Приложение 4.1 к ПОП по специальности 42.02.01 Реклама

Автономная некоммерческая организация профессиональная образовательная организация «Московский колледж деловой карьеры»

(АНО ПОО «МКДК»)

УТВЕРЖДАЮ
Директор АНО ПОО
«Московский колледж деловой карьеры»
/ Неврова Л.В./
26.08.2024г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ УП.01

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ МОДУЛЬ

ПМ.01 «ПРОВЕДЕНИЕ ИССЛЕДОВАНИЙ ДЛЯ СОЗДАНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА»

по специальности

42.02.01 Реклама

Квалификация Специалист по рекламе

сроки освоения программы -
По очной форме обучения:
на базе основного общего образования 2 года 10 месяцев.

Москва 2024

Рабочая программа учебной практики разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования по специальности 42.02.01. Реклама (приказ Минпросвещения РФ от 21.07.2023 № 552 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.02 «Реклама»).

Организация разработчик:	АНО ПОО «Московский колледж деловой карьеры» (АНО ПОО МКДК)

Рабочая программа учебной практики УП.01 «Учебная практика» рассмотрена и одобрена на заседании предметной (цикловой) комиссии по специальности 42.02.01. Реклама.
Протокол № 01 от 26.08.2024 г.

1 ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

1.1. Область применения программы

Рабочая программа учебной практики является составной частью профессионального модуля ПМ. 01. Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта программы подготовки специалистов среднего звена (ППССЗ) по специальности 42.02.01. Реклама.

Рабочая программа учебной практики разрабатывалась в соответствии с:

1. ФГОС СПО по специальности 42.02.01. Реклама;
2. ПОП по специальности 42.02.01. Реклама;
3. Учебным планом АНО ПОО «МКДК» по специальности 42.02.01. Реклама;
4. Рабочей программой профессионального модуля.

При прохождении практики обучающийся(аяся) должен(а) освоить соответствующие общие и профессиональные компетенции:

Код ОК	**Формулировка компетенции**	**Умения, Знания**
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	**Умения:**
		распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте
		анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части
		определять этапы решения задачи
		выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы
		составлять план действия
		определять необходимые ресурсы
		владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах
		реализовывать составленный план
		оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)
		Знания:

		актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить
		основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте
		алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях
		методы работы в профессиональной и смежных сферах
		структуру плана для решения задач
		порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	**Умения:**
		определять задачи для поиска информации
		определять необходимые источники информации
		планировать процесс поиска
		структурировать получаемую информацию
		выделять наиболее значимое в перечне информации
		оценивать практическую значимость результатов поиска
		оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач
		использовать современное программное обеспечение
		использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач
		Знания:
		номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности
		приемы структурирования информации

		формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации
		порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	**Умения:**
		определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности
		применять современную научную профессиональную терминологию
		определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования
		выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи
		презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план
		рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования
		определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности
		презентовать бизнес-идею
		определять источники финансирования
		Знания:
		содержание актуальной нормативно-правовой документации
		современная научная и профессиональная терминология
		возможные траектории профессионального развития и самообразования
		основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности
		правила разработки бизнес-планов
		порядок выстраивания презентации

		кредитные банковские продукты
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	**Умения:**
		организовывать работу коллектива и команды
		взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности
		Знания:
		психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности
		основы проектной деятельности
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	**Умения:**
		грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе
		Знания:
		особенности социального и культурного контекста;
		правила оформления документов и построения устных сообщений
ОК 07	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях	**Умения:**
		соблюдать нормы экологической безопасности;
		определять направления ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности по специальности, осуществлять работу с соблюдением принципов бережливого производства
		организовывать профессиональную деятельность с учетом знаний об изменении климатических условий региона
		Знания:
		правила экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности
		основные ресурсы, задействованные в профессиональной деятельности

		пути обеспечения ресурсосбережения	
		принципы бережливого производства	
		основные направления изменения климатических условий региона	
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	**Умения:**	
		понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы	
		участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы	
		строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности	
		кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые)	
		писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы	
		Знания:	
		правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы	
		основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика)	
		лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности	
		особенности произношения	
		правила чтения текстов профессиональной направленности	
Код ПК	**Уметь**	**Знать**	**Владеть навыками**
ПК 1.1.	Умения: - производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей;	- способов анализа рынка, целевой аудитории и конкурентной среды; - аудиторию различных средств рекламы;	- выявления основных и второстепенных конкурентов; - проведения качественных аналитических исследований

	- анализировать каналы коммуникации в соответствии характеристикам аудитории; - доводить информацию заказчика до целевой аудитории; - использовать приемы привлечения аудитории при проведении исследований; - использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении исследований; - уметь завоевывать доверие и внимание аудитории при проведении исследований, привлекать и мотивировать ее участие в исследовании.	- формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда; - технологии воздействия на аудиторию при проведении маркетингового исследования.	конкурентной среды.
ПК 1.2.	- производить качественные аналитические исследования рынка.	- методов и технологии изучения рынка, его потенциала и тенденций развития.	- проведения анализа рынка; - проведения качественных аналитических исследований рынка; - применения инструментов комплекса маркетинга для проведения маркетинговых исследований объекта рекламирования.

ПК 1.3.	- производить качественные аналитические исследования конкурентной среды; - уметь организовывать и уверенно проводить маркетинговые исследования, определять их задачи.	- отраслевую терминологию; - методики и инструменты для проведения маркетингового исследования; - структуру и алгоритм проведения исследований и требования к ним; - основ маркетинга.	- выявления основных и второстепенных конкурентов; - проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды.
ПК 1.4.	-преобразовывать требования заказчика в бриф	- принципов выбора каналов коммуникации Виды и инструменты маркетинговых коммуникаций - важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий - важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей	- определения целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий -Планирования системы маркетинговых коммуникаций - Разработки стратегии маркетинговых коммуникаций

1.2. Цели и задачи практики – требования к результатам прохождения практики

Задачи прохождения учебной практики по профессиональному модулю:

- ознакомление обучающихся с работой дизайнера и копирайтера;

- закрепление и углубление полученных теоретических знаний по художественному проектированию, написанию рекламных текстов;

- формирование у обучающихся профессиональных компетенций по модулю ПМ 01. в условиях работы на рекламных предприятиях.

- приобретение практического опыта разработки и создания рекламной продукции.

Цели учебной практики:

- получение первоначальных профессиональных знаний о специфике разработки и создания рекламной продукции;

Для овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся должен:

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 графики в рекламе;

- методы проектирования рекламного продукта;

- методы психологического воздействия на потребителя.

Форма контроля: дифференцированный зачет (в качестве составной части за квалификационный экзамен по модулю).

1.3 Количество часов на освоение программы учебной практики:

всего – 36 часов.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Виды работ

- разработка брифа.
- проведение первичного анализа рынка.

4.УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

4.1 Требования к минимальному материально-техническому обеспечению.

Оборудование учебного кабинета:

-посадочные места по количеству обучающихся

- рабочее место преподавателя

- специализированная мебель

Технические средства обучения:

- компьютер для оснащения рабочего места преподавателя

- проектор

- экран

-компьютер

-доступ к сети Интернет

- программное обеспечение общего и профессионального назначения

- комплект учебно-методической документации.

4.2. Перечень учебных изданий, Интернет ресурсов, основной и дополнительной литературы.

Основная литература:

1. Лукина А.В. Маркетинг товаров и услуг : учеб.пособие/ А.В.Лукина. -М.: ФОРУМ, 2020. -240 с

2. Кнышова Е.Н. Маркетинг : учеб.пособие для средн.проф.образования/ Е.Н.Кнышова. -М.: ФОРУМ -ИНФРА-М, 2017. -282с.. -("Проф. образование")

3. Крайнов, Г. Н. Технология подготовки и реализации кампании по рекламе и связям с общественностью : учебное пособие для спо / Г. Н. Крайнов. — 2-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2024. — 372 с. — ISBN 978-5-507-45867-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/288947 (дата обращения: 03.08.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

4. Поведение потребителей: Учебное пособие / С.Б. Алексина, Г.Г. Иванов. - М.: ИД ФОРУМ: ИНФРА-М, 2020 - 152 с. (Профессиональное образование). ISBN 978-5-8199-0580-7. - Режим доступа: https://znanium.com/read?id=356130

5. Поведение потребителей: учебник / под общ. ред. О. Н. Романенковой. —Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2020. — 320 с. - ISBN 978-5-9558-0404-0. - Режим доступа: https://znanium.com/read?id=356056

6. Маркетинговые исследования : учебник для среднего профессионального образования / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 307 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16625-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/531393

7. Тюрин, Д. В. Маркетинговые исследования : учебник для среднего профессионального образования / Д. В. Тюрин. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 342 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-4561-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/507803

8. Коротков, А. В. Маркетинговые исследования : учебное пособие для среднего профессионального образования / А. В. Коротков. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 224 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9651-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/513759

9. Карасев, А. П. Маркетинговые исследования : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. П. Карасев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 315 с. —

(Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-05957-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/511785

Дополнительные источники

1. Завьялов П.С. Маркетинг в схемах,рисунках,таблицах : Учеб.пособие/ П.С.Завьялов. -М.: ИНФРАЛукина А.В. Маркетинг/ А.В.Лукина. -5-е изд.,испр.и доп.. -М.: ФО-РУМ, 2008. -240с. -("Профессиональное образование")

2. Маркетинг : учебник,практикум и учебно-метод.комплекс по марке-тингу/ Р.Б.Ноздрева,Г.Д.Крылова и др.. -М.: Юристъ, 2002. -568с.

Маркетинг : Учебный компьютерный курс. -Второе издание. -Саратов: Диполь, 2007. -СД. -(Вузовская серия)

3. Маркетинг и управление брендом :Пер.с англ.. -М: Альпина Бизнес Букс, 2007. -174 с : ил. -(Серия "Дайджест McKinsey")

4. Наумов, В. Н. Поведение потребителей: учебник / В.Н. Наумов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: ИНФРА-М, 2020. — 345 с. + Доп. Материалы — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/1014653. - ISBN 978-5-16-015021-5.

5. Блюм М.А. Маркетинг рекламы : учеб.пособие для СПО/ М.А.Блюм, Б.И.Герасимов, Н.В.Молоткова. -М.: ФОРУМ, 2018. -144 с-М, 2008. -496с.. -("Высшее образование")

6. Федеральный закон «О рекламе» №38 ФЗ.- М.: ИНФРА-М, 2006.

7. Журнал "Практика Рекламы"

8. Журнал "Рекламные идеи"

9. Журнал "Мир этикетки"

10. Журнал "Лаборатория рекламы"

11. Журнал «Со-Общение»

12. Журнал «Маркетинг и маркетинговые исследования»

13. Журнал “Маркетинг Менеджмент”

14. Журнал «Маркетинг в России и за рубежом»

15. Журнал о маркетинге «Маркетинг Pro»

4.3. Общие требования к организации учебной практики

Организация практики на всех этапах должна обеспечивать:

– выполнение требований ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама;

– непрерывность, комплексность, последовательность овладения студентами профессиональной деятельностью в соответствии с программой практики, предусматривающей логическую взаимосвязь и сочетание теоретического и практического обучения, преемственность всех этапов практики.

Содержание всех этапов учебной практики определяется программой практики, обеспечивающей дидактически обоснованную последовательность процесса овладения студентами системой профессиональных умений и навыков, целостной профессиональной деятельностью и первоначальным профессиональным опытом в соответствии с требованиями ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама.

Для проведения учебной практики каждый обучающийся должен быть обеспечен заданиями для выполнения практических работ, бланками первичных документов для заполнения

Документы для проведения практики:

1. Положение о практике студентов
2. Рабочая программа учебной практики по специальности 42.02.01 Реклама, разрабатываемая образовательным учреждением и утверждаемая его руководителем.
3. Календарно-тематический план занятий практики.
4. Журнал практики.
5. Годовой (семестровый) план проведения учебной практики.
6. Приказ образовательного учреждения о назначении руководителей практики.
7. Расписание проведения практики.
8. График защиты отчетов
9. Отчеты студентов о прохождении практики.
10. Дневники студентов о прохождении практики.
11. Зачетные ведомости по аттестации студентов по итогам практики.
12. Аттестационные листы по практике

На практике использованы следующие организационные формы обучения:

– выполнение сквозного задания с итоговым анализом приобретенных практических навыков;

– практические занятия по решению производственных ситуаций по формированию практических умений;

– выполнение индивидуальных заданий;

– индивидуальные и групповые консультации

4.4. Кадровое обеспечение учебной практики

Руководство учебной практикой осуществляется педагогическим составом. Требования - высшее профессиональное образование, соответствующее профилю специальности 42.02.01 Реклама.

4.5. Форма отчетности обучающегося по учебной практике

Формой отчетности обучающегося по учебной практике является **отчет** о выполнении работ и приложений к отчету, свидетельствующих о закреплении знаний, умений, приобретении практического опыта, формировании общих и профессиональных компетенций, освоении профессионального модуля, **дневник** о прохождении практики.

Студент в один из последних дней практики защищает отчет по практике. По результатам защиты обучающимися отчетов, выставляется дифференцированный зачет по практике.

Отчет о выполнении работ включает в себя следующие разделы:

титульный лист;

содержание;

практическая часть;

приложения.

Практическая часть отчета по практике включает главы и параграфы в соответствии с логической структурой изложения выполненных заданий по разделам курса.

Работа над отчетом по практике должна позволить руководителю оценить уровень развития общих и профессиональных компетенций обучающегося в рамках

освоения профессионального модуля и установленных ФГОС СПО по конкретной специальности, или рабочей программой профессионального модуля.

Приложения могут состоять из дополнительных справочных материалов, имеющих вспомогательное значение, например: копий документов, выдержек из отчетных материалов, статистических данных, схем, таблиц, диаграмм, программ, положений и т.п.

5 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Контроль и оценка результатов прохождения практики осуществляется руководителем практики в процессе выполнения обучающимися индивидуальных производственных заданий, а также оформления отчетов в соответствии с программой практики, дневника по прохождению практики.

Сдача отчетной документации на проверку руководителю практики, получение оценки работы; сдача дифференцированного зачета по практике.

Дифференцированный зачет проводится в форме защиты отчета по учебной практике. Итоговая оценка определяется по шкале.

Шкала оценки образовательных достижений

Количество баллов	Оценка уровня подготовки	
	Балл (отметка)	Вербальный аналог
100-85	5	отлично
85 –70	4	хорошо
70 - 50	3	удовлетворительно
Менее 50	2	неудовлетворительно

Количество баллов определяется на основании следующих критериев по видам работ учебной практики.

Виды работ	Шкала оценки (максимальный балл)
Осуществлять поиск рекламных идей.	10
Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.	15
Проведение первичного анализа рынка	25
Разработка брифа.	50

Итого:	100

Приложение 1

Автономная некоммерческая организация профессиональная образовательная организация «Московский колледж деловой карьеры» (АНО ПОО «МКДК»)

ОТЧЕТ

о результатах прохождения производственной практики

Профессиональный модуль ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта

студента __ курса _____ формы обучения

по специальности 42.02.01. Реклама

_____

(фамилия, имя, отчество обучающегося)

Москва 2024

ДНЕВНИК
по итогам прохождения
учебной практики

Группа_____курс_____

Специальность_____
(код специальности, наименование специальности)

Вид практики по профессиональному модулю _____
_____
_____
_____
_____

Ф.И.О. обучающегося_____
_____
_____

Наименование предприятия_____
_____

Срок практики с «_____»_____20____г.
по «_____»_____20____г.

Дата	Краткое содержание выполненной работы	Подпись руководителя

Приложение 2

Автономная некоммерческая организация профессиональная образовательная организация «Московский колледж деловой карьеры» (АНО ПОО «МКДК»)

Индивидуальное задание
для обучающегося, выполняемое в период практики
Учебная практика/Производственная практика
Профессиональный модуль ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта

(содержание и планируемые результаты)

студента ___ курса _____ формы обучения
по специальности 42.02.01. Реклама
_____
(фамилия, имя, отчество обучающегося)
_____
_____
_____
_____

Планируемые результаты: _____
_____
_____

Руководитель практики от Колледжа
_____ /_____/
(подпись)
«___» _____ 20__ г.

Согласовано:
руководитель практики от профильной организации
_____ /_____/
(подпись)

Приложение 3

Рабочий график (план) проведения практики

№ п/п	Содержание практики: виды работ и индивидуальных заданий	Сроки выполнения работ и заданий	Отметка о выполнении
1.	Ознакомление с требованиями охраны труда. Ознакомление с требованиями пожарной безопасности. Ознакомление с требованиями техники безопасности. Ознакомление с правилами внутреннего трудового распорядка организации.	с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г.	
2.		с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г.	
3.		с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г.	
		с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г.	
		с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г.	
n	Систематизация материала и подготовка к зачету	с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г.	
	Итого:	**36 часов**	

Руководитель практики от Колледжа
_____ /_____/
(подпись)
Руководитель практики от профильной организации
_____ /_____/
(подпись)

Обучающийся _____ /_____/
(подпись)

«___» _____ 20__ г.

Приложение 4

Отзыв руководителя практики от профильной организации

о работе студента ___ курса _____ формы обучения, по специальности 42.02.01. Реклама
Профессиональный модуль ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта

_____
(фамилия, имя, отчество обучающегося)

_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____

Инструктаж с обучающимся по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка проведен.

Руководитель практики от профильной организации
_____ /_____/
(подпись)

«___» _____ 20__ г.

М.п.

Зачет по практике принят с **оценкой** _____

Руководитель практики от Колледжа
_____ /_____/
(подпись)
«___» _____ 20__ г.

Приложение 5.

АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ ПО УЧЕБНОЙ ПРАКТИКЕ (примерный)

Профессиональный модуль ПМ.01. <u>Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта</u>

_____ ФИО студента № группы

форма обучения_____

Специальность 42.02.01. Реклама

Место проведения практики (организация)

_____

Время проведения практики_____

Критерии и показатели работы, выполненной студентом во время практики:

Виды работ	Коды проверяемых результатов	Объем работ (час)	Шкала оценки (балл)	Фактическое количество баллов
Осуществлять поиск рекламных идей.	ОК 1,2,4,5,6,7,8, 9 ПК1.1	4	10	
Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.	ОК 1,2,4,5,6,7,8, 9 ПК1.2	5	15	
Проведение первичного анализа рынка	ОК 1,2,4,5,6,7,8, 9 ПК1.3	9	25	
Разработка брифа.	ОК 1,2,4,5,6,7,8, 9 ПК1.4	18	50	
Итого:		36	100	

Место печати

Подпись директора Организации_____/_____/

Подпись ответственного лица от организации __ /_____/

Приложение 4.2 к ПОП по специальности 42.02.01 Реклама

Автономная некоммерческая организация профессиональная образовательная организация «Московский колледж деловой карьеры»

(АНО ПОО «МКДК»)

УТВЕРЖДАЮ
Директор АНО ПОО
«Московский колледж деловой карьеры»
/ Неврова Л.В./
26.08.2024г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

ПО ПРОФИЛЮ СПЕЦИАЛЬНОСТИ ПП.01

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ МОДУЛЬ

ПМ.01 «ПРОВЕДЕНИЕ ИССЛЕДОВАНИЙ ДЛЯ СОЗДАНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА»

по специальности

42.02.01 Реклама

Квалификация Специалист по рекламе

сроки освоения программы -
По очной форме обучения:
на базе основного общего образования 2 года 10 месяцев.

Москва 2024

Рабочая программа производственной практики разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования по специальности 42.02.01. Реклама (приказ Минпросвещения РФ от 21.07.2023 № 552 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.02 «Реклама»).

Организация разработчик:	АНО ПОО «Московский колледж деловой карьеры» (АНО ПОО МКДК)

Рабочая программа производственной практики ПП.01 «Производственная практика по профилю специальности» рассмотрена и одобрена на заседании предметной (цикловой) комиссии по специальности 42.02.01 Реклама.
Протокол № 01 от 26.08.2024 г.

1 ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ПО ПРОФИЛЮ СПЕЦИАЛЬНОСТИ

1.1. Область применения программы

Рабочая программа производственной практики является составной частью профессионального модуля ПМ. 01. Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта программы подготовки специалистов среднего звена (ППССЗ) по специальности 42.02.01 Реклама.

Рабочая программа производственной практики разрабатывалась в соответствии с:

1. ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама;
2. ППССЗ по специальности 42.02.01 Реклама;
3. Учебным планом АНО ПОО «МКДК» по специальности 42.02.01 Реклама;
4. Рабочей программой профессионального модуля.

