы среднего профессионального образования", Положения об организации практики для студентов Российского нового университета, 2014 года и предназначена для реализации основной образовательной программы по специальности 42.02.01 Реклама.

Производственная практика направлена на обобщение и систематизацию знаний и навыков работы по дисциплинам учебных циклов, а также профессиональных модулей. Производственная практика предусмотрена графиком учебного процесса и распределена на два этапа:

- производственная практика по профилю специальности в течение 18 недель в рамках профессиональных модулей специальности;
- производственная преддипломная практика в течение 4 недель после прохождения теоретического обучения, учебной и производственной практики по профилю специальности.

Целями производственной практики являются:

- углубление и закрепление теоретических знаний, полученных при изучении учебных циклов и профессиональных модулей;
- комплексное освоение всех видов профессиональной деятельности;
- приобретение практических навыков и профессиональных умений по избранной специальности;
- формирование общих и профессиональных компетенций;

- приобретение практических навыков в будущей профессиональной деятельности или в отдельных ее разделах.

Задачи производственной практики:

- подготовка специалистов к осознанному и углубленному изучению дисциплин учебных циклов и профессиональных модулей, привитие им первичных умений и навыков по избранной специальности;
- овладение профессиональной деятельностью по специальности, развитие профессионального мышления;
- закрепление, расширение, углубление и систематизация знаний, полученных при изучении дисциплин, определяющих профиль специальности;
- сбор материалов для написания выпускной квалификационной работы;
- формирование представлений о культуре труда, культуре и этике межличностных отношений, потребности бережного отношения к рабочему времени, качественного выполнения заданий, соблюдению правил и норм охраны труда, технике безопасности и противопожарной защите;
- выполнение работ по должности рекламного агента.

Поставленные цели достигаются путем знакомства обучающихся с работой различных предприятий, организаций, учреждений, независимо от их организационно - правовых форм.

В ходе производственной практики обучающийся должен овладеть следующими видами деятельности:

1. Вид профессиональной деятельности: Разработка и создание дизайна рекламной продукции

иметь практический опыт:

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

Уметь:

- осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги;
- разрабатывать композиционное решение рекламного продукта;
- использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы;
- составлять рекламные тексты.

Знать:

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

2. Вид профессиональной деятельности: Производство рекламной продукции

иметь практический опыт:

- выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта;
- построения модели (макета, сценария) объекта с учетом выбранной технологии;
- подготовки к производству рекламного продукта;
- производства рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков.

уметь:

- осуществлять фотосъемку для производства рекламного продукта;
- осуществлять видеосъемку для производства рекламного продукта;
- использовать компьютерные технологии при создании печатного рекламного продукта;
- разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы;
- использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео-, анимации;
- использовать мультимедийные и web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта.

Знать:

- технику, технологии и технические средства фотосъемки в рекламе;
- технику, технологии и технические средства видеосъемки в рекламе;
- технические и программные средства для создания печатного рекламного продукта;
- технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации;
- технологию создания Интернет-рекламы;
- аппаратное и программное обеспечение.

3. Вид профессиональной деятельности: Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта

иметь практический опыт:

- выявления требований целевых групп потребителей;
- разработки средств продвижения рекламного продукта;
- разработки маркетинговой части бизнес-плана.

уметь:

- проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей;
- анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп;
- проводить сегментирование рынка;
- принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта.

знать:

- задачи, цели и общие требования к рекламе;
- основные направления рекламной деятельности;
- виды рекламной деятельности;
- структуру рекламного рынка.

4. Вид профессиональной деятельности: Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта

иметь практический опыт:

- планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта;
- контролирования соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя;
- взаимодействия с субъектами рекламной деятельности;
- подготовки документации для регистрации авторских прав.

уметь:

- составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта;
- работать с рекламой в средствах массовой информации;
- проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком;
- проводить презентацию рекламного продукта;
- подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав.

знать:

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

5. Вид профессиональной деятельности: Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих

иметь практический опыт: выполнения работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих.

уметь: выполнять должностные обязанности рекламного агента.

знать: должностные обязанности рекламного агента.

1.3. Количество часов практики

Практика является обязательным разделом ППССЗ. Она представляет собой вид учебных занятий, обеспечивающих практико-ориентированную подготовку обучающихся. При реализации программы подготовки специалистов среднего звена предусматривается два вида практики: учебная и производственная.

Общий объем времени на проведение учебной и производственной практики определяется ФГОС СПО и учебным планом образовательной организации.