При прохождении практики обучающийся(аяся) должен(а) освоить соответствующие общие и профессиональные компетенции:

Код ОК	**Формулировка компетенции**	**Умения, Знания**
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	**Умения:**
		распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте
		анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части
		определять этапы решения задачи
		выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы
		составлять план действия
		определять необходимые ресурсы
		владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах
		реализовывать составленный план
		оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)

		Знания:
		актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить
		основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте
		алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях
		методы работы в профессиональной и смежных сферах
		структуру плана для решения задач
		порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	**Умения:**
		определять задачи для поиска информации
		определять необходимые источники информации
		планировать процесс поиска
		структурировать получаемую информацию
		выделять наиболее значимое в перечне информации
		оценивать практическую значимость результатов поиска
		оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач
		использовать современное программное обеспечение
		использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач
		Знания:
		номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности
		приемы структурирования информации

		формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации
		порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	**Умения:**
		определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности
		применять современную научную профессиональную терминологию
		определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования
		выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи
		презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план
		рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования
		определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности
		презентовать бизнес-идею
		определять источники финансирования
		Знания:
		содержание актуальной нормативно-правовой документации
		современная научная и профессиональная терминология
		возможные траектории профессионального развития и самообразования
		основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности
		правила разработки бизнес-планов
		порядок выстраивания презентации

		кредитные банковские продукты
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	**Умения:**
		организовывать работу коллектива и команды
		взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности
		Знания:
		психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности
		основы проектной деятельности
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	**Умения:**
		грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе
		Знания:
		особенности социального и культурного контекста;
		правила оформления документов и построения устных сообщений
ОК 07	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях	**Умения:**
		соблюдать нормы экологической безопасности;
		определять направления ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности по специальности, осуществлять работу с соблюдением принципов бережливого производства
		организовывать профессиональную деятельность с учетом знаний об изменении климатических условий региона
		Знания:
		правила экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности
		основные ресурсы, задействованные в профессиональной деятельности

		пути обеспечения ресурсосбережения	
		принципы бережливого производства	
		основные направления изменения климатических условий региона	
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	**Умения:**	
		понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы	
		участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы	
		строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности	
		кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые)	
		писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы	
		Знания:	
		правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы	
		основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика)	
		лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности	
		особенности произношения	
		правила чтения текстов профессиональной направленности	
Код ПК	**Уметь**	**Знать**	**Владеть навыками**
ПК 1.1.	Умения: - производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей;	- способов анализа рынка, целевой аудитории и конкурентной среды; - аудиторию различных средств рекламы;	- выявления основных и второстепенных конкурентов; - проведения качественных аналитических исследований

	- анализировать каналы коммуникации в соответствии характеристикам аудитории; - доводить информацию заказчика до целевой аудитории; - использовать приемы привлечения аудитории при проведении исследований; - использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении исследований; - уметь завоевывать доверие и внимание аудитории при проведении исследований, привлекать и мотивировать ее участие в исследовании.	- формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда; - технологии воздействия на аудиторию при проведении маркетингового исследования.	конкурентной среды.
ПК 1.2.	- производить качественные аналитические исследования рынка.	- методов и технологии изучения рынка, его потенциала и тенденций развития.	- проведения анализа рынка; - проведения качественных аналитических исследований рынка; - применения инструментов комплекса маркетинга для проведения маркетинговых исследований объекта рекламирования.

ПК 1.3.	- производить качественные аналитические исследования конкурентной среды; - уметь организовывать и уверенно проводить маркетинговые исследования, определять их задачи.	- отраслевую терминологию; - методики и инструменты для проведения маркетингового исследования; - структуру и алгоритм проведения исследований и требования к ним; - основ маркетинга.	- выявления основных и второстепенных конкурентов; - проведения качественных аналитических исследований конкурентной среды.
ПК 1.4.	-преобразовывать требования заказчика в бриф	- принципов выбора каналов коммуникации Виды и инструменты маркетинговых коммуникаций - важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий - важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей	- определения целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий -Планирования системы маркетинговых коммуникаций - Разработки стратегии маркетинговых коммуникаций

1.3 Количество часов на освоение программы производственной практики:

всего – 36 часов.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Тематический план производственной практики профессионального модуля

Виды работ

- анализ состава рынка.
- проведение сегментирования на рынке.
- разработка плана проведения исследований потребителей.
- разработка средств продвижения рекламы в средствах массовой информации и обоснование этих решений.
- подготовка плана проведения рекламной кампании.

4.УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

4.1 Требования к минимальному материально-техническому обеспечению.

Реализация программы ПМ требует наличия учебных кабинетов - компьютерный класс, кабинет композиции и макетирования; компьютерной графики и видеомонтажа; фотолаборатория.

Оборудование учебного кабинета:

-посадочные места по количеству обучающихся

- рабочее место преподавателя

- специализированная мебель

Технические средства обучения:

- компьютер для оснащения рабочего места преподавателя

- проектор

- экран

-компьютер

-доступ к сети Интернет

- программное обеспечение общего и профессионального назначения

- комплект учебно-методической документации.

4.2. Перечень учебных изданий, Интернет ресурсов, основной и дополнительной литературы.

Основные источники:

1. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг: учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 475 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14309-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/512271

2. Фролов, Ю. В. Стратегический менеджмент. Формирование стратегии и проектирование бизнес-процессов: учебное пособие для вузов / Ю. В. Фролов, Р. В. Серышев; под редакцией Ю. В. Фролова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 154 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09015-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/513928

3. Стратегический маркетинг: учебник и практикум для вузов / Н. А. Пашкус [и др.]. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 225 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00742-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/512109.

Дополнительные источники

1. Борисова Е.Г. Алгоритмы воздействия. – М.: Международный институт рекламы, ЛО «Московия», 2018. – 140 с.

2. Антипов К.В. Основы рекламы, учебник – М., Дашков и Ко, 2019 год

Нормативные документы

1. Конституция Российской Федерации;
2. Федеральный закон от 13 марта 2006 г. N 38-ФЗ "О рекламе" (с изменениями и дополнениями);
3. Гражданский кодекс Российской Федерации (ГК РФ) (часть четвертая) (с изменениями и дополнениями)

4. Закон РФ от 27 декабря 1991 г. N 2124-I "О средствах массовой информации" (с изменениями и дополнениями)

Периодические издания:

Газеты: Рекламный мир; Рекламист, Ведомости, Российская газета, Guardian.

Журналы: Как; Креатив. Creativity; Рекламные идеи – Yes!; Индустрия рекламы; Рекламные технологии; Альманах Лаборатория рекламы и маркетинга и Public Relations; Сувенирка; Коммерсант; Профиль; Эксперт; Наружка; BTL-magazine; Психология, журнал «Communication Arts», еженедельник «Adweek» и другие.

4.3. Общие требования к организации производственной практики

Организация практики на всех этапах должна обеспечивать:

– выполнение требований ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама;

– непрерывность, комплексность, последовательность овладения студентами профессиональной деятельностью в соответствии с программой практики, предусматривающей логическую взаимосвязь и сочетание теоретического и практического обучения, преемственность всех этапов практики.

Содержание всех этапов производственной практики определяется программой практики, обеспечивающей дидактически обоснованную последовательность процесса овладения студентами системой профессиональных умений и навыков, целостной профессиональной деятельностью и первоначальным профессиональным опытом в соответствии с требованиями ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама.

Для проведения производственной практики каждый обучающийся должен быть обеспечен заданиями для выполнения практических работ, бланками первичных документов для заполнения

Документы для проведения практики:

1. Положение о практике студентов

2. Рабочая программа производственной практики по специальности 42.02.01 Реклама, разрабатываемая образовательным учреждением и утверждаемая его руководителем.

3. Календарно-тематический план занятий практики.

4. Журнал практики.

5. Годовой (семестровый) план проведения производственной практики.

6. Приказ образовательного учреждения о назначении руководителей практики.

7. Расписание проведения практики.

8. График защиты отчетов

9. Отчеты студентов о прохождении практики.

10. Дневники студентов о прохождении практики.

11. Зачетные ведомости по аттестации студентов по итогам практики.

12. Аттестационные листы по практике

На практике использованы следующие организационные формы обучения:

– выполнение сквозного задания с итоговым анализом приобретенных практических навыков;

– практические занятия по решению производственных ситуаций по формированию практических умений;

– выполнение индивидуальных заданий;

– индивидуальные и групповые консультации

4.4. Кадровое обеспечение учебной практики

Руководство производственной практикой осуществляется педагогическим составом. Требования - высшее образование, соответствующее профилю специальности 42.02.01 Реклама.

4.5. Форма отчетности обучающегося по производственной практике

Формой отчетности обучающегося по производственной практике является **отчет** о выполнении работ и приложений к отчету, свидетельствующих о закреплении знаний, умений, приобретении практического опыта, формировании общих и профессиональных компетенций, освоении профессионального модуля, **дневник** о прохождении практики.

Студент в один из последних дней практики защищает отчет по практике. По результатам защиты обучающимися отчетов, выставляется дифференцированный зачет по практике.

Отчет о выполнении работ включает в себя следующие разделы:

титульный лист;

содержание;

практическая часть;

приложения.

Практическая часть отчета по практике включает главы и параграфы в соответствии с логической структурой изложения выполненных заданий по разделам курса.

Работа над отчетом по практике должна позволить руководителю оценить уровень развития общих и профессиональных компетенций обучающегося в рамках освоения профессионального модуля и установленных ФГОС СПО по конкретной специальности, или рабочей программой профессионального модуля.

Приложения могут состоять из дополнительных справочных материалов, имеющих вспомогательное значение, например: копий документов, выдержек из отчетных материалов, статистических данных, схем, таблиц, диаграмм, программ, положений и т.п.

КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Контроль и оценка результатов прохождения практики осуществляется руководителем практики в процессе выполнения обучающимися индивидуальных производственных заданий, а также оформления отчетов в соответствии с программой практики, дневника по прохождению практики.

Сдача отчетной документации на проверку руководителю практики, получение оценки работы; сдача дифференцированного зачета по практике.

Дифференцированный зачет проводится в форме защиты отчета по учебной практике. Итоговая оценка определяется по шкале.

Шкала оценки образовательных достижений

Количество баллов	Оценка уровня подготовки	
	Балл (отметка)	Вербальный аналог
100-85	5	отлично
85 –70	4	хорошо

70 - 50	3	удовлетворительно
Менее 50	2	неудовлетворительно

Количество баллов определяется на основании следующих критериев по видам работ производственной практики.

Виды работ	Шкала оценки (максимальный балл)
1. анализ состава рынка. 2. проведение сегментирования на рынке..	50
3. разработка плана проведения исследований потребителей. 4. разработка средств продвижения рекламы в средствах массовой информации и обоснование этих решений.	25
5. подготовка плана проведения рекламной кампании	25
Итого:	100

Приложение 1

Автономная некоммерческая организация профессиональная образовательная организация «Московский колледж деловой карьеры» (АНО ПОО «МКДК»)

ОТЧЕТ

о результатах прохождения производственной практики

Профессиональный модуль ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта

студента __ курса _____ формы обучения

по специальности **42.02.01. Реклама**

_____

(фамилия, имя, отчество обучающегося)

Москва 2024

ДНЕВНИК

по итогам прохождения
производственной практики

Группа_____курс_____

Специальность_____
(код специальности, наименование специальности)

Вид практики по профессиональному модулю _____
_____
_____
_____
_____

Ф.И.О. обучающегося_____
_____
_____

Наименование предприятия_____
_____

Срок практики с «_____»_____20____г.
по «_____»_____20____г.

Дата	Краткое содержание выполненной работы	Подпись руководителя

Приложение 2

Автономная некоммерческая организация профессиональная образовательная организация «Московский колледж деловой карьеры» (АНО ПОО «МКДК»)

Индивидуальное задание
для обучающегося, выполняемое в период практики
Учебная практика/Производственная практика
Профессиональный модуль ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта

(содержание и планируемые результаты)

студента ___ курса _____ формы обучения
по специальности **42.02.01. Реклама**

_____
(фамилия, имя, отчество обучающегося)
_____
_____
_____
_____

Планируемые результаты: _____
_____
_____

Руководитель практики от Колледжа
_____ /_____/
(подпись)
«___» _____ 20__ г.

Согласовано:
руководитель практики от профильной организации
_____ /_____/
(подпись)

Приложение 3

Рабочий график (план) проведения практики

№ п/п	Содержание практики: виды работ и индивидуальных заданий	Сроки выполнения работ и заданий	Отметка о выполнении
1	Ознакомление с требованиями охраны труда. Ознакомление с требованиями пожарной безопасности. Ознакомление с требованиями техники безопасности. Ознакомление с правилами внутреннего трудового распорядка организации.	с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г.	
2		с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г.	
3		с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г.	
		с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г.	
		с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г.	
n	Систематизация материала и подготовка к зачету	с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г.	
	Итого:	**36 часа**	

Руководитель практики от Колледжа
_____ /_____/
(подпись)
Руководитель практики от профильной организации
_____ /_____/
(подпись)

Обучающийся _____ /_____/
(подпись)

«___» _____ 20__ г.

Приложение 4

Отзыв руководителя практики от профильной организации

о работе студента ___ курса _____ формы обучения, по специальности
42.02.01. Реклама
Профессиональный модуль ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта

_____
(фамилия, имя, отчество обучающегося)
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____

Инструктаж с обучающимся по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка проведен.

Руководитель практики от профильной организации
_____ /_____/
(подпись)

«___» _____ 20__ г.

М.п.

Зачет по практике принят с **оценкой** _____

Руководитель практики от Колледжа
_____ /_____/
(подпись)
«___» _____ 20__ г.

Приложение 5.

АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ
(примерный)

Профессиональный модуль ПМ.01. Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта

_____ ФИО студента № группы
форма обучения_____

Специальность 42.02.01. Реклама

Место проведения практики (организация)
_____

Время проведения практики_____

Критерии и показатели работы, выполненной студентом во время практики:

Виды работ	Коды проверяемых результатов	Объем работ (час)	Шкала оценки (балл)	Фактическое количество баллов
1. анализ состава рынка. 2. проведение сегментирования на рынке..	ОК 1,2,4,5,7,8,9 ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.3, ПК 1.4	18	50	
3. разработка плана проведения исследований потребителей. 4. разработка средств продвижения рекламы в средствах массовой информации и обоснование этих решений.	ОК 1,2,4,5,7,8,9 ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.3, ПК 1.4	9	25	
5. подготовка плана проведения рекламной кампании	ОК 1,2,4,5,7,8,9 ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.3, ПК 1.4	9	25	
Итого:		36	100	

Место печати

Подпись директора Организации_____/_____/
Подпись ответственного лица от организации __ /_____/

Приложение 4.3 к ПОП по специальности
42.02.01 Реклама

Автономная некоммерческая организация профессиональная образовательная организация «Московский колледж деловой карьеры»

(АНО ПОО «МКДК»)

УТВЕРЖДАЮ
Директор АНО ПОО
«Московский колледж деловой карьеры»
/ Неврова Л.В./
26.08.2024г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ УП.02

ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ

ПМ.02 «РАЗРАБОТКА И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО И ТАКТИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ РЕКЛАМНЫХ И КОММУНИКАЦИОННЫХ КАМПАНИЙ, АКЦИЙ И МЕРОПРИЯТИЙ»

по специальности

42.02.01 Реклама

Квалификация Специалист по рекламе

сроки освоения программы -
По очной форме обучения:
на базе основного общего образования 2 года 10 месяцев.

Москва 2024

Рабочая программа учебной практики разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования по специальности 42.02.01. Реклама (приказ Минпросвещения РФ от 21.07.2023 № 552 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.02 «Реклама»).

Организация разработчик:	АНО ПОО «Московский колледж деловой карьеры» (АНО ПОО МКДК)

Рабочая программа учебной практики УП.02 «Учебная практика» рассмотрена и одобрена на заседании предметной (цикловой) комиссии по специальности 42.02.01 Реклама.
Протокол № 01 от 26.08.2024 г.

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

1.1. Область применения программы

Рабочая программа учебной практики является составной частью профессионального модуля ПМ. 02. Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий программы подготовки специалистов среднего звена (ППССЗ) по специальности 42.02.01 Реклама.

Рабочая программа учебной практики разрабатывалась в соответствии с:

1. ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама;
2. ППССЗ по специальности 42.02.01 Реклама;
3. Учебным планом АНО ПОО «МКДК» по специальности 42.02.01 Реклама;
4. Рабочей программой профессионального модуля.

При прохождении практики обучающийся(аяся) должен(а) освоить соответствующие общие и профессиональные компетенции:

Код ОК	Формулировка компетенции	Знания, умения
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	**Умения:**
		распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте
		анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части
		определять этапы решения задачи
		выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы
		составлять план действия
		определять необходимые ресурсы
		владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах
		реализовывать составленный план
		оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)
		Знания:
		актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить
		основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в

		профессиональном и/или социальном контексте
		алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях
		методы работы в профессиональной и смежных сферах
		структуру плана для решения задач
		порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	**Умения:**
		определять задачи для поиска информации
		определять необходимые источники информации
		планировать процесс поиска
		структурировать получаемую информацию
		выделять наиболее значимое в перечне информации
		оценивать практическую значимость результатов поиска
		оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач
		использовать современное программное обеспечение
		использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач
		Знания:
		номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности
		приемы структурирования информации
		формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации
		порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать	**Умения:**
		определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности
		применять современную научную профессиональную терминологию
		определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования

	знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи
		презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план
		рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования
		определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности
		презентовать бизнес-идею
		определять источники финансирования
		Знания:
		содержание актуальной нормативно-правовой документации
		современная научная и профессиональная терминология
		возможные траектории профессионального развития и самообразования
		основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности
		правила разработки бизнес-планов
		порядок выстраивания презентации
		кредитные банковские продукты
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	**Умения:**
		организовывать работу коллектива и команды
		взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности
		Знания:
		психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности
		основы проектной деятельности
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	**Умения:**
		грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе
		Знания:
		особенности социального и культурного контекста;
		правила оформления документов и построения устных сообщений
ОК 07	Содействовать сохранению	**Умения:**
		соблюдать нормы экологической безопасности;

	окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях	определять направления ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности по специальности, осуществлять работу с соблюдением принципов бережливого производства	
		организовывать профессиональную деятельность с учетом знаний об изменении климатических условий региона	
		Знания:	
		правила экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности	
		основные ресурсы, задействованные в профессиональной деятельности	
		пути обеспечения ресурсосбережения	
		принципы бережливого производства	
		основные направления изменения климатических условий региона	
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	**Умения:**	
		понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы	
		участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы	
		строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности	
		кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые)	
		писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы	
		Знания:	
		правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы	
		основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика)	
		лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности	
		особенности произношения	
		правила чтения текстов профессиональной направленности	
Код ПК	**Уметь**	**Знать**	**Владеть навыками**
ПК 2.1.	-определять ключевые цели рекламной кампании	-методики рекламного планирования	планирования системы маркетинговых коммуникаций

	-формулировать задачи рекламной кампании исходя из целей РК -осуществлять выбор форм, каналов и методов рекламного продвижения -определять конкретные носители рекламы и их оптимальное сочетание -определять и варьировать способы и каналы продвижения изделия, услуги, торговой марки -определять бюджет РК исходя из поставленных целей и задач -определять и варьировать комбинацию основных каналов информирования ЦА (целевой аудитории) -определять эффективность хода РК и осуществлять его коррекцию для достижения максимальной эффективности -учитывать мнение заказчика при планировании РК -использовать современные приемы и технологии проведения и управления системой маркетинговых коммуникаций.	-инструментов рекламного планирования -систему маркетинговых коммуникаций -виды и инструменты маркетинговых коммуникаций -принципы выбора каналов коммуникации -аудиторию различных средств рекламы -отраслевую терминологию -формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда -технологии воздействия на аудиторию в системе маркетинговых коммуникаций -принципы стратегического и оперативного планирования РК -виды запросов пользователей в поисковых системах интернета -особенности размещения контекстно-медийных объявлений в интернете -принципы функционирования современных социальных медиа -виды и инструменты маркетинговых коммуникаций	

		-важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании -важность учета пожеланий заказчика при разработке системы маркетинговых коммуникаций и определении рекламных носителей.	
ПК 2.2.	-составлять полнофункциональные брифы на РК с учетом результатов анализа рынка и конкурентной среды -разрабатывать стратегию маркетинговых коммуникаций продвижения на рынке торговой марки, товаров, услуг -создавать план РК с учетом поставленных целей и задач -осуществлять медиапланирование -определять и обеспечивать максимальные KPI в пределах рекламного бюджета -эффективно настраивать рекламную кампанию для достижения максимальных KPI -осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний -преобразовывать требования заказчика в бриф	-важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий и рекламных носителей -логику и структуру плана рекламной кампании -логику и структуру медиаплана структуру брифа и требования к нему -важность определения оригинальной идеи для рекламной кампании	-разработки стратегии маркетинговых коммуникаций

	-доводить информацию заказчика до ЦА -использовать методы и способы привлечения пользователей к рекламной кампании -уметь организовывать и уверенно проводить рекламные мероприятия -использовать приемы привлечения внимания к рекламным мероприятиям -использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении рекламных мероприятий.		

1.2. Цели и задачи практики – требования к результатам прохождения практики

Задачи прохождения учебной практики по профессиональному модулю: закрепление и углубление знаний, полученных обучающимися в процессе теоретического обучения, приобретение ими необходимых умений практической работы по избранной специальности, овладение навыками профессиональной деятельности, приобретение практического опыта.

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен:

иметь практический опыт:

- выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта;

- построения модели (макета, сценария) объекта с учетом выбранной технологии;

- подготовки к производству рекламного продукта;

- производства рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков;

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.

Форма контроля: дифференцированный зачет (в качестве составной части за квалификационный экзамен по модулю).

1.3 Количество часов на освоение программы учебной практики:

всего – 36 часов.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Тематический план учебной практики профессионального модуля

Виды работ

1. Анализ случаев и сценариев: изучение реальных бизнес-случаев, разбор успешных и неудачных кампаний, создание собственных сценариев и стратегий.
2. Разработка рекламных концепций: планирование и создание прототипов рекламных материалов, выбор каналов распространения, определение целевой аудитории.
3. Проведение маркетинговых исследований: планирование и проведение опросов, анализ потребительского поведения, интерпретация полученных данных.
4. Работа с медиа: планирование медиа-стратегий, работа с различными типами медиа, включая онлайн и офлайн каналы.
5. Практические упражнения по коммуникациям: разработка и презентация речей, участие в дебатах, тренировка навыков общения и убеждения.
6. Создание портфолио: компиляция и представление портфолио работ, включая рекламные материалы, проекты и отчеты.
7. Этика и законодательство в рекламе: изучение и анализ законов и этических норм, регулирующих рекламную деятельность.
8. Технологические навыки: освоение программ и инструментов для дизайна, аналитики и управления проектами.
9. Командная работа: участие в групповых проектах, разработка стратегий и тактик в команде, оценка эффективности командной работы.
10. Отчетность и отражение: подготовка отчетов о проделанной работе, рефлексия над полученным опытом, планирование дальнейшего развития.
11. Участие в семинарах и воркшопах: активное участие в дополнительных занятиях, мастер-классах от профессионалов отрасли, сетевых мероприятиях.

12. Подготовка к курсовому проекту: выбор темы, планирование исследования, поиск и анализ литературных источников.

4.УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

4.1 Требования к минимальному материально-техническому обеспечению.

Реализация программы ПМ требует наличия учебных кабинетов - компьютерный класс, кабинет композиции и макетирования; компьютерной графики и видеомонтажа; фотолаборатория.

Оборудование учебного кабинета:

-посадочные места по количеству обучающихся

- рабочее место преподавателя

- специализированная мебель

Технические средства обучения:

- компьютер для оснащения рабочего места преподавателя

- проектор

- экран

-компьютер

-доступ к сети Интернет

- программное обеспечение общего и профессионального назначения

- комплект учебно-методической документации.

4.2. Перечень учебных изданий, Интернет ресурсов, основной и дополнительной литературы.

Основные источники:

1. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг: учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 475 с. — (Высшее образование). —

ISBN 978-5-534-14309-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/512271

2. Фролов, Ю. В. Стратегический менеджмент. Формирование стратегии и проектирование бизнес-процессов: учебное пособие для вузов / Ю. В. Фролов, Р. В. Серышев; под редакцией Ю. В. Фролова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 154 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09015-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/513928

3. Стратегический маркетинг: учебник и практикум для вузов / Н. А. Пашкус [и др.]. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 225 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00742-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/512109.

Дополнительные источники

1. Борисова Е.Г. Алгоритмы воздействия. – М.: Международный институт рекламы, ЛО «Московия», 2018. – 140 с.

2. Антипов К.В. Основы рекламы, учебник – М., Дашков и Ко, 2019 год

Нормативные документы

1. Конституция Российской Федерации;

2. Федеральный закон от 13 марта 2006 г. N 38-ФЗ "О рекламе" (с изменениями и дополнениями);

3. Гражданский кодекс Российской Федерации (ГК РФ) (часть четвертая) (с изменениями и дополнениями)

4. Закон РФ от 27 декабря 1991 г. N 2124-I "О средствах массовой информации" (с изменениями и дополнениями)

Периодические издания:

Газеты: Рекламный мир; Рекламист, Ведомости, Российская газета, Guardian.

Журналы: Как; Креатив. Creativity; Рекламные идеи – Yes!; Индустрия рекламы; Рекламные технологии; Альманах Лаборатория рекламы и маркетинга и Public Relations; Сувенирка; Коммерсант; Профиль; Эксперт;

Наружка; BTL-magazine; Психология, журнал «Communication Arts», еженедельник «Adweek» и другие.

4.3. Общие требования к организации учебной практики

Организация практики на всех этапах должна обеспечивать:

– выполнение требований ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама;

– непрерывность, комплексность, последовательность овладения студентами профессиональной деятельностью в соответствии с программой практики, предусматривающей логическую взаимосвязь и сочетание теоретического и практического обучения, преемственность всех этапов практики.

Содержание всех этапов учебной практики определяется программой практики, обеспечивающей дидактически обоснованную последовательность процесса овладения студентами системой профессиональных умений и навыков, целостной профессиональной деятельностью и первоначальным профессиональным опытом в соответствии с требованиями ФГОС СПО по специальности 442.02.01 Реклама.

Для проведения учебной практики каждый обучающийся должен быть обеспечен заданиями для выполнения практических работ, бланками первичных документов для заполнения

Документы для проведения практики:

1. Положение о практике студентов
2. Рабочая программа учебной практики по специальности 42.02.01 Реклама, разрабатываемая образовательным учреждением и утверждаемая его руководителем.
3. Календарно-тематический план занятий практики.
4. Журнал практики.
5. Годовой (семестровый) план проведения учебной практики.
6. Приказ образовательного учреждения о назначении руководителей практики.
7. Расписание проведения практики.
8. График защиты отчетов
9. Отчеты студентов о прохождении практики.
10. Дневники студентов о прохождении практики.
11. Зачетные ведомости по аттестации студентов по итогам практики.

12. Аттестационные листы по практике

На практике использованы следующие организационные формы обучения:

– выполнение сквозного задания с итоговым анализом приобретенных практических навыков;

– практические занятия по решению производственных ситуаций по формированию практических умений;

– выполнение индивидуальных заданий;

– индивидуальные и групповые консультации

4.4. Кадровое обеспечение учебной практики

Руководство учебной практикой осуществляется педагогическим составом. Требования - высшее образование, соответствующее профилю специальности 42.02.01 Реклама.

4.5. Форма отчетности обучающегося по учебной практике

Формой отчетности обучающегося по учебной практике является **отчет** о выполнении работ и приложений к отчету, свидетельствующих о закреплении знаний, умений, приобретении практического опыта, формировании общих и профессиональных компетенций, освоении профессионального модуля, **дневник** о прохождении практики.

Студент в один из последних дней практики защищает отчет по практике. По результатам защиты обучающимися отчетов, выставляется дифференцированный зачет по практике.

Отчет о выполнении работ включает в себя следующие разделы:

титульный лист;

содержание;

практическая часть;

приложения.

Практическая часть отчета по практике включает главы и параграфы в соответствии с логической структурой изложения выполненных заданий по разделам курса.

Работа над отчетом по практике должна позволить руководителю оценить уровень развития общих и профессиональных компетенций обучающегося в рамках освоения профессионального модуля и установленных ФГОС СПО по конкретной специальности, или рабочей программой профессионального модуля.

Приложения могут состоять из дополнительных справочных материалов, имеющих вспомогательное значение, например: копий документов, выдержек из отчетных материалов, статистических данных, схем, таблиц, диаграмм, программ, положений и т.п.

КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Контроль и оценка результатов прохождения практики осуществляется руководителем практики в процессе выполнения обучающимися индивидуальных производственных заданий, а также оформления отчетов в соответствии с программой практики, дневника по прохождению практики.

Сдача отчетной документации на проверку руководителю практики, получение оценки работы; сдача дифференцированного зачета по практике.

Дифференцированный зачет проводится в форме защиты отчета по учебной практике. Итоговая оценка определяется по шкале.

Шкала оценки образовательных достижений

Количество баллов	Оценка уровня подготовки	
	Балл (отметка)	Вербальный аналог
100-85	5	отлично
85 –70	4	хорошо
70 - 50	3	удовлетворительно
Менее 50	2	неудовлетворительно

Количество баллов определяется на основании следующих критериев по видам работ учебной практики.

Виды работ	Шкала оценки (максимальный балл)
1. Анализ случаев и сценариев: изучение реальных бизнес-случаев, разбор успешных и неудачных кампаний, создание собственных сценариев и стратегий.	50

2. Разработка рекламных концепций: планирование и создание прототипов рекламных материалов, выбор каналов распространения, определение целевой аудитории. 3. Проведение маркетинговых исследований: планирование и проведение опросов, анализ потребительского поведения, интерпретация полученных данных.	
4. Работа с медиа: планирование медиа-стратегий, работа с различными типами медиа, включая онлайн и офлайн каналы. 5. Практические упражнения по коммуникациям: разработка и презентация речей, участие в дебатах, тренировка навыков общения и убеждения. 6. Создание портфолио: компиляция и представление портфолио работ, включая рекламные материалы, проекты и отчеты. 7. Этика и законодательство в рекламе: изучение и анализ законов и этических норм, регулирующих рекламную деятельность.	25
8. Технологические навыки: освоение программ и инструментов для дизайна, аналитики и управления проектами. 9. Командная работа: участие в групповых проектах, разработка стратегий и тактик в команде, оценка эффективности командной работы. 10. Отчетность и отражение: подготовка отчетов о проделанной работе, рефлексия над полученным опытом, планирование дальнейшего развития. 11. Участие в семинарах и воркшопах: активное участие в дополнительных занятиях, мастер-классах от профессионалов отрасли, сетевых мероприятиях. 12. Подготовка к курсовому проекту: выбор темы, планирование исследования, поиск и анализ литературных источников.	25
Итого:	100

Приложение 1

Автономная некоммерческая организация профессиональная образовательная организация «Московский колледж деловой карьеры» (АНО ПОО «МКДК»)

ОТЧЕТ

о результатах прохождения учебной практики

Профессиональный модуль ПМ.02 **Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий**

студента __ курса _____ формы обучения

по специальности **42.02.01. Реклама**

_____

(фамилия, имя, отчество обучающегося)

Москва 2024

ДНЕВНИК
по итогам прохождения
учебной практики

Группа_____курс_____

Специальность_____
(код специальности, наименование специальности)

Вид практики по профессиональному модулю _____
_____
_____
_____
_____

Ф.И.О. обучающегося_____
_____
_____

Наименование предприятия_____
_____

Срок практики с «_____»_____20____г.
по «_____»_____20____г.

Дата	Краткое содержание выполненной работы	Подпись руководителя

Приложение 2

Автономная некоммерческая организация профессиональная образовательная организация «Московский колледж деловой карьеры» (АНО ПОО «МКДК»)

Индивидуальное задание
для обучающегося, выполняемое в период практики
Учебная практика/Производственная практика
Профессиональный модуль ПМ.02 **Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий**
(содержание и планируемые результаты)

студента ___ курса _____ формы обучения
по специальности **42.02.01. Реклама**

_____
(фамилия, имя, отчество обучающегося)
_____
_____
_____
_____

Планируемые результаты: _____
_____
_____

Руководитель практики от Колледжа
_____ /_____/
(подпись)
«___» _____ 20__ г.

Согласовано:
руководитель практики от профильной организации
_____ /_____/
(подпись)

Приложение 3

Рабочий график (план) проведения практики

№ п/п	Содержание практики: виды работ и индивидуальных заданий	Сроки выполнения работ и заданий	Отметка о выполнении
4.	Ознакомление с требованиями охраны труда. Ознакомление с требованиями пожарной безопасности. Ознакомление с требованиями техники безопасности. Ознакомление с правилами внутреннего трудового распорядка организации.	с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г.	
5.		с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г.	
6.		с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г.	
		с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г.	
		с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г.	
n	Систематизация материала и подготовка к зачету	с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г.	
	Итого:	**36 часов**	

Руководитель практики от Колледжа
_____ /_____/
(подпись)
Руководитель практики от профильной организации
_____ /_____/
(подпись)

Обучающийся _____ /_____/
(подпись)

«___» _____ 20__ г.

Приложение 4

Отзыв руководителя практики от профильной организации

о работе студента ___ курса _____ формы обучения, по специальности
42.02.01. Реклама
Профессиональный модуль ПМ.02 **Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий**

_____
(фамилия, имя, отчество обучающегося)

_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____

Инструктаж с обучающимся по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка проведен.

Руководитель практики от профильной организации
_____ /_____/
(подпись)

«___» _____ 20__ г.

М.п.

Зачет по практике принят с **оценкой** _____

Руководитель практики от Колледжа
_____ /_____/
(подпись)
«___» _____ 20__ г.

Приложение 5.

АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ ПО УЧЕБНОЙ ПРАКТИКЕ (примерный)

Профессиональный модуль ПМ.02. Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий

_____ ФИО студента № группы

форма обучения_____

Специальность 42.02.01. Реклама

Место проведения практики (организация)

_____

Время проведения практики_____

Критерии и показатели работы, выполненной студентом во время практики:

Виды работ	Коды проверяемых результатов	Объем работ (час)	Шкала оценки (балл)	Фактическое количество баллов
1. Анализ случаев и сценариев: изучение реальных бизнес-случаев, разбор успешных и неудачных кампаний, создание собственных сценариев и стратегий. 2. Разработка рекламных концепций: планирование и создание прототипов рекламных материалов, выбор каналов распространения, определение целевой аудитории. 3. Проведение маркетинговых исследований: планирование и проведение опросов, анализ потребительского поведения, интерпретация полученных данных.	ОК 1,2,3,4,5,6,7,9 ПК 2.1, ПК 2.2	18	50	

4. Работа с медиа: планирование медиа-стратегий, работа с различными типами медиа, включая онлайн и офлайн каналы. 5. Практические упражнения по коммуникациям: разработка и презентация речей, участие в дебатах, тренировка навыков общения и убеждения. 6. Создание портфолио: компиляция и представление портфолио работ, включая рекламные материалы, проекты и отчеты. 7. Этика и законодательство в рекламе: изучение и анализ законов и этических норм, регулирующих рекламную деятельность.	ОК 1,2,3,4,5,6,7,9 ПК 2.1, ПК 2.2	9	25	
8. Технологические навыки: освоение программ и инструментов для дизайна, аналитики и управления проектами. 9. Командная работа: участие в групповых проектах, разработка стратегий и тактик в команде, оценка эффективности командной работы. 10. Отчетность и отражение: подготовка отчетов о проделанной работе, рефлексия над	ОК 1,2,3,4,5,6,7,9 ПК 2.1, ПК 2.2	9	25	

полученным опытом, планирование дальнейшего развития. 11. Участие в семинарах и воркшопах: активное участие в дополнительных занятиях, мастер-классах от профессионалов отрасли, сетевых мероприятиях. 12. Подготовка к курсовому проекту: выбор темы, планирование исследования, поиск и анализ литературных источников.				
Итого:		36	100	

Место печати

Подпись директора Организации_____/_____/
Подпись ответственного лица от организации __/_____/

Приложение 4.4 к ПОП по специальности
42.02.01 Реклама

Автономная некоммерческая организация профессиональная образовательная организация «Московский колледж деловой карьеры»

(АНО ПОО «МКДК»)

УТВЕРЖДАЮ
Директор АНО ПОО
«Московский колледж деловой
карьеры»
/ Неврова Л.В./
26.08.2024г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

ПО ПРОФИЛЮ СПЕЦИАЛЬНОСТИ ПП.02

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ МОДУЛЬ

ПМ.02 «РАЗРАБОТКА И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО И ТАКТИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ РЕКЛАМНЫХ И КОММУНИКАЦИОННЫХ КАМПАНИЙ, АКЦИЙ И МЕРОПРИЯТИЙ»

по специальности

42.02.01 Реклама

Квалификация Специалист по рекламе

сроки освоения программы -
По очной форме обучения:
на базе основного общего образования 2 года 10 месяцев.

Москва 2024

Рабочая программа производственной практики разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования по специальности 42.02.01. Реклама (приказ Минпросвещения РФ от 21.07.2023 № 552 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.02 «Реклама»).

Организация разработчик:	АНО ПОО «Московский колледж деловой карьеры» (АНО ПОО МКДК)

Рабочая программа производственной практики ПП.02 «Производственная практика по профилю специальности» рассмотрена и одобрена на заседании предметной (цикловой) комиссии по специальности 42.02.01 Реклама.
Протокол № 01 от 26.08.2024 г.

1 ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ПО ПРОФИЛЮ СПЕЦИАЛЬНОСТИ

1.1. Область применения программы

Рабочая программа производственной практики является составной частью профессионального модуля ПМ. 02. Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий программы подготовки специалистов среднего звена (ППССЗ) по специальности 42.02.01 Реклама.

Рабочая программа производственной практики разрабатывалась в соответствии с:

1. ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама;
2. ППССЗ по специальности 42.02.01 Реклама;
3. Учебным планом АНО ПОО «МКДК» по специальности 42.02.01 Реклама;
4. Рабочей программой профессионального модуля.

При прохождении практики обучающийся(аяся) должен(а) освоить соответствующие общие и профессиональные компетенции:

Код ОК	Формулировка компетенции	Знания, умения
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	**Умения:**
		распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте
		анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части
		определять этапы решения задачи
		выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы
		составлять план действия
		определять необходимые ресурсы
		владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах
		реализовывать составленный план
		оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)
		Знания:

		актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить
		основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте
		алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях
		методы работы в профессиональной и смежных сферах
		структуру плана для решения задач
		порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	**Умения:**
		определять задачи для поиска информации
		определять необходимые источники информации
		планировать процесс поиска
		структурировать получаемую информацию
		выделять наиболее значимое в перечне информации
		оценивать практическую значимость результатов поиска
		оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач
		использовать современное программное обеспечение
		использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач
		Знания:
		номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности
		приемы структурирования информации
		формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации
		порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное	**Умения:**
		определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности

	и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	применять современную научную профессиональную терминологию
		определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования
		выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи
		презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план
		рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования
		определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности
		презентовать бизнес-идею
		определять источники финансирования
		Знания:
		содержание актуальной нормативно-правовой документации
		современная научная и профессиональная терминология
		возможные траектории профессионального развития и самообразования
		основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности
		правила разработки бизнес-планов
		порядок выстраивания презентации
		кредитные банковские продукты
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	**Умения:**
		организовывать работу коллектива и команды
		взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности
		Знания:
		психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности
		основы проектной деятельности
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей	**Умения:**
		грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе
		Знания:

	социального и культурного контекста	особенности социального и культурного контекста;
		правила оформления документов и построения устных сообщений
ОК 07	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях	**Умения:**
		соблюдать нормы экологической безопасности;
		определять направления ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности по специальности, осуществлять работу с соблюдением принципов бережливого производства
		организовывать профессиональную деятельность с учетом знаний об изменении климатических условий региона
		Знания:
		правила экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности
		основные ресурсы, задействованные в профессиональной деятельности
		пути обеспечения ресурсосбережения
		принципы бережливого производства
		основные направления изменения климатических условий региона
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	**Умения:**
		понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы
		участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы
		строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности
		кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые)
		писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы
		Знания:
		правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы
		основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика)
		лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности
		особенности произношения

		правила чтения текстов профессиональной направленности	
Код ПК	**Уметь**	**Знать**	**Владеть навыками**
ПК 2.1.	-определять ключевые цели рекламной кампании -формулировать задачи рекламной кампании исходя из целей РК -осуществлять выбор форм, каналов и методов рекламного продвижения -определять конкретные носители рекламы и их оптимальное сочетание -определять и варьировать способы и каналы продвижения изделия, услуги, торговой марки -определять бюджет РК исходя из поставленных целей и задач -определять и варьировать комбинацию основных каналов информирования ЦА (целевой аудитории) -определять эффективность хода РК и осуществлять его коррекцию для достижения максимальной эффективности -учитывать мнение заказчика при планировании РК -использовать современные приемы и технологии проведения и управления системой маркетинговых коммуникаций.	-методики рекламного планирования -инструментов рекламного планирования -систему маркетинговых коммуникаций -виды и инструменты маркетинговых коммуникаций -принципы выбора каналов коммуникации -аудиторию различных средств рекламы -отраслевую терминологию -формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда -технологии воздействия на аудиторию в системе маркетинговых коммуникаций -принципы стратегического и оперативного планирования РК -виды запросов пользователей в поисковых системах интернета -особенности размещения контекстно-медийных объявлений в интернете	планирования системы маркетинговых коммуникаций

		-принципы функционирования современных социальных медиа -виды и инструменты маркетинговых коммуникаций -важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании -важность учета пожеланий заказчика при разработке системы маркетинговых коммуникаций и определении рекламных носителей.	
ПК 2.2.	-составлять полнофункциональные брифы на РК с учетом результатов анализа рынка и конкурентной среды -разрабатывать стратегию маркетинговых коммуникаций продвижения на рынке торговой марки, товаров, услуг -создавать план РК с учетом поставленных целей и задач -осуществлять медиапланирование -определять и обеспечивать максимальные KPI в пределах рекламного бюджета -эффективно настраивать рекламную кампанию для достижения максимальных KPI	-важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий и рекламных носителей -логику и структуру плана рекламной кампании -логику и структуру медиаплана структуру брифа и требования к нему -важность определения оригинальной идеи для рекламной кампании	-разработки стратегии маркетинговых коммуникаций

	-осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний -преобразовывать требования заказчика в бриф -доводить информацию заказчика до ЦА -использовать методы и способы привлечения пользователей к рекламной кампании -уметь организовывать и уверенно проводить рекламные мероприятия -использовать приемы привлечения внимания к рекламным мероприятиям -использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении рекламных мероприятий.		

1.3 Количество часов на освоение программы производственной практики:

всего – 36 часов.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Тематический план производственной практики профессионального модуля

Виды работ

1. Анализ стратегического и тактического планирования в рекламных кампаниях.
2. Изучение роли рекламы и коммуникации в современных маркетинговых стратегиях.
3. Аудит и анализ конкурентного рынка и целевой аудитории.
4. Разработка и оценка рекламных и коммуникационных стратегий для конкретного продукта или услуги.
5. Изучение и анализ различных медиа и немедийных каналов коммуникации.
6. Техники и методы бюджетирования рекламных и коммуникационных кампаний.
7. Оценка и анализ эффективности различных рекламных кампаний и стратегий.
8. Практическое применение рекламных и коммуникационных стратегий в реальных проектах.
9. Разработка и осуществление маркетинговой стратегии как инструмента бизнес-стратегии.
10. Разработка коммуникационной, медиа стратегии.
11. Планирование и оценка маркетинга, рекламы и медиаплана.
12. Анализ эффективности и форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования.