Производственная практика проводится как непрерывно, так и путем чередования с теоретическими занятиями по дням (неделям) при условии обеспечения связи между содержанием производственной практики и результатами обучения в рамках модулей по видам профессиональной деятельности.

Производственная практика (по профилю специальности) проводится в рамках профессиональных модулей рассредоточено по семестрам. Производственная преддипломная практика проводится после окончания теоретического обучения, учебной и производственной практики по профилю специальности при освоении обучающимися профессиональных компетенций в рамках профессиональных модулей и реализуются концентрированно.

Производственная практика (по профилю специальности) и производственная преддипломная практика проводятся на предприятиях, согласно заключенному договору.

Производственная практика по профилю специальности в объеме 18 недель (648 часов) реализуется по каждому из видов профессиональной деятельности, предусмотренных ФГОС СПО:

ПМ.01. Разработка и создание дизайна рекламной продукции (72 часа)

МДК 01.01. Художественное проектирование рекламного продукта (18 часов)

МДК 01.02. Разработка творческой концепции рекламного продукта (18 часов)

МДК 01.03. Логика (18 часов)

МДК 01.04. Композиция (18 часов)

ПМ.02. Производство рекламной продукции (192 часа)

МДК 02.01. Выполнение рекламных проектов в материале (48 часов)

МДК 02.02. Проектная компьютерная графика и мультимедиа (48 часов)

МДК 02.03. Техника и технология рекламной фотографии (48 часов)

МДК 02.04. Техника и технология рекламной видео (48 часов)

ПМ.03. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта (96 часов)

МДК 03.01. Маркетинг в рекламе (32 часов)

МДК 03.02. Правовое обеспечение рекламной деятельности (32 часов)

МДК 03.03. Деловое общение (32 часов)

ПМ.04. Организация и управление процессом изготовления рекламного проекта (продукта) (108 часов)

МДК 04.01. Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности (36 часов)

МДК 04.02. Социальная психология (36 часов)

МДК 04.03. Профессиональная этика (36 часов)

ПМ 05. Выполнение работ по должности агент рекламный (108 часов)

МДК 05.01. Выполнение работ по должности агент рекламный (36 часов)

МДК 05.02. Основы журналистики (36 часов)

МДК 05.03. Теория и практика массовой информации (36 часов)

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ПРАКТИКИ

Результатом производственной практики является **освоение общих (ОК) компетенций**:

Код	Наименование результатов практики
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.

Освоение профессиональных (ПК) компетенций:

Вид профессиональной деятельности	Код	Наименование результатов практики
ПМ.01. Разработка и создание дизайна рекламной продукции.	ПК 1.1 – 1.5.	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.
ПМ.02. Производство рекламной продукции	ПК 2.1.– 2.3.	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.
ПМ.03. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта.	ПК 3.1.- 3.2.	ПК 3.1. Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка. ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.
ПМ 04. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта.	ПК 4.1.- 4.3.	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.
ПМ.05. Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих.	ПК 1.1- 1.5. ПК 2.1.–2.3. ПК 3.1.-3.2. ПК 4.1.- 4.3.	Выполнение должностных обязанностей рекламного агента.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

3.1. Тематический план производственной практики по профилю специальности

Коды формируемых компетенций	Наименование профессионального модуля	Объем времени, отводимый на практику (часов, недель)	Сроки проведения	
			На базе основного общего	На базе среднего общего
ОК 1-11, ПК 1.1–1.5.	ПМ. 01. Разработка и создание дизайна рекламной продукции.	144 часа 4 недели	8 сем	6 сем
ОК 1-11, ПК 2.1.–2.3.	ПМ.02. Производство рекламной продукции.	180 часа 5 недель		
ОК 1-11, ПК 3.1.- 3.2.	ПМ.03. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного	108 часов 3 недели		

	продукта.			
ОК 1-11, ПК 4.1.- 4.3.	ПМ.04. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта.	108 часа 3 недели		
ОК 1-11, ПК 1.1- 1.5. ПК 2.1.–2.3. ПК 3.1.-3.2. ПК 4.1.- 4.3.	ПМ 05. Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих.	108 часа 3 недели		
	Всего	648 часов, 18 недель		