4.УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

4.1 Требования к минимальному материально-техническому обеспечению.

Реализация программы ПМ требует наличия учебных кабинетов - компьютерный класс, кабинет композиции и макетирования; компьютерной графики и видеомонтажа; фотолаборатория.

Оборудование учебного кабинета:

-посадочные места по количеству обучающихся

- рабочее место преподавателя

- специализированная мебель

Технические средства обучения:

- компьютер для оснащения рабочего места преподавателя

- проектор

- экран

-компьютер

-доступ к сети Интернет

- программное обеспечение общего и профессионального назначения

- комплект учебно-методической документации.

4.2. Перечень учебных изданий, Интернет ресурсов, основной и дополнительной литературы.

Основные источники:

1. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг: учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 475 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14309-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/512271

2. Фролов, Ю. В. Стратегический менеджмент. Формирование стратегии и проектирование бизнес-процессов: учебное пособие для вузов / Ю.

В. Фролов, Р. В. Серышев; под редакцией Ю. В. Фролова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 154 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09015-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/513928

3. Стратегический маркетинг: учебник и практикум для вузов / Н. А. Пашкус [и др.]. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 225 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00742-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/512109.

Дополнительные источники

1. Борисова Е.Г. Алгоритмы воздействия. – М.: Международный институт рекламы, ЛО «Московия», 2018. – 140 с.

2. Антипов К.В. Основы рекламы, учебник – М., Дашков и Ко, 2019 год

Нормативные документы

1. Конституция Российской Федерации;

2. Федеральный закон от 13 марта 2006 г. N 38-ФЗ "О рекламе" (с изменениями и дополнениями);

3. Гражданский кодекс Российской Федерации (ГК РФ) (часть четвертая) (с изменениями и дополнениями)

4. Закон РФ от 27 декабря 1991 г. N 2124-I "О средствах массовой информации" (с изменениями и дополнениями)

Периодические издания:

Газеты: Рекламный мир; Рекламист, Ведомости, Российская газета, Guardian.

Журналы: Как; Креатив. Creativity; Рекламные идеи – Yes!; Индустрия рекламы; Рекламные технологии; Альманах Лаборатория рекламы и маркетинга и Public Relations; Сувенирка; Коммерсант; Профиль; Эксперт; Наружка; BTL-magazine; Психология, журнал «Communication Arts», еженедельник «Adweek» и другие.

4.3. Общие требования к организации производственной практики

Организация практики на всех этапах должна обеспечивать:

– выполнение требований ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама;

– непрерывность, комплексность, последовательность овладения студентами профессиональной деятельностью в соответствии с программой практики, предусматривающей логическую взаимосвязь и сочетание теоретического и практического обучения, преемственность всех этапов практики.

Содержание всех этапов производственной практики определяется программой практики, обеспечивающей дидактически обоснованную последовательность процесса овладения студентами системой профессиональных умений и навыков, целостной профессиональной деятельностью и первоначальным профессиональным опытом в соответствии с требованиями ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама.

Для проведения производственной практики каждый обучающийся должен быть обеспечен заданиями для выполнения практических работ, бланками первичных документов для заполнения

Документы для проведения практики:

13.Положение о практике студентов

14. Рабочая программа производственной практики по специальности 42.02.01 Реклама, разрабатываемая образовательным учреждением и утверждаемая его руководителем.

15. Календарно-тематический план занятий практики.

16. Журнал практики.

17. Годовой (семестровый) план проведения производственной практики.

18. Приказ образовательного учреждения о назначении руководителей практики.

19. Расписание проведения практики.

20. График защиты отчетов

21. Отчеты студентов о прохождении практики.

22. Дневники студентов о прохождении практики.

23. Зачетные ведомости по аттестации студентов по итогам практики.

24. Аттестационные листы по практике

На практике использованы следующие организационные формы обучения:

– выполнение сквозного задания с итоговым анализом приобретенных

практических навыков;

– практические занятия по решению производственных ситуаций по формированию практических умений;

– выполнение индивидуальных заданий;

– индивидуальные и групповые консультации

4.4. Кадровое обеспечение учебной практики

Руководство производственной практикой осуществляется педагогическим составом. Требования - высшее образование, соответствующее профилю специальности 42.02.01 Реклама.

4.5. Форма отчетности обучающегося по производственной практике

Формой отчетности обучающегося по производственной практике является **отчет** о выполнении работ и приложений к отчету, свидетельствующих о закреплении знаний, умений, приобретении практического опыта, формировании общих и профессиональных компетенций, освоении профессионального модуля, **дневник** о прохождении практики.

Студент в один из последних дней практики защищает отчет по практике. По результатам защиты обучающимися отчетов, выставляется дифференцированный зачет по практике.

Отчет о выполнении работ включает в себя следующие разделы:

титульный лист;

содержание;

практическая часть;

приложения.

Практическая часть отчета по практике включает главы и параграфы в соответствии с логической структурой изложения выполненных заданий по разделам курса.

Работа над отчетом по практике должна позволить руководителю оценить уровень развития общих и профессиональных компетенций обучающегося в рамках освоения профессионального модуля и установленных ФГОС СПО по конкретной специальности, или рабочей программой профессионального модуля.

Приложения могут состоять из дополнительных справочных материалов, имеющих вспомогательное значение, например: копий документов, выдержек из отчетных материалов, статистических данных, схем, таблиц, диаграмм, программ, положений и т.п.

КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Контроль и оценка результатов прохождения практики осуществляется руководителем практики в процессе выполнения обучающимися индивидуальных производственных заданий, а также оформления отчетов в соответствии с программой практики, дневника по прохождению практики.

Сдача отчетной документации на проверку руководителю практики, получение оценки работы; сдача дифференцированного зачета по практике.

Дифференцированный зачет проводится в форме защиты отчета по учебной практике. Итоговая оценка определяется по шкале.

Шкала оценки образовательных достижений

Количество баллов	Оценка уровня подготовки	
	Балл (отметка)	Вербальный аналог
100-85	5	отлично
85 –70	4	хорошо
70 - 50	3	удовлетворительно
Менее 50	2	неудовлетворительно

Количество баллов определяется на основании следующих критериев по видам работ производственной практики.

Виды работ	Шкала оценки (максимальный балл)
6. Анализ стратегического и тактического планирования в рекламных кампаниях. 7. Изучение роли рекламы и коммуникации в современных маркетинговых стратегиях. 8. Аудит и анализ конкурентного рынка и целевой аудитории.	50

9. Разработка и оценка рекламных и коммуникационных стратегий для конкретного продукта или услуги.	
10. Изучение и анализ различных медиа и немедийных каналов коммуникации. 11. Техники и методы бюджетирования рекламных и коммуникационных кампаний. 12. Оценка и анализ эффективности различных рекламных кампаний и стратегий. 13. Практическое применение рекламных и коммуникационных стратегий в реальных проектах.	25
14. Разработка и осуществление маркетинговой стратегии как инструмента бизнес-стратегии. 15. Разработка коммуникационной, медиа стратегии. 16. Планирование и оценка маркетинга, рекламы и медиаплана. 17. Анализ эффективности и форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования.	25
Итого:	100

Приложение 1

Автономная некоммерческая организация профессиональная образовательная организация «Московский колледж деловой карьеры» (АНО ПОО «МКДК»)

ОТЧЕТ

о результатах прохождения производственной практики

Профессиональный модуль ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий

студента __ курса _____ формы обучения

по специальности **42.02.01. Реклама**

_____

(фамилия, имя, отчество обучающегося)

Москва 2024

ДНЕВНИК

по итогам прохождения
производственной практики

Группа_____курс_____

Специальность_____
(код специальности, наименование специальности)

Вид практики по профессиональному модулю _____
_____
_____
_____
_____

Ф.И.О. обучающегося_____
_____
_____

Наименование предприятия_____
_____

Срок практики с «_____»_____20____г.
по «_____»_____20____г.

Дата	Краткое содержание выполненной работы	Подпись руководителя

Приложение 2

Автономная некоммерческая организация профессиональная образовательная организация «Московский колледж деловой карьеры» (АНО ПОО «МКДК»)

Индивидуальное задание
для обучающегося, выполняемое в период практики
Учебная практика/Производственная практика
Профессиональный модуль ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий
(содержание и планируемые результаты)

студента ___ курса _____ формы обучения
по специальности **42.02.01. Реклама**

_____
(фамилия, имя, отчество обучающегося)

_____
_____
_____
_____

Планируемые результаты: _____
_____
_____

Руководитель практики от Колледжа
_____ /_____/
(подпись)
«___» _____ 20__ г.

Согласовано:
руководитель практики от профильной организации
_____ /_____/
(подпись)

Приложение 3

Рабочий график (план) проведения практики

№ п/п	Содержание практики: виды работ и индивидуальных заданий	Сроки выполнения работ и заданий	Отметка о выполнении
1	Ознакомление с требованиями охраны труда. Ознакомление с требованиями пожарной безопасности. Ознакомление с требованиями техники безопасности. Ознакомление с правилами внутреннего трудового распорядка организации.	с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г.	
2		с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г.	
3		с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г.	
		с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г.	
		с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г.	
n	Систематизация материала и подготовка к зачету	с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г.	
	Итого:	**36 часа**	

Руководитель практики от Колледжа
_____ /_____/
(подпись)
Руководитель практики от профильной организации
_____ /_____/
(подпись)

Обучающийся _____ /_____/
(подпись)

«___» _____ 20__ г.

Приложение 4

Отзыв руководителя практики от профильной организации

о работе студента ___ курса _____ формы обучения, по специальности
42.02.01. Реклама
Профессиональный модуль ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий

_____
(фамилия, имя, отчество обучающегося)

_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____

Инструктаж с обучающимся по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка проведен.

Руководитель практики от профильной организации
_____ /_____/
(подпись)

«___» _____ 20__ г.

М.п.

Зачет по практике принят с **оценкой** _____

Руководитель практики от Колледжа
_____ /_____/
(подпись)
«___» _____ 20__ г.

Приложение 5.

АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ
(примерный)

Профессиональный модуль ПМ.02. Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий

_____ ФИО студента № группы

форма обучения_____

Специальность 42.02.01. Реклама

Место проведения практики (организация)

_____

Время проведения практики_____

Критерии и показатели работы, выполненной студентом во время практики:

Виды работ	Коды проверяемых результатов	Объем работ (час)	Шкала оценки (балл)	Фактическое количество баллов
5. Анализ стратегического и тактического планирования в рекламных кампаниях. 6. Изучение роли рекламы и коммуникации в современных маркетинговых стратегиях. 7. Аудит и анализ конкурентного рынка и целевой аудитории. 8. Разработка и оценка рекламных и коммуникационных стратегий для конкретного продукта или услуги.	ОК 1,2,4,5,7,8,9 ПК 2.1, ПК 2.2	18	50	
9. Изучение и анализ различных медиа и немедийных каналов коммуникации. 10. Техники и методы	ОК 1,2,4,5,7,8,9 ПК 2.1, ПК 2.2	9	25	

бюджетирования рекламных и коммуникационных кампаний. 11. Оценка и анализ эффективности различных рекламных кампаний и стратегий. 12. Практическое применение рекламных и коммуникационных стратегий в реальных проектах.				
13. Разработка и осуществление маркетинговой стратегии как инструмента бизнес-стратегии. 14. Разработка коммуникационной, медиа стратегии. 15. Планирование и оценка маркетинга, рекламы и медиаплана. 12. Анализ эффективности и форматы предъявления результатов стратегического и тактического планирования.	ОК 1,2,4,5,7,8,9 ПК 2.1, ПК 2.2	9	25	
Итого:		36	100	

Место печати

Подпись директора Организации_____/_____/
Подпись ответственного лица от организации __/_____/

Приложение 4.5 к ПОП по специальности 42.02.01 Реклама

Автономная некоммерческая организация профессиональная образовательная организация «Московский колледж деловой карьеры»

(АНО ПОО «МКДК»)

УТВЕРЖДАЮ
Директор АНО ПОО
«Московский колледж деловой карьеры»
/ Неврова Л.В./
26.08.2024г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ ПП.03

ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ

ПМ.03 «ПРОДВИЖЕНИЕ ТОРГОВЫХ МАРОК, БРЕНДОВ И ОРГАНИЗАЦИЙ В СРЕДЕ ИНТЕРНЕТ СРЕДСТВАМИ ЦИФРОВЫХ КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ»

по специальности

42.02.01 Реклама

Квалификация Специалист по рекламе

сроки освоения программы -
По очной форме обучения:
на базе основного общего образования 2 года 10 месяцев.

Москва 2024

Рабочая программа учебной практики разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования по специальности 42.02.01. Реклама (приказ Минпросвещения РФ от 21.07.2023 № 552 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.02 «Реклама»).

Организация разработчик:	АНО ПОО «Московский колледж деловой карьеры» (АНО ПОО МКДК)

Рабочая программа учебной практики УП.03 «Учебная практика» рассмотрена и одобрена на заседании предметной (цикловой) комиссии по специальности 42.02.01 Реклама.

Протокол № 01 от 26.08.2024 г.

1 ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

1.1. Область применения программы

Рабочая программа учебной практики является составной частью профессионального модуля ПМ.03. Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде интернет средствами цифровых коммуникационных технологий программы подготовки специалистов среднего звена (ППССЗ) по специальности 42.02.01 Реклама.

Рабочая программа учебной практики разрабатывалась в соответствии с:

1. ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама;
2. ППССЗ по специальности 42.02.01 Реклама;
3. Учебным планом АНО ПОО «МКДК» по специальности 42.02.01 Реклама;
4. Рабочей программой профессионального модуля.

При прохождении практики обучающийся(аяся) должен(а) освоить соответствующие общие и профессиональные компетенции:

Код ОК	**Формулировка компетенции**	**Знания, умения**
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	**Умения:**
		распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте
		анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части
		определять этапы решения задачи
		выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы
		составлять план действия
		определять необходимые ресурсы
		владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах
		реализовывать составленный план
		оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)
		Знания:
		актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить
		основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте
		алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях
		методы работы в профессиональной и смежных сферах
		структуру плана для решения задач

		порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	**Умения:**
		определять задачи для поиска информации
		определять необходимые источники информации
		планировать процесс поиска
		структурировать получаемую информацию
		выделять наиболее значимое в перечне информации
		оценивать практическую значимость результатов поиска
		оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач
		использовать современное программное обеспечение
		использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач
		Знания:
		номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности
		приемы структурирования информации
		формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации
		порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	**Умения:**
		определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности
		применять современную научную профессиональную терминологию
		определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования
		выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи
		презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план
		рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования
		определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности

		презентовать бизнес-идею	
		определять источники финансирования	
		Знания:	
		содержание актуальной нормативно-правовой документации	
		современная научная и профессиональная терминология	
		возможные траектории профессионального развития и самообразования	
		основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности	
		правила разработки бизнес-планов	
		порядок выстраивания презентации	
		кредитные банковские продукты	
Код ПК	**Уметь**	**Знать**	**Владеть навыками**
ПК 3.1.	-определять тип рекламной стратегии продвижения бренда в сети Интернет -разрабатывать рекламную стратегию продвижения бренда в сети Интернет.	-типов рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет -способов разработки рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет.	-аналитической работы при разработке стратегии продвижения в сети Интернет -выбора оптимальной стратегии продвижения в сети Интернет -постановки задач продвижения объекта рекламирования в сети Интернет.
ПК 3.2.	-подбирать ключевые слова и словосочетания с максимальным показом для поискового продвижения -использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА -проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность -представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов -обеспечивать качественное функционирования сайта -писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп -находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА -разрабатывать креативные и качественные макеты	-возможности Интернет-ресурсов для рекламирования товаров/услуг виды сайтов, их -возможности и варианты применения требования к качественному функционированию сайтов -виды и инструменты маркетинговых коммуникаций -отраслевую терминологию -важность учета пожеланий заказчика при -планировании рекламной кампании в сети Интернет -структуру брифа и требования к нему.	-подбора и использования оффера -разработки рекламной кампании в сети Интернет.

	рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети Интернет -осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний в сети Интернет -преобразовывать требования заказчика в бриф -учитывать мнение заказчика при планировании РК.		
ПК 3.3.	-использовать поисковые системы интернета -использовать технологии поисково-контекстной рекламы -использовать системы размещения контекстно-медийной рекламы -использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете -создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий -конвертировать файлы в нужные форматы -использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат -размещать рекламные материалы в социальных медиа -разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации в сети Интернет, представляя их в виде мудборда или референсов	-отраслевую терминологию -важность учета пожеланий заказчика при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет - важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей в сети Интернет.	-структуры и базовых принципов рекламного сообщения -реализации рекламной кампании в сети Интернет.

	-определять эффективные офферы -создавать оригинальные и стильные логотипы -составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа -создавать оригинальные, современные по стилю сайты использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов повышать информационную наглядность сайтов -создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях -разрабатывать элементы фирменного стиля и РК с учетом пожеланий и профиля заказчика -доводить информацию заказчика до ЦА -использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество -использовать современные приемы и технологии проведения и управления презентациями -использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет.		

1.2. Цели и задачи практики – требования к результатам прохождения практики

Задачи прохождения учебной практики по профессиональному модулю:

- закрепление и углубление знаний, полученных обучающимися в процессе теоретического обучения,

- приобретение ими необходимых умений практической работы по избранной специальности,

- овладение навыками профессиональной деятельности,

- приобретение практического опыта.

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен:

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.

1.3 Количество часов на освоение программы учебной практики:

всего – 36 чаов.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Тематический план учебной практики профессионального модуля

Виды работ

1. Ознакомление с конструктором сайтов
2. Разработка графических элементов
3. Создание концепции графического оформления
4. Разработка структуры и схемы сайта
5. Сборка сайта. Подготовка. Защита проекта

4.УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

4.1 Требования к минимальному материально-техническому обеспечению.

Реализация программы ПМ требует наличия учебных кабинетов - компьютерный класс, кабинет композиции и макетирования; компьютерной графики и видеомонтажа; фотолаборатория.

Оборудование учебного кабинета:

-посадочные места по количеству обучающихся

- рабочее место преподавателя

- специализированная мебель

Технические средства обучения:

- компьютер для оснащения рабочего места преподавателя

- проектор

- экран

-компьютер

-доступ к сети Интернет

- программное обеспечение общего и профессионального назначения

- комплект учебно-методической документации.

4.2. Перечень учебных изданий, Интернет ресурсов, основной и дополнительной литературы.

Основные источники:

1. Мухина, Ю. Р. Web-дизайн: основы верстки сайтов : учебное пособие для СПО / Ю. Р. Мухина. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2024. — 155 с. — ISBN 978-5-4497-1790-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/123350.html — Режим доступа: для авторизир. пользователей

2. Епифанова, А. Г. История графического дизайна и рекламы : учебное пособие для СПО / А. Г. Епифанова. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2024. — 220 с. — ISBN 978-5-4497-1791-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/123351.html — Режим доступа: для авторизир. пользователей

3. Беляева, О. А. Конструирование и макетирование : практикум для обучающихся по направлению подготовки 54.03.02 «Декоративно-прикладное искусство и народные промыслы», профиль «Художественная керамика», квалификация (степень) выпускника «бакалавр» / О. А. Беляева. — Кемерово : Кемеровский государственный институт культуры, 2021. — 95 с. — ISBN 978-5-8154-0593-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/121317.html — Режим доступа: для авторизир. пользователей

Дополнительные источники

1. Беркун, С. Дизайн всего: как появляются вещи, о которых мы не задумываемся / С. Беркун ; перевод В. Васильева ; под редакцией К. Герцен. — Москва : Альпина Паблишер, 2024. — 192 с. — ISBN 978-5-9614-7513-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/119593.html— Режим доступа: для авторизир. пользователей

2. Шрифтовая графика : учебное пособие для СПО / составители И. Г. Матросова, Е. Ю. Пунтус. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2021. — 139 с. — ISBN 978-5-4488-1083-1, 978-5-4497-0967-7. — Текст : электронный

// Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/103342.html — Режим доступа: для авторизир. пользователей

Для преподавателей

http://www.ls-comp.ru/print-tech/

Для студентов

http://www.lama-s.ru

http://www.admos-gifts.ru

http://www.coffee-break.ru

http://www.sportwear.ru

http://freepapers.ru/99/reklamnye-suveniry-vidy-osobennosti-proizvodstva/

4.3. Общие требования к организации учебной практики

Организация практики на всех этапах должна обеспечивать:

– выполнение требований ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама;

– непрерывность, комплексность, последовательность овладения студентами профессиональной деятельностью в соответствии с программой практики, предусматривающей логическую взаимосвязь и сочетание теоретического и практического обучения, преемственность всех этапов практики.

Содержание всех этапов учебной практики определяется программой практики, обеспечивающей дидактически обоснованную последовательность процесса овладения студентами системой профессиональных умений и навыков, целостной профессиональной деятельностью и первоначальным профессиональным опытом в соответствии с требованиями ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама.

Для проведения учебной практики каждый обучающийся должен быть обеспечен заданиями для выполнения практических работ, бланками первичных документов для заполнения

Документы для проведения практики:

1. Положение о практике студентов

2. Рабочая программа учебной практики по специальности 42.02.01 Реклама, разрабатываемая образовательным учреждением и утверждаемая его руководителем.

3. Календарно-тематический план занятий практики.

4. Журнал практики.

5. Годовой (семестровый) план проведения учебной практики.

6. Приказ образовательного учреждения о назначении руководителей практики.

7. Расписание проведения практики.

8. График защиты отчетов

9. Отчеты студентов о прохождении практики.

10. Дневники студентов о прохождении практики.

11. Зачетные ведомости по аттестации студентов по итогам практики.

12. Аттестационные листы по практике

На практике использованы следующие организационные формы обучения:

– выполнение сквозного задания с итоговым анализом приобретенных практических навыков;

– практические занятия по решению производственных ситуаций по формированию практических умений;

– выполнение индивидуальных заданий;

– индивидуальные и групповые консультации

4.4. Кадровое обеспечение учебной практики

Руководство учебной практикой осуществляется педагогическим составом. Требования - высшее образование, соответствующее профилю специальности 42.02.01 Реклама.

4.5. Форма отчетности обучающегося по учебной практике

Формой отчетности обучающегося по учебной практике является **отчет** о выполнении работ и приложений к отчету, свидетельствующих о закреплении знаний, умений, приобретении практического опыта, формировании общих и профессиональных компетенций, освоении профессионального модуля, **дневник** о прохождении практики.

Студент в один из последних дней практики защищает отчет по практике. По результатам защиты обучающимися отчетов, выставляется дифференцированный зачет по практике.

Отчет о выполнении работ включает в себя следующие разделы:

титульный лист;

содержание;

практическая часть;

приложения.

Практическая часть отчета по практике включает главы и параграфы в соответствии с логической структурой изложения выполненных заданий по разделам курса.

Работа над отчетом по практике должна позволить руководителю оценить уровень развития общих и профессиональных компетенций обучающегося в рамках освоения профессионального модуля и установленных ФГОС СПО по конкретной специальности, или рабочей программой профессионального модуля.

Приложения могут состоять из дополнительных справочных материалов, имеющих вспомогательное значение, например: копий документов, выдержек из отчетных материалов, статистических данных, схем, таблиц, диаграмм, программ, положений и т.п.

КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Контроль и оценка результатов прохождения практики осуществляется руководителем практики в процессе выполнения обучающимися индивидуальных производственных заданий, а также оформления отчетов в соответствии с программой практики, дневника по прохождению практики.

Сдача отчетной документации на проверку руководителю практики, получение оценки работы; сдача дифференцированного зачета по практике.

Дифференцированный зачет проводится в форме защиты отчета по учебной практике. Итоговая оценка определяется по шкале.

Шкала оценки образовательных достижений

Количество баллов	Оценка уровня подготовки	
	Балл (отметка)	Вербальный аналог
100-85	5	отлично
85 –70	4	хорошо

70 - 50	3	удовлетворительно
Менее 50	2	неудовлетворительно

Количество баллов определяется на основании следующих критериев по видам работ учебной практики.

Виды работ	Шкала оценки (максимальный балл)
1. Ознакомление с конструктором сайтов 2. Разработка графических элементов 3. Создание концепции графического оформления	50
4. Разработка структуры и схемы сайта 5. Сборка сайта. Подготовка. Защита проекта	50
Итого:	100

Приложение 1

Автономная некоммерческая организация профессиональная образовательная организация «Московский колледж деловой карьеры» (АНО ПОО «МКДК»)

ОТЧЕТ

о результатах прохождения учебной практики

Профессиональный модуль ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий

студента __ курса _____ формы обучения

по специальности **42.02.01. Реклама**

_____

(фамилия, имя, отчество обучающегося)

Москва 2024

ДНЕВНИК
по итогам прохождения
учебной практики

Группа_____курс_____

Специальность_____
(код специальности, наименование специальности)

Вид практики по профессиональному модулю _____
_____
_____
_____
_____

Ф.И.О. обучающегося_____
_____
_____

Наименование предприятия_____
_____

Срок практики с «_____»_____20____г.
по «_____»_____20____г.

Дата	Краткое содержание выполненной работы	Подпись руководителя

Приложение 2

Автономная некоммерческая организация профессиональная образовательная организация «Московский колледж деловой карьеры» (АНО ПОО «МКДК»)

Индивидуальное задание
для обучающегося, выполняемое в период практики
Учебная практика/Производственная практика
Профессиональный модуль ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий
(содержание и планируемые результаты)

студента ___ курса _____ формы обучения
по специальности **42.02.01. Реклама**

_____
(фамилия, имя, отчество обучающегося)
_____
_____
_____
_____

Планируемые результаты: _____
_____
_____

Руководитель практики от Колледжа
_____ /_____/
(подпись)
«___» _____ 20__ г.

Согласовано:
руководитель практики от профильной организации
_____ /_____/
(подпись)

Приложение 3

Рабочий график (план) проведения практики

№ п/п	Содержание практики: виды работ и индивидуальных заданий	Сроки выполнения работ и заданий	Отметка о выполнении
7.	Ознакомление с требованиями охраны труда. Ознакомление с требованиями пожарной безопасности. Ознакомление с требованиями техники безопасности. Ознакомление с правилами внутреннего трудового распорядка организации.	с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г.	
8.		с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г.	
9.		с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г.	
		с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г.	
		с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г.	
n	Систематизация материала и подготовка к зачету	с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г.	
	Итого:	**36 часов**	

Руководитель практики от Колледжа
_____ /_____/
(подпись)
Руководитель практики от профильной организации
_____ /_____/
(подпись)

Обучающийся _____ /_____/
(подпись)

«___» _____ 20__ г.

Приложение 4

Отзыв руководителя практики от профильной организации

о работе студента ___ курса _____ формы обучения, по специальности
42.02.01. Реклама
Профессиональный модуль ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий

_____

(фамилия, имя, отчество обучающегося)

_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____

Инструктаж с обучающимся по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка проведен.

Руководитель практики от профильной организации
_____ /_____/
(подпись)

«___» _____ 20__ г.

М.п.

Зачет по практике принят с **оценкой** _____

Руководитель практики от Колледжа
_____ /_____/
(подпись)
«___» _____ 20__ г.

Приложение 5.

АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ ПО УЧЕБНОЙ ПРАКТИКЕ

Профессиональный модуль ПМ.03. Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий

_____ ФИО студента № группы

форма обучения_____

Специальность 42.02.01. Реклама

Место проведения практики (организация)

_____

Время проведения практики_____

Критерии и показатели работы, выполненной студентом во время практики:

Виды работ	Коды проверяемых результатов	Объем работ (час)	Шкала оценки (балл)	Фактическое количество баллов
1. Ознакомление с конструктором сайтов 2. Разработка графических элементов 3. Создание концепции графического оформления	ОК 1,2,3 ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3	18	50	
4. Разработка структуры и схемы сайта 5. Сборка сайта. Подготовка. Защита проекта	ОК 1,2,3 ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3	18	50	
Итого:		36	100	

Место печати

Подпись директора Организации_____/_____/

Подпись ответственного лица от организации __ /_____/

Приложение 4.6 к ПОП по специальности 42.02.01 Реклама

Автономная некоммерческая организация профессиональная образовательная организация «Московский колледж деловой карьеры»

(АНО ПОО «МКДК»)

УТВЕРЖДАЮ
Директор АНО ПОО
«Московский колледж деловой карьеры»
/ Неврова Л.В./
26.08.2024г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ПП.03

ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ

ПМ.03 «ПРОДВИЖЕНИЕ ТОРГОВЫХ МАРОК, БРЕНДОВ И ОРГАНИЗАЦИЙ В СРЕДЕ ИНТЕРНЕТ СРЕДСТВАМИ ЦИФРОВЫХ КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ»

по специальности

42.02.01 Реклама

Квалификация Специалист по рекламе

сроки освоения программы -
По очной форме обучения:
на базе основного общего образования 2 года 10 месяцев.

Москва 2024

Рабочая программа производственной практики разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования по специальности 42.02.01. Реклама (приказ Минпросвещения РФ от 21.07.2023 № 552 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.02 «Реклама»).

Организация разработчик:	АНО ПОО «Московский колледж деловой карьеры» (АНО ПОО МКДК)

Рабочая программа производственной практики ПП.03 «Производственная практика (по профилю специальности)» рассмотрена и одобрена на заседании предметной (цикловой) комиссии по специальности 42.02.01 Реклама.
Протокол № 01 от 26.08.2024 г.

1 ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

1.1. Область применения программы

Рабочая программа производственной практики является составной частью профессионального модуля ПМ.03. Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде интернет средствами цифровых коммуникационных технологий программы подготовки специалистов среднего звена (ППССЗ) по специальности 42.02.01 Реклама.

Рабочая программа производственной практики разрабатывалась в соответствии с:

1. ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама;
2. ППССЗ по специальности 42.02.01 Реклама;
3. Учебным планом АНО ПОО «МКДК» по специальности 42.02.01 Реклама;
4. Рабочей программой профессионального модуля.

При прохождении практики обучающийся(аяся) должен(а) освоить соответствующие общие и профессиональные компетенции:

Код ОК	**Формулировка компетенции**	**Знания, умения**
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	**Умения:**
		распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте
		анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части
		определять этапы решения задачи
		выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы
		составлять план действия
		определять необходимые ресурсы
		владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах
		реализовывать составленный план
		оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)
		Знания:
		актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить
		основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте

		алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях
		методы работы в профессиональной и смежных сферах
		структуру плана для решения задач
		порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	**Умения:**
		определять задачи для поиска информации
		определять необходимые источники информации
		планировать процесс поиска
		структурировать получаемую информацию
		выделять наиболее значимое в перечне информации
		оценивать практическую значимость результатов поиска
		оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач
		использовать современное программное обеспечение
		использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач
		Знания:
		номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности
		приемы структурирования информации
		формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации
		порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности	**Умения:**
		определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности
		применять современную научную профессиональную терминологию
		определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования
		выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи
		презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план

	в различных жизненных ситуациях	рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования	
		определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности	
		презентовать бизнес-идею	
		определять источники финансирования	
		Знания:	
		содержание актуальной нормативно-правовой документации	
		современная научная и профессиональная терминология	
		возможные траектории профессионального развития и самообразования	
		основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности	
		правила разработки бизнес-планов	
		порядок выстраивания презентации	
		кредитные банковские продукты	
Код ПК	**Уметь**	**Знать**	**Владеть навыками**
ПК 3.1.	-определять тип рекламной стратегии продвижения бренда в сети Интернет -разрабатывать рекламную стратегию продвижения бренда в сети Интернет.	-типов рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет -способов разработки рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет.	-аналитической работы при разработке стратегии продвижения в сети Интернет -выбора оптимальной стратегии продвижения в сети Интернет -постановки задач продвижения объекта рекламирования в сети Интернет.
ПК 3.2.	-подбирать ключевые слова и словосочетания с максимальным показом для поискового продвижения -использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА -проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность -представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов -обеспечивать качественное функционирования сайта -писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп	-возможности Интернет-ресурсов для рекламирования товаров/услуг виды сайтов, их -возможности и варианты применения требования к качественному функционированию сайтов -виды и инструменты маркетинговых коммуникаций -отраслевую терминологию -важность учета пожеланий заказчика при -планировании рекламной кампании в сети Интернет -структуру брифа и требования к нему.	-подбора и использования оффера -разработки рекламной кампании в сети Интернет.

	-находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА -разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети Интернет -осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний в сети Интернет -преобразовывать требования заказчика в бриф -учитывать мнение заказчика при планировании РК.		
ПК 3.3.	-использовать поисковые системы интернета -использовать технологии поисково-контекстной рекламы -использовать системы размещения контекстно-медийной рекламы -использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете -создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий -конвертировать файлы в нужные форматы -использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат -размещать рекламные материалы в социальных медиа -разрабатывать концепт	-отраслевую терминологию -важность учета пожеланий заказчика при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет - важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей в сети Интернет.	-структуры и базовых принципов рекламного сообщения -реализации рекламной кампании в сети Интернет.

	дизайна и первичной визуализации в сети Интернет, представляя их в виде мудборда или референсов -определять эффективные офферы -создавать оригинальные и стильные логотипы -составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа -создавать оригинальные, современные по стилю сайты использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов повышать информационную наглядность сайтов -создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях -разрабатывать элементы фирменного стиля и РК с учетом пожеланий и профиля заказчика -доводить информацию заказчика до ЦА -использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество -использовать современные приемы и технологии проведения и управления презентациями -использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при		

	разработке дизайна и стратегий в сети Интернет.		

1.2. Цели и задачи практики – требования к результатам прохождения практики

Задачи прохождения производственной практики по профессиональному модулю:

- закрепление и углубление знаний, полученных обучающимися в процессе теоретического обучения,

- приобретение ими необходимых умений практической работы по избранной специальности,

- овладение навыками профессиональной деятельности,

- приобретение практического опыта.

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен:

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.

1.3 Количество часов на освоение программы производственной практики:

всего – 72 часа.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Тематический план производственной практики профессионального модуля

Виды работ

6. Создание клиентской базы для рекламного предприятия
7. Изучить характер работы рекламных и PR специалистов, работающих на предприятии.
8. Изготовить рекламный и/или PR материал.
9. Подготовить презентационный отчет о ходе практики.
10. Изготовленная рекламная продукция. Защита проекта.

4.УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

4.1 Требования к минимальному материально-техническому обеспечению.

Реализация программы ПМ требует наличия учебных кабинетов - компьютерный класс, кабинет композиции и макетирования; компьютерной графики и видеомонтажа; фотолаборатория.

Оборудование учебного кабинета:

-посадочные места по количеству обучающихся

- рабочее место преподавателя

- специализированная мебель

Технические средства обучения:

- компьютер для оснащения рабочего места преподавателя

- проектор

- экран

-компьютер

-доступ к сети Интернет

- программное обеспечение общего и профессионального назначения

- комплект учебно-методической документации.

4.2. Перечень учебных изданий, Интернет ресурсов, основной и дополнительной литературы.

Основные источники:

1. Мухина, Ю. Р. Web-дизайн: основы верстки сайтов : учебное пособие для СПО / Ю. Р. Мухина. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2024. — 155 с. — ISBN 978-5-4497-1790-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/123350.html — Режим доступа: для авторизир. пользователей

2. Епифанова, А. Г. История графического дизайна и рекламы : учебное пособие для СПО / А. Г. Епифанова. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2024. — 220 с. — ISBN 978-5-4497-1791-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/123351.html — Режим доступа: для авторизир. пользователей

3. Беляева, О. А. Конструирование и макетирование : практикум для обучающихся по направлению подготовки 54.03.02 «Декоративно-прикладное искусство и народные промыслы», профиль «Художественная керамика», квалификация (степень) выпускника «бакалавр» / О. А. Беляева. — Кемерово : Кемеровский государственный институт культуры, 2021. — 95 с. — ISBN 978-5-8154-0593-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/121317.html — Режим доступа: для авторизир. пользователей

Дополнительные источники

3. Беркун, С. Дизайн всего: как появляются вещи, о которых мы не задумываемся / С. Беркун ; перевод В. Васильева ; под редакцией К. Герцен. — Москва : Альпина Паблишер, 2024. — 192 с. — ISBN 978-5-9614-7513-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/119593.html— Режим доступа: для авторизир. пользователей

4. Шрифтовая графика : учебное пособие для СПО / составители И. Г. Матросова, Е. Ю. Пунтус. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа,

2021. — 139 с. — ISBN 978-5-4488-1083-1, 978-5-4497-0967-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/103342.html — Режим доступа: для авторизир. пользователей

Для преподавателей

http://www.ls-comp.ru/print-tech/

Для студентов

http://www.lama-s.ru

http://www.admos-gifts.ru

http://www.coffee-break.ru

http://www.sportwear.ru

http://freepapers.ru/99/reklamnye-suveniry-vidy-osobennosti-proizvodstva/

4.3. Общие требования к организации производственной практики

Организация практики на всех этапах должна обеспечивать:

– выполнение требований ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама;

– непрерывность, комплексность, последовательность овладения студентами профессиональной деятельностью в соответствии с программой практики, предусматривающей логическую взаимосвязь и сочетание теоретического и практического обучения, преемственность всех этапов практики.

Содержание всех этапов производственной практики определяется программой практики, обеспечивающей дидактически обоснованную последовательность процесса овладения студентами системой профессиональных умений и навыков, целостной профессиональной деятельностью и первоначальным профессиональным опытом в соответствии с требованиями ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама.

Для проведения производственной практики каждый обучающийся должен быть обеспечен заданиями для выполнения практических работ, бланками первичных документов для заполнения

Документы для проведения практики:

1. Положение о практике студентов
2. Рабочая программа производственной практики по специальности 42.02.01

Реклама, разрабатываемая образовательным учреждением и утверждаемая его руководителем.

3. Календарно-тематический план занятий практики.
4. Журнал практики.
5. Годовой (семестровый) план проведения производственной практики.
6. Приказ образовательного учреждения о назначении руководителей практики.
7. Расписание проведения практики.
8. График защиты отчетов
9. Отчеты студентов о прохождении практики.
10. Дневники студентов о прохождении практики.
11. Зачетные ведомости по аттестации студентов по итогам практики.
12. Аттестационные листы по практике

На практике использованы следующие организационные формы обучения:

– выполнение сквозного задания с итоговым анализом приобретенных практических навыков;

– практические занятия по решению производственных ситуаций по формированию практических умений;

– выполнение индивидуальных заданий;

– индивидуальные и групповые консультации

4.4. Кадровое обеспечение учебной практики

Руководство производственной практикой осуществляется педагогическим составом. Требования - высшее образование, соответствующее профилю специальности 42.02.01 Реклама.

4.5. Форма отчетности обучающегося по производственной практике

Формой отчетности обучающегося по производственной практике является **отчет** о выполнении работ и приложений к отчету, свидетельствующих о закреплении знаний, умений, приобретении практического опыта, формировании общих и профессиональных компетенций, освоении профессионального модуля, **дневник** о прохождении практики.

Студент в один из последних дней практики защищает отчет по практике. По результатам защиты обучающимися отчетов, выставляется дифференцированный зачет по практике.

Отчет о выполнении работ включает в себя следующие разделы:

титульный лист;

содержание;

практическая часть;

приложения.

Практическая часть отчета по практике включает главы и параграфы в соответствии с логической структурой изложения выполненных заданий по разделам курса.

Работа над отчетом по практике должна позволить руководителю оценить уровень развития общих и профессиональных компетенций обучающегося в рамках освоения профессионального модуля и установленных ФГОС СПО по конкретной специальности, или рабочей программой профессионального модуля.

Приложения могут состоять из дополнительных справочных материалов, имеющих вспомогательное значение, например: копий документов, выдержек из отчетных материалов, статистических данных, схем, таблиц, диаграмм, программ, положений и т.п.

КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Контроль и оценка результатов прохождения практики осуществляется руководителем практики в процессе выполнения обучающимися индивидуальных производственных заданий, а также оформления отчетов в соответствии с программой практики, дневника по прохождению практики.

Сдача отчетной документации на проверку руководителю практики, получение оценки работы; сдача дифференцированного зачета по практике.

Дифференцированный зачет проводится в форме защиты отчета по учебной практике. Итоговая оценка определяется по шкале.

Шкала оценки образовательных достижений

Количество	Оценка уровня подготовки

баллов	Балл (отметка)	Вербальный аналог
100-85	5	отлично
85 –70	4	хорошо
70 - 50	3	удовлетворительно
Менее 50	2	неудовлетворительно

Количество баллов определяется на основании следующих критериев по видам работ производственной практики.

Виды работ	Шкала оценки (максимальный балл)
1. Создание клиентской базы для рекламного предприятия 2. Изучить характер работы рекламных и PR специалистов, работающих на предприятии. 3. Изготовить рекламный и/или PR материал.	50
4. Подготовить презентационный отчет о ходе практики. 5. Изготовленная рекламная продукция. 6. Защита проекта.	50
Итого:	100

Приложение 1

Автономная некоммерческая организация профессиональная образовательная организация «Московский колледж деловой карьеры» (АНО ПОО «МКДК»)

ОТЧЕТ

о результатах прохождения производственной практики

Профессиональный модуль ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий

студента __ курса _____ формы обучения

по специальности **42.02.01. Реклама**

_____

(фамилия, имя, отчество обучающегося)

Москва 2024

ДНЕВНИК

по итогам прохождения
производственной практики

Группа_____курс_____

Специальность_____
(код специальности, наименование специальности)

Вид практики по профессиональному модулю _____
_____
_____
_____
_____

Ф.И.О. обучающегося_____
_____
_____

Наименование предприятия_____
_____

Срок практики с «_____»_____20____г.
по «_____»_____20____г.

Дата	Краткое содержание выполненной работы	Подпись руководителя

Приложение 2

Автономная некоммерческая организация профессиональная образовательная организация «Московский колледж деловой карьеры» (АНО ПОО «МКДК»)

Индивидуальное задание
для обучающегося, выполняемое в период практики
Учебная практика/Производственная практика
Профессиональный модуль ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий
(содержание и планируемые результаты)

студента ___ курса _____ формы обучения
по специальности **42.02.01. Реклама**

_____
(фамилия, имя, отчество обучающегося)
_____
_____
_____
_____

Планируемые результаты: _____
_____
_____

Руководитель практики от Колледжа
_____ /_____/
(подпись)
«___» _____ 20__ г.

Согласовано:
руководитель практики от профильной организации
_____ /_____/
(подпись)

Приложение 3

Рабочий график (план) проведения практики

№ п/п	Содержание практики: виды работ и индивидуальных заданий	Сроки выполнения работ и заданий	Отметка о выполнении
10.	Ознакомление с требованиями охраны труда. Ознакомление с требованиями пожарной безопасности. Ознакомление с требованиями техники безопасности. Ознакомление с правилами внутреннего трудового распорядка организации.	с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г.	
11.		с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г.	
12.		с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г.	
		с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г.	
		с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г.	
n	Систематизация материала и подготовка к зачету	с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г.	
	Итого:	**72 часа**	

Руководитель практики от Колледжа
_____ /_____/
(подпись)
Руководитель практики от профильной организации
_____ /_____/
(подпись)

Обучающийся _____ /_____/
(подпись)

«___» _____ 20__ г.