3.1. Тематический план производственной преддипломной практики

Коды формируемых компетенций	Наименование профессионального модуля	Объем времени, отводимый на практику (часов, недель)	Сроки проведения	
			На базе основного общего	На базе среднего общего
ОК 1-11, ПК 1.1–1.5.	ПМ. 01. Разработка и создание дизайна рекламной продукции.	36 часов 1 неделя	8 сем	6 сем
ОК 1-11, ПК 2.1.–2.3.	ПМ.02. Производство рекламной продукции.	36 часов 1 неделя		
ОК 1-11, ПК 3.1.- 3.2.	ПМ.03. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта.	36 часов 1 неделя		
ОК 1-11, ПК 4.1.- 4.3.	ПМ.04. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта.	36 часов 1 неделя		
ОК 1-11, ПК 1.1- 1.5. ПК 2.1.–2.3. ПК 3.1.-3.2. ПК 4.1.- 4.3.	ПМ 05. Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих.	36 часов 1 неделя		
	Всего	180 часа (5 недель)		

4. УСЛОВИЯ ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

1.1. Требования к документации, необходимой для проведения практики:

Для проведения производственной практики в образовательной организации предусматривается следующая документация:

- годовой план проведения учебной и производственной практики;
- график учебной и производственной практики;
- рабочие программы учебной и производственной практики;
- договоры (соглашения) образовательной организации с базовыми организациями и предприятиями;
- приказ о закреплении обучающихся по базам практики и назначении руководителей практикой от образовательной организации и организаций;
- направление на практику (*Приложение 1*);
- отчеты руководителей учебной и производственной практики от образовательной организации;
- аттестационный лист (*Приложение 2*), содержащий сведения об уровне освоения обучающимися общих и профессиональных компетенций;
- дневник практики;
- характеристика обучающегося по освоению профессиональных компетенций в период прохождения практики.

По итогам производственной практики по профилю специальности проводится защита в форме зачета на основе отчета и дневника практики обучающегося.

Отчет отражает выполнение индивидуального задания программы практики, заданий и поручений, полученных от руководителя практики организации (предприятия). Отчет должен содержать анализ деятельности организации (предприятия), выводы о приобретенных навыках, освоении профессиональных компетенций и возможности применения теоретических знаний, полученных при обучении.

Отчет состоит из:

- титульного листа (*Приложение №3*);
- характеристики – отзыва руководителя практики от организации (предприятия) (*Приложение №4*);
- текста отчета (15 - 20 страниц машинописного текста);
- приложений документов, с которыми работал обучающийся;
- календарного плана прохождения практики.

По итогам производственной преддипломной практики проводится защита выпускной квалификационной работы.

4.2. Требования к материально-техническому обеспечению практики

Имеются учебно-методические комплексы по всем профессиональным модулям. Реализация программы требует наличия учебных кабинетов.

Перечень кабинетов, лабораторий, мастерских и других помещений:

Кабинеты:

социально-экономических дисциплин;

иностранного языка (лингфонные кабинеты);
математики и информатики;
истории изобразительных искусств;
рисунка и живописи;
экологии и безопасности жизнедеятельности;
экономики и менеджмента;
шрифтовой и художественной графики;
цветоведения;
проектирования рекламного продукта;
методический.

Лаборатории:

информатики и вычислительной техники;
компьютерного дизайна;
информационных и коммуникационных технологий;
компьютерной графики и видеомонтажа;
фотолаборатория.

Мастерские:

багетная.

Полигоны:

мини-типография.

Студии:

видеостудия;
фотостудия.

Спортивный комплекс:

спортивный зал;
открытый стадион широкого профиля с элементами полосы препятствий;
стрелковый тир (в любой модификации, включая электронный) или место для стрельбы.

Залы:

библиотека, читальный зал с выходом в сеть Интернет;
актовый зал.

Методическое обеспечение:

- посадочные места по количеству обучающихся с возможностью выполнения лабораторных и практических занятий, включая как обязательный компонент практические задания с использованием персональных компьютеров;
- рабочее место в компьютерном классе для каждого обучающегося;
- необходимый комплект лицензионного программного обеспечения;
- рабочее место преподавателя.

1. **Основные источники:** Шарков Ф.И. Разработка и технологии производства рекламного продукта: учебник [Электронный ресурс] / Ф.И. Шарков, В.И.