Приложение 4

Отзыв руководителя практики от профильной организации

о работе студента ___ курса _____ формы обучения, по специальности
42.02.01. Реклама
Профессиональный модуль ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий

_____

(фамилия, имя, отчество обучающегося)

_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____

Инструктаж с обучающимся по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка проведен.

Руководитель практики от профильной организации
_____ /_____/
(подпись)

«___» _____ 20__ г.

М.п.

Зачет по практике принят с **оценкой** _____

Руководитель практики от Колледжа
_____ /_____/
(подпись)
«___» _____ 20__ г.

Приложение 5.

АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ

Профессиональный модуль ПМ.03. Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий

_____ ФИО студента № группы

форма обучения_____

Специальность 42.02.01. Реклама

Место проведения практики (организация)

_____

Время проведения практики_____

Критерии и показатели работы, выполненной студентом во время практики:

Виды работ	Коды проверяемых результатов	Объем работ (час)	Шкала оценки (балл)	Фактическое количество баллов
1. Создание клиентской базы для рекламного предприятия 2. Изучить характер работы рекламных и PR специалистов, работающих на предприятии. 3. Изготовить рекламный и/или PR материал.	ОК 1,2,4,5,6,7,8,9 ПК 3.1	36	50	
4. Подготовить презентационный отчет о ходе практики. 5. Изготовленная рекламная продукция. 6. Защита проекта.	ОК 1,2,4,5,6,7,8,9, ПК 3.2	36	50	
Итого:		72	100	

Место печати

Подпись директора Организации_____/_____/

Подпись ответственного лица от организации __/_____/

Приложение 4.7 к ПОП по специальности
42.02.01 Реклама

Автономная некоммерческая организация профессиональная образовательная организация «Московский колледж деловой карьеры»

(АНО ПОО «МКДК»)

УТВЕРЖДАЮ
Директор АНО ПОО
«Московский колледж деловой карьеры»
/ Неврова Л.В./
26.08.2024г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

ПО ПРОФИЛЮ СПЕЦИАЛЬНОСТИ ПП.04

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ МОДУЛЬ

ПМ.04. СОЗДАНИЕ КЛЮЧЕВЫХ ВЕРБАЛЬНЫХ И ВИЗУАЛЬНЫХ СООБЩЕНИЙ И ОСНОВНЫХ КРЕАТИВНЫХ РЕШЕНИЙ И ТВОРЧЕСКИХ МАТЕРИАЛОВ НА ОСНОВНЫХ РЕКЛАМНЫХ НОСИТЕЛЯХ

по специальности

42.02.01 Реклама

Квалификация Специалист по рекламе

сроки освоения программы -
По очной форме обучения:
на базе основного общего образования 2 года 10 месяцев.

Москва 2024

Рабочая программа учебной практики разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования по специальности 42.02.01. Реклама (приказ Минпросвещения РФ от 21.07.2023 № 552 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.02 «Реклама»).

Организация разработчик:	АНО ПОО «Московский колледж деловой карьеры» (АНО ПОО МКДК)

Рабочая программа учебной практики УП.04 «Учебная» рассмотрена и одобрена на заседании предметной (цикловой) комиссии по специальности 42.02.01 Реклама. Протокол № 01 от 26.08.2024 г.

1 ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ ПО ПРОФИЛЮ СПЕЦИАЛЬНОСТИ

1.1. Область применения программы

Производственная практика по профессиональному модулю ПМ.04. Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях предусматривает закрепление и углубление знаний полученных обучающимися в процессе теоретического обучения, приобретение ими необходимых умений практической работы по избранной специальности, овладение навыками профессиональной деятельности, приобретение практического опыта.

Программа практики является составной частью профессионального модуля ПМ.04. Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях, основной профессиональной образовательной программы по специальности СПО 42.02.01 Реклама

Рабочая программа учебной практики разрабатывалась в соответствии с:

1. ФГОС;
2. Рабочим учебным планом образовательного учреждения по профессии/специальности;
3. Рабочей программой профессионального модуля;

При прохождении практики обучающийся(аяся) должен(а) освоить соответствующие компетенции:

Код ОК	Формулировка компетенции	Знания, умения
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	**Умения:**
		распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте
		анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части
		определять этапы решения задачи
		выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы
		составлять план действия
		определять необходимые ресурсы
		владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах
		реализовывать составленный план

		оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)
		Знания:
		актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить
		основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте
		алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях
		методы работы в профессиональной и смежных сферах
		структуру плана для решения задач
		порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	**Умения:**
		определять задачи для поиска информации
		определять необходимые источники информации
		планировать процесс поиска
		структурировать получаемую информацию
		выделять наиболее значимое в перечне информации
		оценивать практическую значимость результатов поиска
		оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач
		использовать современное программное обеспечение
		использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач
		Знания:
		номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности
		приемы структурирования информации
		формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации
		порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	**Умения:**
		определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности
		применять современную научную профессиональную терминологию
		определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования
		выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи
		презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план
		рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования
		определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности
		презентовать бизнес-идею

		определять источники финансирования
		Знания:
		содержание актуальной нормативно-правовой документации
		современная научная и профессиональная терминология
		возможные траектории профессионального развития и самообразования
		основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности
		правила разработки бизнес-планов
		порядок выстраивания презентации
		кредитные банковские продукты
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	**Умения:**
		организовывать работу коллектива и команды
		взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности
		Знания:
		психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности
		основы проектной деятельности
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	**Умения:**
		грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе
		Знания:
		особенности социального и культурного контекста;
		правила оформления документов и построения устных сообщений
ОК 06	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения	**Умения:**
		проявлять гражданско-патриотическую позицию
		демонстрировать осознанное поведение
		описывать значимость своей специальности
		применять стандарты антикоррупционного поведения
		Знания:
		сущность гражданско-патриотической позиции
		традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений
		значимость профессиональной деятельности по специальности
		стандарты антикоррупционного поведения и последствия его нарушения
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	**Умения:**
		понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы
		участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы
		строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности

		кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые)	
		писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы	
		Знания:	
		правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы	
		основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика)	
		лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности	
		особенности произношения	
		правила чтения текстов профессиональной направленности	
Код ПК	**Уметь**	**Знать**	**Владеть навыками**
ПК 4.1.	-использовать поисковые системы интернета -использовать технологии поисково-контекстной рекламы и их системы размещения -определять эффективные УТП (уникальные торговые предложения) и офферы -доводить информацию заказчика до ЦА -использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество.	-виды и инструменты маркетинговых коммуникаций -отраслевую терминологию -требования к визуальным и текстовым материалам в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией -технологии воздействия на аудиторию при с применением визуальных и текстовых материалов в социальные сети и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам.	-подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом Уникального Торгового Предложения (УТП) -поиска и подбора оригинального нейма и слогана.
ПК 4.2.	-использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА -проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность.	-отраслевую терминологию важность учета -пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании	-определения оригинальной идеи для рекламной кампании -подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом инсайта для РК.

ПК.4.3	-использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете -создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий -конвертировать файлы в нужные форматы -использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат -размещать рекламные материалы в социальных медиа -подбирать визуальные и текстовые материалы в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для интернет-продвижения -представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов -обеспечивать качественное функционирования сайта писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов -создавать графические материалы рекламного характера -находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА -разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации, представляя их в виде мудборда или референсов -составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа -Создавать оригинальные, современные по стилю сайты	-программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей возможности интернет-ресурсов для макетирования рекламных носителей виды сайтов, их - возможности и варианты применения требования к качественному функционированию сайтов -программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей технические средства создания визуального контента -возможности и ресурсы для макетирования рекламных носителей -виды и инструменты маркетинговых коммуникаций -структуру брифа и требования к нему -важность учета пожеланий заказчика при разработке фирменного дизайна и элементов фирменного стиля -важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей -требования к электронной презентации для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией -технологии воздействия на аудиторию при проведении презентаций и защит проектов.	-оформления текстовых и графических документов -оформление рекламных носителей, в том числе - текстовых и графических -создания визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом, поставленных задач в области рекламы.

	-разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику -использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов -повышать информационную наглядность сайтов -создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях.		

Цели учебной практики

- формирование у обучающихся профессиональных компетенций по модулю ПМ 04. в условиях работы на рекламных предприятиях.

- приобретение практического опыта по взаимодействию с субъектами рекламного рынка; по подготовке документации для регистрации авторского права.

Результатом прохождения практики по профессиональному модулю является: освоение **практического опыта:**

- 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.

Форма контроля: дифференцированный зачет (в качестве составной части за квалификационный экзамен по модулю)..

1.3 Количество часов на освоение программы учебной практики:

всего – 72 часа.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Тематический план учебной практики профессионального модуля

Виды работ

1. Проведение ситуационного анализа
2. Поиск инсайта и ключевых рекламных решений
3. Разработка рекламной продукции
4. Использование типографики в графическом дизайне.
5. Создание информационного плаката.
6. Техника масло, карандаш, акварель в компьютерной графике.
7. Создание рекламных продуктов с цифровой живописью.
8. Визуальная коммуникация с использованием рекламной фотографии.
9. Определение задач учебной практики.
10. Техника безопасности.
11. Разработка темы и сюжета рекламной фотосессии.
12. Составление рекламного брифа по задачам фотосъёмки.
13. Подготовка и обозначение оборудования и реквизитов рекламной фотосессии.
14. Проведение фотосъемки.
15. Промежуточный анализ отснятого материала.
16. Обработка фотографий в графическом редакторе с использованием простых приемов создания и обработки изображения.
17. Зачёт
18. Формирование положительного имиджа бренда или персоны.
19. Определение задач учебной практики.
20. Техника безопасности.
21. Разработка темы и сюжета рекламной фотосессии;
22. Составление или импортирование рекламного брифа по задачам фотосъёмки.
23. Подготовка и обозначение оборудования и реквизитов рекламной фотосессии.

24. Жанр и стиль. Определение жанра и стиля рекламной фотосессии.

25. Персонажи, фотомодели. Объект и субъект. Натура, фотостудия.

26. Тестовые съёмки натуры для рекламной фотосессии.

27. Подготовка фотостудии для рекламной фотосессии (реквизит, аксессуары, набор осветительного оборудования и источников света).

28. Организация и проведение фотосъемки. Компьютерная обработка фотографий с использованием простых приемов создания и обработки изображения.

29. Защита проекта.

4.УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

4.1 Требования к минимальному материально-техническому обеспечению.

Реализация программы ПМ требует наличия учебных кабинетов - компьютерный класс, кабинет композиции и макетирования; компьютерной графики и видеомонтажа; фотолаборатория.

Оборудование учебного кабинета:

-посадочные места по количеству обучающихся

- рабочее место преподавателя

- специализированная мебель

Технические средства обучения:

- компьютер для оснащения рабочего места преподавателя

- проектор

- экран

-компьютер

-доступ к сети Интернет

- программное обеспечение общего и профессионального назначения

- комплект учебно-методической документации.

4.2. Перечень учебных изданий, Интернет ресурсов, основной и дополнительной литературы.

Основные источники:

1. Бернбах, Б. Библия Билла Бернбаха: история рекламы, которая изменила рекламный бизнес / Б. Бернбах, Б. Левенсон. - М.: Издательство "Эксмо" ООО, 2021. - 288 с.

2. Бушков, Василий Дизайн рекламы. 10 иллюстрированных уроков / Василий Бушков. - М.: Издательские решения, 2019. - 312 с.

3. Бхаскаран, Лакшми Анатомия дизайна. Реклама, книги, газеты, журналы / Лакшми Бхаскаран. - М.: АСТ, Астрель, ОГИЗ, 2019. - 256 с.

4. Бхаскаран, Лакшми Анатомия дизайна: реклама, книги, газеты, журналы / Лакшми Бхаскаран. - М.: АСТ, 2019. - 637 с.

5. Головач, В.В. Дизайн пользовательского интерфейса (v 1.2) / В.В. Головач. - М.: 2020. - 138 с.

6. Голубятников, И.В. Дизайн. История, современность, перспективы: моногр. / И.В. Голубятников. - М.: ИЗД-ВО "МИР ЭНЦИКЛОПЕДИЙ", 2022. - 224 с.

7. Данилов, Александр Идея, сценарий, дизайн в рекламе / Александр Данилов. - М.: ДАН, 2021. - 252 с.

8. Зурабова Анастасия., Фуд-фотография. От теории к практике., Эксмо., М., 2020.

9. Карповская, Елена Визуальные коммуникации в графическом дизайне. От шрифтов и композиции к эффективным навыкам рекламы / Елена Карповская. - М.: LAP Lambert Academic Publishing, 2019. - 277 с.

10. Келби С., Цифровая фотография.Т. 1., Диалектика., Москва; Санкт-Петербург; Киев., 2020.

11. Коттон Ш., Фотография как современное искусство., Ад Маргинем., -М., 2020.

12. Курушин, В. Д. Графический дизайн и реклама / В.Д. Курушин. - М.: ДМК Пресс, 2019. - 204 с.

13. Курушин, В. Д. Дизайн и реклама. От теории к практике / В.Д. Курушин. - М.: ДМК Пресс, 2019. - 662с.

14. Курушин, В.Д. Графический дизайн и реклама / В.Д. Курушин. - М.: ДМК Пресс, 2020. - 270 с.

15. Марио, Прикен Идеал. Стратегический менеджмент идей для маркетинга, рекламы, СМИ и дизайна: кузница идей - алхимия творчества / Прикен Марио. - М.: Дитон, 2020. - 743 с.

16. Мокшанцев Р. И. «Психология рекламы» - М.: ИНФРА-М, 2020.

17. Овчинникова, Р. Ю. Дизайн в рекламе / Р.Ю. Овчинникова. - М.: Юнити-Дана, 2022. - 240 с.

18. Овчинникова, Р.Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования. Гриф УМО МО РФ / Р.Ю. Овчинникова. - М.: Юнити-Дана, 2019. – 383с.

19. Павловская, Елена Дизайн рекламы: поколение NEXT / Елена Павловская. - М.: Питер, 2019. - 320 с.

20. Пайл, Д. Дизайн интерьеров и архитектура. 6000 лет истории / Д. Пайл. - М.: АСТ, 2020. - 285 с.

21. Пигулевский, В.О. Визуальные коммуникации в рекламе и дизайне / В.О. Пигулевский. - М.: Институт прикладной психологии "Гуманитарный центр", 2021. - 851 с.

22. Романычева, Э. Т. Дизайн и реклама. Компьютерные технологии / Э.Т. Романычева. - М.: ДМК Пресс, 2022. - 573 с.

23. Сьюзи, Ходж Дизайн. Почему это шедевр. 80 историй уникальных предметов / Ходж Сьюзи. - М.: Синдбад, 2020. - 378 с.

24. Тангейт, Марк Всемирная история рекламы / Марк Тангейт. - М.: Альпина Диджитал, 2018. - 634 с.

25. Тимофеева, М. А. Дизайн в Швеции. История концепций и эволюция форм / М.А. Тимофеева. - М.: РГГУ, 2020. - 304 с.

26. Тимофеева, М. Дизайн в Швеции. История концепций и эволюция форм / М. Тимофеева. - М.: Российский государственный гуманитарный университет (РГГУ), 2020. - 774 с.

27. Уильямс Р. «Не дизайнерская книга о дизайне» - М.: Инфра-М., 2020.

28. Фисун П.К., Фотография. Школа мастерства., АСТ: Кладезь., - М., 2020.

29. Фотография: практическое руководство: 355 секретов и уникальных советов для самых удачных снимков = Фотография: полный курс мастерства., АСТ: Кладезь., -М 2020.

30. Эвами М. «Logo. Создание логотипов. Самые современные разработки» - СПб.: Питер, 2019.

Дополнительные источники

Интернет-ресурсы:

1. Рекламный совет России: www.a-z.ru/assoc/osr/
2. Ассоциация коммуникационных агентств России: http://www.akarussia.ru/
3. Международная рекламная ассоциация. Российское отделение: http://www.iaa.ru/15
4. Сайт о креативе в рекламе http://www.creatiff.ru/
5. Сайт о рекламном рынке adindex.ru;
6. Сайт Федеральной антимонопольной службы www.fas.gov.ru;
7. Сайт Большая энциклопедия рекламы www.bigadvenc.ru
8. Рекламный сайт "Advertising.ru": http://www.advertising.ru
9. Сайт "Advertology.ru": www.advertology.ru/
10. Центр правового регулирования рекламной деятельности: http://www.cprrd.ru/.
11. Fototips.ru — советы по оборудованию, съёмке, обработке.
12. Просты фокусы — ежедневные статьи по самым разнообразным темам для фотографов.
13. Photo-Monster — советы по фотосъёмке от профессионалов.
14. Основы фотографии от онлайн-фотошколы.
15. Раздел «Культпросвет» на сайте Photograher.ru — статьи по теории и практике, а также вдохновляющие интервью.
16. Раздел уроков по категориям на сайте Russian Photo.
17. Уроки фотографии, обработка фото, ретушь фотографий на сайте журнала «Фотоиндустрия».
18. Вдохновляющие советы на сайте Photomotion.ru.
19. Уроки от Prophotos.
20. Советы от Digital Camera World.
21. MorgueFile Classroom — 10 уроков по фотографии от фриланс-фотографа Джоди Костона (Jodie Coston).

22. Photonet learning — раздел с уроками по категориям одного из самых масштабных фоторесурсов на английском языке.

23. Photomanual — доступно о фотографии.

24. ВАМР — уроки по мобильной фотографии

25. Библиотека книг по фотографии.

4.3. Общие требования к организации учебной практики

Организация практики на всех этапах должна обеспечивать:

– выполнение требований ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама;

– непрерывность, комплексность, последовательность овладения студентами профессиональной деятельностью в соответствии с программой практики, предусматривающей логическую взаимосвязь и сочетание теоретического и практического обучения, преемственность всех этапов практики.

Содержание всех этапов учебной практики определяется программой практики, обеспечивающей дидактически обоснованную последовательность процесса овладения студентами системой профессиональных умений и навыков, целостной профессиональной деятельностью и первоначальным профессиональным опытом в соответствии с требованиями ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама.

Для проведения учебной практики каждый обучающийся должен быть обеспечен заданиями для выполнения практических работ, бланками первичных документов для заполнения

Документы для проведения практики:

1. Положение о практике студентов

2. Рабочая программа учебной практики по специальности 42.02.01 Реклама, разрабатываемая образовательным учреждением и утверждаемая его руководителем.

3. Календарно-тематический план занятий практики.

4. Журнал практики.

5. Годовой (семестровый) план проведения учебной практики.

6. Приказ образовательного учреждения о назначении руководителей практики.

7. Расписание проведения практики.

8. График защиты отчетов

9. Отчеты студентов о прохождении практики.

10. Дневники студентов о прохождении практики.

11. Зачетные ведомости по аттестации студентов по итогам практики.

12. Аттестационные листы по практике

На практике использованы следующие организационные формы обучения:

– выполнение сквозного задания с итоговым анализом приобретенных практических навыков;

– практические занятия по решению производственных ситуаций по формированию практических умений;

– выполнение индивидуальных заданий;

– индивидуальные и групповые консультации

4.4. Кадровое обеспечение учебной практики

Руководство учебной практикой осуществляется педагогическим составом. Требования - высшее образование, соответствующее профилю специальности 42.02.01 Реклама.

4.5. Форма отчетности обучающегося по учебной практике

Формой отчетности обучающегося по учебной практике является **отчет** о выполнении работ и приложений к отчету, свидетельствующих о закреплении знаний, умений, приобретении практического опыта, формировании общих и профессиональных компетенций, освоении профессионального модуля, **дневник** о прохождении практики.

Студент в один из последних дней практики защищает отчет по практике. По результатам защиты обучающимися отчетов, выставляется дифференцированный зачет по практике.

Отчет о выполнении работ включает в себя следующие разделы:

титульный лист;

содержание;

практическая часть;

приложения.

Практическая часть отчета по практике включает главы и параграфы в соответствии с логической структурой изложения выполненных заданий по разделам курса.

Работа над отчетом по практике должна позволить руководителю оценить уровень развития общих и профессиональных компетенций обучающегося в рамках освоения профессионального модуля и установленных ФГОС СПО по конкретной специальности, или рабочей программой профессионального модуля.

Приложения могут состоять из дополнительных справочных материалов, имеющих вспомогательное значение, например: копий документов, выдержек из отчетных материалов, статистических данных, схем, таблиц, диаграмм, программ, положений и т.п.

5 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Контроль и оценка результатов прохождения практики осуществляется руководителем практики в процессе выполнения обучающимися индивидуальных производственных заданий, а также оформления отчетов в соответствии с программой практики, дневника по прохождению практики.

Сдача отчетной документации на проверку руководителю практики, получение оценки работы; сдача дифференцированного зачета по практике.

Дифференцированный зачет проводится в форме защиты отчета по учебной практике. Итоговая оценка определяется по шкале.

Шкала оценки образовательных достижений

Количество баллов	Оценка уровня подготовки	
	Балл (отметка)	Вербальный аналог
100-85	5	отлично
85 –70	4	хорошо
70 - 50	3	удовлетворительно
Менее 50	2	неудовлетворительно

Количество баллов определяется на основании следующих критериев по видам работ учебной практики.