- Гостенина. -М.: Дашков и Ко, 2012. Веселова Ю.В. Графический дизайн рекламы. Плакат: учебное пособие
2. Васильев Г.А., Поляков В.А., Романов А.А. Технологии производства рекламной продукции: учебное пособие.- М.: Вузовский учебник, 2013
 3. Замедлина Е.А. Реклама: учебное пособие.- М.: Риор, 2012
 4. Мазилкина Е.И.: Основы рекламы: учебное пособие: альфа-м: инфра-м, 2013
 5. Рекламная деятельность: учебник / под ред. В.Д.Секерина.-М.: Инфра-М, 2013

Дополнительные источники

1. Деникин А.А. Звуковой дизайн в видеоиграх. Технологии «игрового» аудио для непрограммистов: учебное пособие
2. Левкина А.В. Фотодело. - ИНФРА-М. - М. : Альфа-М, 2013.
3. Крылов А.П. Фотомонтаж = Пособие для фотохудожников. - М. : КУРС,ИНФРА-М, 2013. - 80 с.
4. Шнейдеров В.С. Фотография, реклама, дизайн на компьютере : Самоучитель. - СПб. : Питер, 2011.
5. Рекламная деятельность. / Под ред. В.Д. Секерина. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014

1. Реклама: Реком. УМО по рекламе при (МГИМО) МИД РФ в качестве учебного пособия для студентов вузов, обучающихся по специальности "Реклама": Реком. Международной рекламной ассоциацией / Джефкинс Ф. - М.: ЮНИТИ, 2002. - 543 с. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме. Рек.Учебно-метод.объед.вузов РФ в обл.сервиса в кач.учеб.пособ..Морозов М.А.,Морозова Н.С. -М.АКАДЕМА,2003.-336 с.

4.4. Требования к руководителям практики

Требования к руководителям практики от образовательного учреждения:

Реализация ППСЗ обеспечивается педагогическими кадрами, имеющими высшее образование, соответствующее профилю преподаваемого модуля. Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы является обязательным для преподавателей, отвечающих за освоение обучающимся профессионального учебного цикла. Преподаватели получают дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

Требования к руководителям практики от организации:

Реализация ППСЗ обеспечивается педагогическими кадрами, имеющими высшее образование, соответствующее профилю преподаваемого модуля и опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы, по месту прохождения обучающимися учебной и производственной практики.

4.5. Требования к соблюдению техники безопасности и пожарной безопасности

В образовательном учреждении имеется инструкция по технике безопасности и охране труда для обучающихся, проходящих учебную и производственную практику.

Обучающиеся, вышедшие на практику, допускаются к выполнению работы только при наличии установленного набора документов (договор, дневник, индивидуальное задание и т. п.), после прохождения вводного инструктажа по охране труда, инструктажа по охране труда на рабочем месте, а также повторения приемов оказания первой доврачебной помощи пострадавшим от несчастных случаев (при получения травмы в период практики).

Каждый инструктаж обучающихся, выходящих на практику, заканчивается обязательной проверкой его усвоения. Первичный инструктаж проводится руководителями практики от организации, последующие — руководителями практики по месту ее прохождения.

Проведение всех видов инструктажей регистрируется в журналах регистрации инструктажей с обязательными подписями получившего и проводившего инструктаж.

Каждому обучающемуся, выходящему на практику, необходимо:

- знать место хранения медицинской аптечки;
- уметь оказать первую помощь при производственных травмах;
- уметь правильно действовать при возникновении пожара и в других экстремальных и других чрезвычайных ситуациях;
- изучить планы эвакуации и расположение эвакуационных выходов.

Всем обучающимся, проходящим практику, следует:

- знать и соблюдать правила личной гигиены;
- оставлять верхнюю одежду, обувь, головной убор в гардеробной или иных местах, предназначенных для хранения верхней одежды;
- иметь опрятный вид в соответствии с требованиями делового этикета;
- не принимать пищу на рабочем месте.

Учитывая разъездной характер работы, сотрудники должны приходить на работу в удобной обуви и одежде, соответствующей сезону.

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

По результатам производственной практики обучающийся обязан представить отчет и дневник практики, отзыв-характеристику руководителя практики от предприятия (организации).

Содержание отчета должно соответствовать программе практики, отчет представляется в печатном варианте объемом 15-20 страниц машинописного текста.

Отчет включает введение, основную часть, заключение, приложения.

В вводной части, отражается значимость рекламы для продвижения товаров (услуг) в организации (подразделении).

Основная часть отчета должна содержать оценку и анализ визуальных образов и дизайна рекламной продукции организации, оценку и анализ эффективности рекламной деятельности и средств продвижения рекламного продукта в организации.

1. Общая характеристика предприятия:

- Район размещения организации, организационно-правовая форма предприятия.
- Характеристика основных внешних и внутренних связей предприятия. Рекламная деятельность организации по продвижению продукта (товара). Виды отчетных документов для регистрации авторского права на рекламный продукт.
- Характеристика и дизайн логотипа организации.
- Предложения по разработке и созданию дизайна рекламной продукции организации.
- Составление и оформление текста рекламных объявлений.

2. Управление производством

- Организационная структура предприятия
- Организационная структура управления. Схема взаимосвязи подразделений, служб, отделов, звеньев управления. Функции управления.