Виды работ	Шкала оценки (максимальный балл)
1. Проведение ситуационного анализа 2. Поиск инсайта и ключевых рекламных решений 3. Разработка рекламной продукции 4. Использование типографики в графическом дизайне. 5. Создание информационного плаката. 6. Техника масло, карандаш, акварель в компьютерной графике. 7. Создание рекламных продуктов с цифровой живописью. 8. Визуальная коммуникация с использованием рекламной фотографии. 9. Определение задач учебной практики. 10. Техника безопасности.	35
11. Разработка темы и сюжета рекламной фотосессии. 12. Составление рекламного брифа по задачам фотосъёмки. 13. Подготовка и обозначение оборудования и реквизитов рекламной фотосессии. 14. Проведение фотосъемки. 15. Промежуточный анализ отснятого материала. 16. Обработка фотографий в графическом редакторе с использованием простых приемов создания и обработки изображения. 17. Зачёт 18. Формирование положительного имиджа бренда или персоны. 19. Определение задач учебной практики. 20. Техника безопасности.	35
21. Разработка темы и сюжета рекламной фотосессии; 22. Составление или импортирование рекламного брифа по задачам фотосъёмки.	30

23. Подготовка и обозначение оборудования и реквизитов рекламной фотосессии. 24. Жанр и стиль. Определение жанра и стиля рекламной фотосессии. 25. Персонажи, фотомодели. Объект и субъект. Натура, фотостудия. 26. Тестовые съёмки натуры для рекламной фотосессии. 27. Подготовка фотостудии для рекламной фотосессии (реквизит, аксессуары, набор осветительного оборудования и источников света). 28. Организация и проведение фотосъемки. Компьютерная обработка фотографий с использованием простых приемов создания и обработки изображения. 29. Защита проекта.	
Итого:	100

Приложение 1

Автономная некоммерческая организация профессиональная образовательная организация «Московский колледж деловой карьеры» (АНО ПОО «МКДК»)

ОТЧЕТ

о результатах прохождения учебной практики

Профессиональный модуль ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях

студента __ курса _____ формы обучения

по специальности **42.02.01. Реклама**

_____

(фамилия, имя, отчество обучающегося)

Москва 2024

ДНЕВНИК
по итогам прохождения
учебной практики

Группа_____курс_____

Специальность_____
(код специальности, наименование специальности)

Вид практики по профессиональному модулю _____
_____
_____
_____
_____

Ф.И.О. обучающегося_____
_____
_____

Наименование предприятия_____
_____

Срок практики с «_____»_____20____г.
по «_____»_____20____г.

Дата	Краткое содержание выполненной работы	Подпись руководителя

Приложение 2

Автономная некоммерческая организация профессиональная образовательная организация «Московский колледж деловой карьеры» (АНО ПОО «МКДК»)

Индивидуальное задание
для обучающегося, выполняемое в период практики
Учебная практика/Производственная практика
Профессиональный модуль ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях
(содержание и планируемые результаты)

студента ___ курса _____ формы обучения
по специальности **42.02.01. Реклама**

_____
(фамилия, имя, отчество обучающегося)
_____
_____
_____
_____

Планируемые результаты: _____
_____
_____

Руководитель практики от Колледжа
_____ /_____/
(подпись)
«___» _____ 20__ г.

Согласовано:
руководитель практики от профильной организации
_____ /_____/
(подпись)

Приложение 3

Рабочий график (план) проведения практики

№ п/п	Содержание практики: виды работ и индивидуальных заданий	Сроки выполнения работ и заданий	Отметка о выполнении
13.	Ознакомление с требованиями охраны труда. Ознакомление с требованиями пожарной безопасности. Ознакомление с требованиями техники безопасности. Ознакомление с правилами внутреннего трудового распорядка организации.	с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г.	
14.		с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г.	
15.		с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г.	
		с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г.	
		с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г.	
n	Систематизация материала и подготовка к зачету	с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г.	
	Итого:	**72 часа**	

Руководитель практики от Колледжа
_____ /_____/
(подпись)
Руководитель практики от профильной организации
_____ /_____/
(подпись)

Обучающийся _____ /_____/
(подпись)

«___» _____ 20__ г.

Приложение 4

Отзыв руководителя практики от профильной организации

о работе студента ___ курса _____ формы обучения, по специальности
42.02.01. Реклама
Профессиональный модуль ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях

_____
(фамилия, имя, отчество обучающегося)

_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____

Инструктаж с обучающимся по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка проведен.

Руководитель практики от профильной организации
_____ /_____/
(подпись)

«___» _____ 20__ г.

М.п.

Зачет по практике принят с **оценкой** _____

Руководитель практики от Колледжа
_____ /_____/
(подпись)
«___» _____ 20__ г.

Приложение 5.

АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ ПО УЧЕБНОЙ ПРАКТИКЕ

Профессиональный модуль ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях

_____ ФИО студента № группы

форма обучения_____

Специальность 42.02.01. Реклама

Место проведения практики (организация)

_____

Время проведения практики_____

Критерии и показатели работы, выполненной студентом во время практики:

Виды работ	Коды проверяемых результатов	Объем работ (час)	Шкала оценки (балл)	Фактическое количество баллов
1. Проведение ситуационного анализа 2. Поиск инсайта и ключевых рекламных решений 3. Разработка рекламной продукции 4. Использование типографики в графическом дизайне. 5. Создание информационного плаката. 6. Техника масло, карандаш, акварель в компьютерной графике. 7. Создание рекламных продуктов с цифровой живописью. 8. Визуальная коммуникация с использованием рекламной фотографии.	ОК 1,2,4,5,6, 9 ПК 4.1. ПК 4.2, ПК 4.3	24	35	

9. Определение задач учебной практики. 10. Техника безопасности.				
11. Разработка темы и сюжета рекламной фотосессии. 12. Составление рекламного брифа по задачам фотосъёмки. 13. Подготовка и обозначение оборудования и реквизитов рекламной фотосессии. 14. Проведение фотосъемки. 15. Промежуточный анализ отснятого материала. 16. Обработка фотографий в графическом редакторе с использованием простых приемов создания и обработки изображения. 17. Зачёт 18. Формирование положительного имиджа бренда или персоны. 19. Определение задач учебной практики. 20. Техника безопасности.	ОК 1,2,4,5,6, 9 ПК 4.1. ПК 4.2, ПК 4.3	24	35	
21. Разработка темы и сюжета рекламной фотосессии; 22. Составление или импортирование рекламного брифа по задачам фотосъёмки. 23. Подготовка и обозначение оборудования и реквизитов рекламной фотосессии.	ОК 1,2,4,5,6, 9 ПК 4.1. ПК 4.2, ПК 4.3	24	0	

24. Жанр и стиль. Определение жанра и стиля рекламной фотосессии. 25. Персонажи, фотомодели. Объект и субъект. Натура, фотостудия. 26. Тестовые съёмки натуры для рекламной фотосессии. 27. Подготовка фотостудии для рекламной фотосессии (реквизит, аксессуары, набор осветительного оборудования и источников света). 28. Организация и проведение фотосъемки. Компьютерная обработка фотографий с использованием простых приемов создания и обработки изображения. 29. Защита проекта.				
Итого:		72	100	

Место печати

Подпись директора Организации_____/_____/
Подпись ответственного лица от организации __/_____/

Приложение 4.8 к ПОП по специальности
42.02.01 Реклама

Автономная некоммерческая организация профессиональная образовательная организация «Московский колледж деловой карьеры»

(АНО ПОО «МКДК»)

УТВЕРЖДАЮ
Директор АНО ПОО
«Московский колледж деловой карьеры»
/ Неврова Л.В./
26.08.2024г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

ПО ПРОФИЛЮ СПЕЦИАЛЬНОСТИ ПП.04

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ МОДУЛЬ

ПМ.04. СОЗДАНИЕ КЛЮЧЕВЫХ ВЕРБАЛЬНЫХ И ВИЗУАЛЬНЫХ СООБЩЕНИЙ И ОСНОВНЫХ КРЕАТИВНЫХ РЕШЕНИЙ И ТВОРЧЕСКИХ МАТЕРИАЛОВ НА ОСНОВНЫХ РЕКЛАМНЫХ НОСИТЕЛЯХ

по специальности

42.02.01 Реклама

Квалификация Специалист по рекламе

сроки освоения программы -
По очной форме обучения:
на базе основного общего образования 2 года 10 месяцев.

Москва 2024

Рабочая программа производственной практики разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования по специальности 42.02.01. Реклама (приказ Минпросвещения РФ от 21.07.2023 № 552 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.02 «Реклама»).

Организация разработчик:	АНО ПОО «Московский колледж деловой карьеры» (АНО ПОО МКДК)

Рабочая программа производственной практики ПП.04 «Производственная практика по профилю специальности» рассмотрена и одобрена на заседании предметной (цикловой) комиссии по специальности 42.02.01 Реклама.
Протокол № 01 от 26.08.2024 г.

1 ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ПО ПРОФИЛЮ СПЕЦИАЛЬНОСТИ

1.1. Область применения программы

Производственная практика по профессиональному модулю ПМ.04. Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях предусматривает закрепление и углубление знаний полученных обучающимися в процессе теоретического обучения, приобретение ими необходимых умений практической работы по избранной специальности, овладение навыками профессиональной деятельности, приобретение практического опыта.

Программа практики является составной частью профессионального модуля ПМ.04. Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях, основной профессиональной образовательной программы по специальности СПО 42.02.01 Реклама

Рабочая программа производственной практики разрабатывалась в соответствии с:

4. ФГОС;
5. Рабочим учебным планом образовательного учреждения по профессии/специальности;
6. Рабочей программой профессионального модуля;

При прохождении практики обучающийся(аяся) должен(а) освоить соответствующие компетенции:

Код ОК	Формулировка компетенции	Знания, умения
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	**Умения:**
		распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте
		анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части
		определять этапы решения задачи
		выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы
		составлять план действия
		определять необходимые ресурсы

		владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах
		реализовывать составленный план
		оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)
		Знания:
		актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить
		основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте
		алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях
		методы работы в профессиональной и смежных сферах
		структуру плана для решения задач
		порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	**Умения:**
		определять задачи для поиска информации
		определять необходимые источники информации
		планировать процесс поиска
		структурировать получаемую информацию
		выделять наиболее значимое в перечне информации
		оценивать практическую значимость результатов поиска
		оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач
		использовать современное программное обеспечение
		использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач
		Знания:
		номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности
		приемы структурирования информации
		формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации
		порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	**Умения:**
		определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности
		применять современную научную профессиональную терминологию
		определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования
		выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи
		презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план
		рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования

		определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности
		презентовать бизнес-идею
		определять источники финансирования
		Знания:
		содержание актуальной нормативно-правовой документации
		современная научная и профессиональная терминология
		возможные траектории профессионального развития и самообразования
		основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности
		правила разработки бизнес-планов
		порядок выстраивания презентации
		кредитные банковские продукты
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	**Умения:**
		организовывать работу коллектива и команды
		взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности
		Знания:
		психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности
		основы проектной деятельности
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	**Умения:**
		грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе
		Знания:
		особенности социального и культурного контекста;
		правила оформления документов и построения устных сообщений
ОК 06	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения	**Умения:**
		проявлять гражданско-патриотическую позицию
		демонстрировать осознанное поведение
		описывать значимость своей специальности
		применять стандарты антикоррупционного поведения
		Знания:
		сущность гражданско-патриотической позиции
		традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений
		значимость профессиональной деятельности по специальности
		стандарты антикоррупционного поведения и последствия его нарушения
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	**Умения:**
		понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы

		участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы	
		строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности	
		кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые)	
		писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы	
		Знания:	
		правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы	
		основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика)	
		лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности	
		особенности произношения	
		правила чтения текстов профессиональной направленности	
Код ПК	**Уметь**	**Знать**	**Владеть навыками**
ПК 4.1.	-использовать поисковые системы интернета -использовать технологии поисково-контекстной рекламы и их системы размещения -определять эффективные УТП (уникальные торговые предложения) и офферы -доводить информацию заказчика до ЦА -использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество.	-виды и инструменты маркетинговых коммуникаций -отраслевую терминологию -требования к визуальным и текстовым материалам в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией -технологии воздействия на аудиторию при с применением визуальных и текстовых материалов в социальные сети и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам.	-подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом Уникального Торгового Предложения (УТП) -поиска и подбора оригинального нейма и слогана.
ПК 4.2.	-использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА -проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность.	-отраслевую терминологию важность учета -пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании	-определения оригинальной идеи для рекламной кампании -подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и

			коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом инсайта для РК.
ПК.4.3	-использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете -создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий -конвертировать файлы в нужные форматы -использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат -размещать рекламные материалы в социальных медиа -подбирать визуальные и текстовые материалы в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для интернет-продвижения -представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов -обеспечивать качественное функционирования сайта писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов -создавать графические материалы рекламного характера -находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА -разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации, представляя их в виде мудборда или референсов -составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для	-программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей возможности интернет-ресурсов для макетирования рекламных носителей виды сайтов, их - возможности и варианты применения требования к качественному функционированию сайтов -программное обеспечение, необходимое для макетирования рекламных носителей технические средства создания визуального контента -возможности и ресурсы для макетирования рекламных носителей -виды и инструменты маркетинговых коммуникаций -структуру брифа и требования к нему -важность учета пожеланий заказчика при разработке фирменного дизайна и элементов фирменного стиля -важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей -требования к электронной презентации для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией -технологии воздействия на аудиторию при	-оформления текстовых и графических документов -оформление рекламных носителей, в том числе - текстовых и графических -создания визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом, поставленных задач в области рекламы.

	размещения в социальных медиа -Создавать оригинальные, современные по стилю сайты -разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику -использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов -повышать информационную наглядность сайтов -создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях.	проведении презентаций и защит проектов.	

Цели производственной практики

- формирование у обучающихся профессиональных компетенций по модулю ПМ 04. в условиях работы на рекламных предприятиях.

- приобретение практического опыта по взаимодействию с субъектами рекламного рынка; по подготовке документации для регистрации авторского права.

Результатом прохождения практики по профессиональному модулю является: освоение **практического опыта:**

- 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.

Форма контроля: дифференцированный зачет (в качестве составной части за квалификационный экзамен по модулю)..

1.3 Количество часов на освоение программы производственной практики:

всего – 36 часов.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Тематический план производственной практики профессионального модуля

Виды работ

30. Получение задания, составление брифа, утверждение у заказчика
31. Поиск инсайта и ключевых рекламных решений
32. Разработка рекламной продукции
33. Сдача проекта заказчику
34. Художественное редактирование растровых изображений, создание рекламного плаката, в основе которого лежит фотомонтаж.
35. Создания шрифтовых композиций. Спецэффекты
36. выбор художественной формы реализации рекламной идеи;
37. создание визуального образа с рекламными функциями;
38. художественное конструирование рекламных продуктов по заданию
39. Характеристика предприятия, организационная структура предприятия.
40. Основные виды деятельности, ассортимент продукции, структура управления, должностные обязанности специалистов организации.
41. Место фотографии в цепочке рекламной продукции.
42. Анализ рекламной деятельности предприятия.
43. Организация и подготовка выпуска, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы.
44. Технология организации и проведения фотосопровождения.
45. Финишные визуальные работы.

4.УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

4.1 Требования к минимальному материально-техническому обеспечению.

Реализация программы ПМ требует наличия учебных кабинетов - компьютерный класс, кабинет композиции и макетирования; компьютерной графики и видеомонтажа; фотолаборатория.

Оборудование учебного кабинета:

-посадочные места по количеству обучающихся

- рабочее место преподавателя

- специализированная мебель

Технические средства обучения:

- компьютер для оснащения рабочего места преподавателя

- проектор

- экран

-компьютер

-доступ к сети Интернет

- программное обеспечение общего и профессионального назначения

- комплект учебно-методической документации.

4.2. Перечень учебных изданий, Интернет ресурсов, основной и дополнительной литературы.

Основные источники:

1. Бернбах, Б. Библия Билла Бернбаха: история рекламы, которая изменила рекламный бизнес / Б. Бернбах, Б. Левенсон. - М.: Издательство "Эксмо" ООО, 2021. - 288 с.

2. Бушков, Василий Дизайн рекламы. 10 иллюстрированных уроков / Василий Бушков. - М.: Издательские решения, 2019. - 312 с.

3. Бхаскаран, Лакшми Анатомия дизайна. Реклама, книги, газеты, журналы / Лакшми Бхаскаран. - М.: АСТ, Астрель, ОГИЗ, 2019. - 256 с.

4. Бхаскаран, Лакшми Анатомия дизайна: реклама, книги, газеты, журналы / Лакшми Бхаскаран. - М.: АСТ, 2019. - 637 с.

5. Головач, В.В. Дизайн пользовательского интерфейса (v 1.2) / В.В. Головач. - М.: 2020. - 138 с.

6. Голубятников, И.В. Дизайн. История, современность, перспективы: моногр. / И.В. Голубятников. - М.: ИЗД-ВО "МИР ЭНЦИКЛОПЕДИЙ", 2022. - 224 с.

7. Данилов, Александр Идея, сценарий, дизайн в рекламе / Александр Данилов. - М.: ДАН, 2021. - 252 с.

8. Зурабова Анастасия., Фуд-фотография. От теории к практике., Эксмо., М., 2020.

9. Карповская, Елена Визуальные коммуникации в графическом дизайне. От шрифтов и композиции к эффективным навыкам рекламы / Елена Карповская. - М.: LAP Lambert Academic Publishing, 2019. - 277 с.

10. Келби С., Цифровая фотография.Т. 1., Диалектика., Москва; Санкт-Петербург; Киев., 2020.

11. Коттон Ш., Фотография как современное искусство., Ад Маргинем., -М., 2020.

12. Курушин, В. Д. Графический дизайн и реклама / В.Д. Курушин. - М.: ДМК Пресс, 2019. - 204 с.

13. Курушин, В. Д. Дизайн и реклама. От теории к практике / В.Д. Курушин. - М.: ДМК Пресс, 2019. - 662с.

14. Курушин, В.Д. Графический дизайн и реклама / В.Д. Курушин. - М.: ДМК Пресс, 2020. - 270 с.

15. Марио, Прикен Идеал. Стратегический менеджмент идей для маркетинга, рекламы, СМИ и дизайна: кузница идей - алхимия творчества / Прикен Марио. - М.: Дитон, 2020. - 743 с.

16. Мокшанцев Р. И. «Психология рекламы» - М.: ИНФРА-М, 2020.

17. Овчинникова, Р. Ю. Дизайн в рекламе / Р.Ю. Овчинникова. - М.: Юнити-Дана, 2022. - 240 с.

18. Овчинникова, Р.Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования. Гриф УМО МО РФ / Р.Ю. Овчинникова. - М.: Юнити-Дана, 2019. – 383с.

19. Павловская, Елена Дизайн рекламы: поколение NEXT / Елена Павловская. - М.: Питер, 2019. - 320 с.

20. Пайл, Д. Дизайн интерьеров и архитектура. 6000 лет истории / Д. Пайл. - М.: АСТ, 2020. - 285 с.

21. Пигулевский, В.О. Визуальные коммуникации в рекламе и дизайне / В.О. Пигулевский. - М.: Институт прикладной психологии "Гуманитарный центр", 2021. - 851 с.

22. Романычева, Э. Т. Дизайн и реклама. Компьютерные технологии / Э.Т. Романычева. - М.: ДМК Пресс, 2022. - 573 с.

23. Сьюзи, Ходж Дизайн. Почему это шедевр. 80 историй уникальных предметов / Ходж Сьюзи. - М.: Синдбад, 2020. - 378 с.

24. Тангейт, Марк Всемирная история рекламы / Марк Тангейт. - М.: Альпина Диджитал, 2018. - 634 с.

25. Тимофеева, М. А. Дизайн в Швеции. История концепций и эволюция форм / М.А. Тимофеева. - М.: РГГУ, 2020. - 304 с.

26. Тимофеева, М. Дизайн в Швеции. История концепций и эволюция форм / М. Тимофеева. - М.: Российский государственный гуманитарный университет (РГГУ), 2020. - 774 с.

27. Уильямс Р. «Не дизайнерская книга о дизайне» - М.: Инфра-М., 2020.

28. Фисун П.К., Фотография. Школа мастерства., АСТ: Кладезь., - М., 2020.

29. Фотография: практическое руководство: 355 секретов и уникальных советов для самых удачных снимков = Фотография: полный курс мастерства., АСТ: Кладезь., -М 2020.

30. Эвами М. «Logo. Создание логотипов. Самые современные разработки» - СПб.: Питер, 2019.

Дополнительные источники

Интернет-ресурсы:

1. Рекламный совет России: www.a-z.ru/assoc/osr/

2. Ассоциация коммуникационных агентств России: http://www.akarussia.ru/

3. Международная рекламная ассоциация. Российское отделение: http://www.iaa.ru/15

4. Сайт о креативе в рекламе http://www.creatiff.ru/

5. Сайт о рекламном рынке adindex.ru;

6. Сайт Федеральной антимонопольной службы www.fas.gov.ru;

7. Сайт Большая энциклопедия рекламы www.bigadvenc.ru

8. Рекламный сайт "Advertising.ru": http://www.advertising.ru

9. Сайт "Advertology.ru": www.advertology.ru/

10. Центр правового регулирования рекламной деятельности: http://www.cprrd.ru/.

11. Fototips.ru — советы по оборудованию, съёмке, обработке.

12. Просты фокусы — ежедневные статьи по самым разнообразным темам для фотографов.

13. Photo-Monster — советы по фотосъёмке от профессионалов.

14. Основы фотографии от онлайн-фотошколы.