Наличие должностных инструкций и положений, определяющих функции подразделений и управленческого персонала. Ознакомление с инструкцией на примере одного подразделения и должности, состав и назначение подразделений, участков, служб; правилами внутреннего трудового распорядка и инструкциями по технике безопасности.

- Персонал предприятия
- Численность персонала по отделам и службам. Их удельный вес в общей численности трудящихся.
- Системы мотиваций и продвижения по службе. Участие трудящихся в капитале и распределении прибыли.

3. Экономические показатели работы рекламной деятельности предприятия. Рекламные расходы организации.

Заключение должно содержать выводы по всем анализируемым вопросам и рекомендации предприятию (подразделению) по совершенствованию рекламной деятельности предприятия.

В приложения включается в заполненном виде образцы сопроводительных и отчетных документов, актов, договоров (контрактов), сертификатов, деклараций, прайс-листов, рисунков, фотографий, эскизов и других дополнительных материалов, с которыми работал обучающийся на практике.

Во время проведения итогового контроля проверяются объем изученного материала, результаты самостоятельной работы, отраженные в отчете и дневнике.

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
1	2	3
ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.	Разработка и создание дизайна рекламной продукции и использование в наибольшем количестве выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы композицию, шрифтовую и художественную графики в рекламе	Зачет по практике.
ПК 1.2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.	осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, разрабатывать композиционное решение рекламного продукта; использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы;	Зачет по практике.

ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.	использовать свои знания в профессиональной деятельности, четко и ясно определять характерные черты художественных стилей различных исторических эпох и учитывать творчество наиболее значительных художников, скульпторов, архитекторов	Зачет по практике.
ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.	четко и грамотно составлять рекламные тексты по всем направлениям, учитывая все возрастные категории, применяя все приемы и принципы составления рекламного текста	Зачет по практике.
ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.	правильно провести выбор художественной формы реализации рекламной идеи и создать визуальный образ с рекламными функциями; четко отображать художественный контекст рекламных продуктов (по определенному направлению).	Зачет по практике.
ПК 2.1. Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.	обратить особое внимание на выбор и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта для точного выражения его необходимости	Зачет по практике.
ПК 2.2. Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.	уметь правильно и ясно построить модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии при подготовке к производству рекламного продукта, с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков	Зачет по практике.
ПК 2.3. Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.	преобразующие методы формообразования (стилизацию и трансформацию); способы композиционного построения экспозиционной графики; тенденции развития современного искусства; технику проведения эксперимента и обработку его результатов; методику исследовательской работы; этапы экспериментальной работ	Зачет по практике.
ПК 3.1. Выявлять требования целевых групп потребителей	иметь практический опыт выявления требований целевых групп потребителей; разработки средств продвижения рекламного продукта;	Зачет по практике.

<p>на основе анализа рынка.</p>	<p>разработки маркетинговой части бизнес-плана; проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей; анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп; проводить сегментирование рынка; принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта;</p>	
<p>ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.</p>	<p>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;</p>	<p>Зачет по практике.</p>
<p>ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.</p>	<p>пользоваться творческими источниками для проектной деятельности; пользоваться различными способами формообразования; анализировать современные тенденции и динамику развития дизайна; использовать методы конструктивного моделирования с помощью компьютерной графики; использовать компьютерные и телекоммуникационные средства; использовать программное обеспечение в профессиональной деятельности; анализировать и обрабатывать результаты исследований и экспериментов; использовать технику проведения эксперимента и обработку его результатов;</p>	<p>Зачет по практике.</p>
<p>ПК 4.2. Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.</p>	<p>осуществление связи со средствами распространения рекламы, в частности со СМИ, контроль за прохождением и качеством исполнения заказов; исследование товаров, рынков, потребителей для разработки, рекламных идей; проведение выставок, ярмарок и сопутствующих им рекламных мероприятий; семинаров и пресс-конференций, разработка интерьеров торговых залов и витрин</p>	<p>Зачет по практике.</p>

<p>ПК 4.3. Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.</p>	<p>знать основные федеральные законы и иные нормативные правовые акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации; аспекты планирования рекламы; этапы принятия и реализации управленческих решений; классификацию целей менеджмента.</p> <p>Закон РФ «О рекламе»</p> <p>Закон РФ «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров»</p> <p>3.Закон РФ «О защите прав потребителей»</p> <p>4.Указ президента РФ «О защите потребителей от недобросовестной рекламы»</p>	<p>Зачет по практике.</p>
--	--	---------------------------