15. Раздел «Культпросвет» на сайте Photograher.ru — статьи по теории и практике, а также вдохновляющие интервью.

16. Раздел уроков по категориям на сайте Russian Photo.

17. Уроки фотографии, обработка фото, ретушь фотографий на сайте журнала «Фотоиндустрия».

18. Вдохновляющие советы на сайте Photomotion.ru.

19. Уроки от Prophotos.

20. Советы от Digital Camera World.

21. MorgueFile Classroom — 10 уроков по фотографии от фриланс-фотографа Джоди Костона (Jodie Coston).

22. Photonet learning — раздел с уроками по категориям одного из самых масштабных фоторесурсов на английском языке.

23. Photomanual — доступно о фотографии.

24. ВАМР — уроки по мобильной фотографии

25. Библиотека книг по фотографии.

4.3. Общие требования к организации производственной практики

Организация практики на всех этапах должна обеспечивать:

– выполнение требований ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама;

– непрерывность, комплексность, последовательность овладения студентами профессиональной деятельностью в соответствии с программой практики, предусматривающей логическую взаимосвязь и сочетание теоретического и практического обучения, преемственность всех этапов практики.

Содержание всех этапов производственной практики определяется программой практики, обеспечивающей дидактически обоснованную последовательность процесса овладения студентами системой профессиональных умений и навыков, целостной профессиональной деятельностью и первоначальным профессиональным опытом в соответствии с требованиями ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама.

Для проведения производственной практики каждый обучающийся должен быть обеспечен заданиями для выполнения практических работ, бланками первичных документов для заполнения

Документы для проведения практики:

13.Положение о практике студентов

14. Рабочая программа производственной практики по специальности 42.02.01 Реклама, разрабатываемая образовательным учреждением и утверждаемая его руководителем.

15. Календарно-тематический план занятий практики.

16. Журнал практики.

17. Годовой (семестровый) план проведения производственной практики.

18. Приказ образовательного учреждения о назначении руководителей практики.

19. Расписание проведения практики.

20. График защиты отчетов

21. Отчеты студентов о прохождении практики.

22. Дневники студентов о прохождении практики.

23. Зачетные ведомости по аттестации студентов по итогам практики.

24. Аттестационные листы по практике

На практике использованы следующие организационные формы обучения:

– выполнение сквозного задания с итоговым анализом приобретенных практических навыков;

– практические занятия по решению производственных ситуаций по формированию практических умений;

– выполнение индивидуальных заданий;

– индивидуальные и групповые консультации

4.4. Кадровое обеспечение учебной практики

Руководство производственной практикой осуществляется педагогическим составом. Требования - высшее образование, соответствующее профилю специальности 42.02.01 Реклама.

4.5. Форма отчетности обучающегося по производственной практике

Формой отчетности обучающегося по производственной практике является **отчет** о выполнении работ и приложений к отчету, свидетельствующих о закреплении знаний, умений, приобретении практического опыта, формировании общих и профессиональных компетенций, освоении профессионального модуля, **дневник** о прохождении практики.

Студент в один из последних дней практики защищает отчет по практике. По результатам защиты обучающимися отчетов, выставляется дифференцированный зачет по практике.

Отчет о выполнении работ включает в себя следующие разделы:

титульный лист;

содержание;

практическая часть;

приложения.

Практическая часть отчета по практике включает главы и параграфы в соответствии с логической структурой изложения выполненных заданий по разделам курса.

Работа над отчетом по практике должна позволить руководителю оценить уровень развития общих и профессиональных компетенций обучающегося в рамках освоения профессионального модуля и установленных ФГОС СПО по конкретной специальности, или рабочей программой профессионального модуля.

Приложения могут состоять из дополнительных справочных материалов, имеющих вспомогательное значение, например: копий документов, выдержек из отчетных материалов, статистических данных, схем, таблиц, диаграмм, программ, положений и т.п.

5 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Контроль и оценка результатов прохождения практики осуществляется руководителем практики в процессе выполнения обучающимися индивидуальных производственных заданий, а также оформления отчетов в соответствии с программой практики, дневника по прохождению практики.

Сдача отчетной документации на проверку руководителю практики, получение оценки работы; сдача дифференцированного зачета по практике.

Дифференцированный зачет проводится в форме защиты отчета по учебной практике. Итоговая оценка определяется по шкале.

Шкала оценки образовательных достижений

Количество баллов	Оценка уровня подготовки	
	Балл (отметка)	Вербальный аналог
100-85	5	отлично
85 –70	4	хорошо
70 - 50	3	удовлетворительно
Менее 50	2	неудовлетворительно

Количество баллов определяется на основании следующих критериев по видам работ производственной практики.

Виды работ	Шкала оценки (максимальный балл)
30. Получение задания, составление брифа, утверждение у заказчика 31. Поиск инсайта и ключевых рекламных решений 32. Разработка рекламной продукции 33. Сдача проекта заказчику	30
34. Художественное редактирование растровых изображений, создание рекламного плаката, в основе которого лежит фотомонтаж. 35. Создания шрифтовых композиций. Спецэффекты 36. выбор художественной формы реализации рекламной идеи; 37. создание визуального образа с рекламными функциями; 38. художественное конструирование рекламных продуктов по заданию 39. Характеристика предприятия, организационная структура предприятия.	30
40. Основные виды деятельности, ассортимент продукции, структура управления, должностные обязанности специалистов организации. 41. Место фотографии в цепочке рекламной продукции. 42. Анализ рекламной деятельности предприятия. 43. Организация и подготовка выпуска, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы. 44. Технология организации и проведения фотосопровождения. 45. Финишные визуальные работы.	40
Итого:	100

Приложение 1

Автономная некоммерческая организация профессиональная образовательная организация «Московский колледж деловой карьеры» (АНО ПОО «МКДК»)

ОТЧЕТ

о результатах прохождения производственной практики

Профессиональный модуль ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях

студента __ курса _____ формы обучения

по специальности **42.02.01. Реклама**

_____

(фамилия, имя, отчество обучающегося)

Москва 2024

ДНЕВНИК

по итогам прохождения
производственной практики

Группа_____курс_____

Специальность_____
(код специальности, наименование специальности)

Вид практики по профессиональному модулю _____
_____
_____
_____
_____

Ф.И.О. обучающегося_____
_____
_____

Наименование предприятия_____
_____

Срок практики с «_____»_____20____г.
по «_____»_____20____г.

Дата	Краткое содержание выполненной работы	Подпись руководителя

Приложение 2

Автономная некоммерческая организация профессиональная образовательная организация «Московский колледж деловой карьеры» (АНО ПОО «МКДК»)

Индивидуальное задание
для обучающегося, выполняемое в период практики
Учебная практика/Производственная практика
Профессиональный модуль ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях
(содержание и планируемые результаты)

студента ___ курса _____ формы обучения
по специальности **42.02.01. Реклама**

_____
(фамилия, имя, отчество обучающегося)

_____
_____
_____
_____

Планируемые результаты: _____
_____
_____

Руководитель практики от Колледжа
_____ /_____/
(подпись)
«___» _____ 20__ г.

Согласовано:
руководитель практики от профильной организации
_____ /_____/
(подпись)

Приложение 3

Рабочий график (план) проведения практики

№ п/п	Содержание практики: виды работ и индивидуальных заданий	Сроки выполнения работ и заданий	Отметка о выполнении
16.	Ознакомление с требованиями охраны труда. Ознакомление с требованиями пожарной безопасности. Ознакомление с требованиями техники безопасности. Ознакомление с правилами внутреннего трудового распорядка организации.	с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г.	
17.		с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г.	
18.		с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г.	
		с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г.	
		с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г.	
n	Систематизация материала и подготовка к зачету	с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г.	
	Итого:	**36 часов**	

Руководитель практики от Колледжа
_____ /_____/
(подпись)
Руководитель практики от профильной организации
_____ /_____/
(подпись)

Обучающийся _____ /_____/
(подпись)

«___» _____ 20__ г.

Приложение 4

Отзыв руководителя практики от профильной организации

о работе студента ___ курса _____ формы обучения, по специальности
42.02.01. Реклама
Профессиональный модуль ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях

_____
(фамилия, имя, отчество обучающегося)

_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____

Инструктаж с обучающимся по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка проведен.

Руководитель практики от профильной организации
_____ /_____/
(подпись)

«___» _____ 20__ г.

М.п.

Зачет по практике принят с **оценкой** _____

Руководитель практики от Колледжа
_____ /_____/
(подпись)
«___» _____ 20__ г.

Приложение 5.

АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ

Профессиональный модуль ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях

_____ ФИО студента № группы

форма обучения_____

Специальность 42.02.01. Реклама

Место проведения практики (организация)

_____

Время проведения практики_____

Критерии и показатели работы, выполненной студентом во время практики:

Виды работ	Коды проверяемых результатов	Объем работ (час)	Шкала оценки (балл)	Фактическое количество баллов
1. Получение задания, составление брифа, утверждение у заказчика 2. Поиск инсайта и ключевых рекламных решений 3. Разработка рекламной продукции 4. Сдача проекта заказчику	ОК 1,2,4,5,6,9 ПК 4.1. ПК 4.2, ПК 4.3	10	30	
5. Художественное редактирование растровых изображений, создание рекламного плаката, в основе которого лежит фотомонтаж. 6. Создания шрифтовых	ОК 1,2,4,5,6,9 ПК 4.1. ПК 4.2, ПК 4.3	10	30	

композиций. Спецэффекты 7. выбор художественной формы реализации рекламной идеи; 8. создание визуального образа с рекламными функциями; 9. художественное конструирование рекламных продуктов по заданию 10. Характеристика предприятия, организационная структура предприятия.				
11. Основные виды деятельности, ассортимент продукции, структура управления, должностные обязанности специалистов организации. 12. Место фотографии в цепочке рекламной продукции. 13. Анализ рекламной деятельности предприятия. 14. Организация и подготовка выпуска, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и	ОК 1,2,4,5,6,9 ПК 4.1. ПК 4.2, ПК 4.3	16	40	

современных средств рекламы. 15. Технология организации и проведения фотосопровождения. 16. Финишные визуальные работы.				
Итого:		36	100	

Место печати

Подпись директора Организации_____/_____/
Подпись ответственного лица от организации __/_____/

Приложение 4.9 к ПОП по специальности 42.02.01 Реклама

Автономная некоммерческая организация профессиональная образовательная организация «Московский колледж деловой карьеры»

(АНО ПОО «МКДК»)

УТВЕРЖДАЮ
Директор АНО ПОО
«Московский колледж деловой карьеры»
/ Неврова Л.В./
26.08.2024г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ) ПРАКТИКИ

ПДП

по специальности

42.02.01 Реклама

Квалификация Специалист по рекламе

сроки освоения программы -
По очной форме обучения:
на базе основного общего образования 2 года 10 месяцев.

Москва 2024

Рабочая программа производственной (преддипломной) практики разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования по специальности 42.02.01. Реклама (приказ Минпросвещения РФ от 21.07.2023 № 552 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.02 «Реклама»)

Организация разработчик:	АНО ПОО «Московский колледж деловой карьеры» (АНО ПОО МКДК)

Рабочая программа производственной (преддипломной) практики ПДП рассмотрена и одобрена на заседании предметной (цикловой) комиссии по специальности 42.02.01 Реклама.
Протокол № 01 от 26.08.2024 г.

1 ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ) ПРАКТИКИ

1.1. Область применения программы

Производственная (преддипломная) практика по специальности 42.02.01 Реклама предусматривает закрепление и углубление знаний полученных обучающимися в процессе теоретического обучения, приобретение ими необходимых умений практической работы по избранной специальности, овладение навыками профессиональной деятельности, приобретение практического опыта.

Производственная (преддипломная) практика направлена на получение первоначального практического опыта и в зависимости от специальности может иметь один или несколько видов профессиональной деятельности.

Целью практики является формирование профессиональных и общих компетенций по специальности. При разработке содержания производственной (преддипломной) практики были выделены в соответствии с ФГОС СПО необходимые для овладения практический опыт, умения и знания, а также виды профессиональной деятельности, включенные в программу профессионального модуля.

Программа производственной практики разработана в соответствии с учебным планом и согласованна с организациями участвующими в проведении практики.

Это заключительный вид практической деятельности студентов по освоению практического опыта, приобретению навыков и умений профессиональной деятельности и в соответствии с научными и профессиональными интересами, подготовка экспериментального материала для написания выпускной квалификационной работы.

Производственная (преддипломная) практика должна проводиться в организациях, направление деятельности которых соответствует профилю подготовки обучающихся. Производственная практика проводится в организациях на основании договоров между организацией и образовательным учреждением.

В результате освоения обучающийся должен уметь и знать:

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;

– 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;

– проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей;

– анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп;

– проводить сегментирование рынка;

– принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта;

– 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;

– 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;

знать:

– выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы;

– приемы и принципы составления рекламного текста;

– композицию, шрифтовую и художественную графики в рекламе;

– методы проектирования рекламного продукта;

– методы психологического воздействия на потребителя.

– 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.

– задачи, цели и общие требования к рекламе;

– основные направления рекламной деятельности;

– виды рекламной деятельности;

– структуру рекламного рынка.

– 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; 7

– аспекты планирования рекламы;

– этапы принятия и реализации управленческих решений;

— 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 работы..

Рекомендуемые формы отчетности студентов по производственной (преддипломной) практике - дневник, характеристика, отчёт и портфолио проектов документов, как результаты работы, выполненной в период практики в соответствии с тематикой заданий практики по ходу работы.

Аттестация по итогам производственной (преддипломной) практики проводится с учетом результатов, подтвержденных документами соответствующих организаций.

Формой аттестации по производственной (преддипломной) практике является дифференцированный зачет.

Программа производственной преддипломной (далее – преддипломной) практики является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности по специальности 42.02.01 Реклама

(подготовка специалистов среднего звена базовой подготовки) в части освоения основных видов профессиональной деятельности (ВПД):

1. Разработка и создание дизайна рекламной продукции.
2. Производство рекламной продукции.
3. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта.
4. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта.
5. Выполнение работ по профессии агент рекламный.

В результате прохождения преддипломной практики по ВПД обучающийся должен освоить:

Оцениваемые виды деятельности	Профессиональные компетенции
ВД 1. Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	ПК 1.1. Определять целевую аудиторию и целевые группы
	ПК 1.2. Проводить анализ объема рынка
	ПК 1.3. Проводить анализ конкурентов
	ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий
ВД 2 Разработка и осуществление стратегического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	ПК 2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий
	ПК 2.2. Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах
ВД 3 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	ПК 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет
	ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интерне
	ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях
ВД 4 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на	ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании
	ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решения в целях тактического планирования рекламной

основных рекламных носителях	коммуникационной кампании
	ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет

Код компетенции	**Формулировка компетенции**	**Знания, умения**
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	**Умения:**
		распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте
		анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части
		определять этапы решения задачи
		выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы
		составлять план действия
		определять необходимые ресурсы
		владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах
		реализовывать составленный план
		оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)
		Знания:
		актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить
		основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте
		алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях
		методы работы в профессиональной и смежных сферах
		структуру плана для решения задач
		порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности
ОК 02		**Умения:**

	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	определять задачи для поиска информации
		определять необходимые источники информации
		планировать процесс поиска
		структурировать получаемую информацию
		выделять наиболее значимое в перечне информации
		оценивать практическую значимость результатов поиска
		оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач
		использовать современное программное обеспечение
		использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач
		Знания:
		номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности
		приемы структурирования информации
		формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации
		порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать	**Умения:**
		определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности
		применять современную научную профессиональную терминологию
		определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования
		выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи
		презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план
		рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования

	знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности
		презентовать бизнес-идею
		определять источники финансирования
		Знания:
		содержание актуальной нормативно-правовой документации
		современная научная и профессиональная терминология
		возможные траектории профессионального развития и самообразования
		основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности
		правила разработки бизнес-планов
		порядок выстраивания презентации
		кредитные банковские продукты
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	**Умения:**
		организовывать работу коллектива и команды
		взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности
		Знания:
		психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности
		основы проектной деятельности
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	**Умения:**
		грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе
		Знания:
		особенности социального и культурного контекста;
		правила оформления документов и построения устных сообщений

ОК 06	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения	**Умения:**
		описывать значимость своей специальности
		применять стандарты антикоррупционного поведения
		Знания:
		сущность гражданско-патриотической позиции, общечеловеческих ценностей
		значимость профессиональной деятельности по специальности
		стандарты антикоррупционного поведения и последствия его нарушения
ОК 07	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях	**Умения:**
		соблюдать нормы экологической безопасности;
		определять направления ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности по специальности, осуществлять работу с соблюдением принципов бережливого производства
		организовывать профессиональную деятельность с учетом знаний об изменении климатических условий региона
		Знания:
		правила экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности
		основные ресурсы, задействованные в профессиональной деятельности
		пути обеспечения ресурсосбережения
		принципы бережливого производства

		основные направления изменения климатических условий региона
ОК 08	Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности	**Умения:**
		использовать физкультурно-оздоровительную деятельность для укрепления здоровья, достижения жизненных и профессиональных целей
		применять рациональные приемы двигательных функций в профессиональной деятельности
		пользоваться средствами профилактики перенапряжения, характерными для данной специальности
		Знания:
		роль физической культуры в общекультурном, профессиональном и социальном развитии человека
		основы здорового образа жизни
		условия профессиональной деятельности и зоны риска физического здоровья для специальности
		средства профилактики перенапряжения
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	**Умения:**
		понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы
		участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы
		строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности
		кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые)
		писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы
		Знания:
		правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы
		основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика)

		лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности
		особенности произношения
		правила чтения текстов профессиональной направленности

Форма контроля: дифференцированный зачет

1.3 Количество часов на освоение программы ПДП:

всего – 144 часа.

2. СТРУКТУРА И ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. ОРГАНИЗАЦИЯ И РУКОВОДСТВО ПРАКТИКОЙ

Организация и руководство практикой осуществляется в соответствии с настоящей программой.

Для прохождения практики из числа преподавателей кафедрой назначается руководитель, который должен обеспечить ее проведение в соответствии с программой.

Содержание практики каждого студента с учетом индивидуального задания должно быть раскрыто в плане выполнения индивидуального задания.

Перед началом практики руководитель проводит со студентами консультации по содержанию практики с учетом выбранной темы ВКР.

Студенту должен быть изложен порядок оформления всей документации, связанной с прохождением практики, сбором материалов для отчета и ВКР.

Нормативные и справочные материалы, полученные в период прохождения практики, должны быть обработаны и приложены к отчету.

По окончании срока прохождения практики студент подготавливает отчет.

В период прохождения практики студент обязан:

— посещать место проведения производственной (преддипломной) практики в течение всего установленного срока;

— соблюдать трудовую дисциплину, установленную в организации;

— выполнить задание производственной (преддипломной) практики;

— оформить отчет по производственной практике и соответствующие документы согласно заданию.

Со стороны баз практики - предприятие (организация) обеспечивает следующее:

— создает необходимые условия для прохождения студентами практики, в т.ч. выделяет руководителя практики или консультанта;

— контролирует ход практики;

— проводит консультации по всем вопросам, связанным с выполнением заданий практики, представляет необходимые материалы;

— удостоверяет отчет (дневник) о прохождении практики на данном предприятии (в организации).

Практика должна проходить по следующим этапам:

1. Ознакомление с предприятием (организацией).

По результатам предварительного ознакомления с предприятием студент готовит его краткую технико-экономическую характеристику, в которой должно быть отражено следующее:

— организационно-штатная и функциональная система управления предприятием;

— отраслевая особенность предприятия;

— рекламная политика; 8

— основные производственно-экономические показатели деятельности организации, в том числе рекламной.

2. Ознакомление с основными подразделениями, причастными к рекламной деятельности. По результатам прохождения практики студенты должны знать:

— организационно-управленческую структуру предприятия.

— особенности и специализацию рекламной деятельности предприятия/организации.

— степень применения рекламных технологий.

3. Выполнение индивидуального задания по специальности

Сбор и изучение практических материалов по выбранной теме ВКР.

2.2 МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПДП.00.

Производственная практика (преддипломная практика)

Общие положения

Студент, не выполнивший программу практики или получивший отрицательный отзыв о работе - может быть направлен на практику повторно, в

свободное от учебы время. Колледж своевременно распределяет и направляет студентов по местам производственной (преддипломной) практики.

Студент может самостоятельно определить место прохождения практики в соответствии со специальностью. В этом случае, необходимо не позднее, чем за месяц до ее начала представить в учебную часть письменное заявление о месте прохождения практики.

По окончании срока прохождения практики студент подготавливает отчет.

Документы производственной (преддипломной) практики

До начала производственной (преддипломной) практики на установочном семинаре учащийся колледжа получает комплект документов:

– методические указания по производственной практике;

– направление на практику (Приложение 1);

– задание на производственную практику (Приложение 2);

– титульный лист (Приложение 3)

– форму дневника производственной (преддипломной) практики (Приложение 4);

– форму характеристики студента по месту производственной (преддипломной) практики (Приложение 5).

По окончании производственной (преддипломной) практики студенты проходят ее защиту с предоставление заполненных отчетных документов (дневник, отчет, характеристика, выполненные задания).

Результаты защиты производственной (преддипломной) практики вносятся в ведомости, зачетные книжки и приложение к диплому.

Проведение зачета по производственной практике планируется в последний день практики.

Основные требования по заполнению дневника

1. Заполнить информационную часть.

2. Совместно с преподавателем-руководителем практики составить план работы и индивидуальное задание. Подписать у руководителя.

3. Получить в отделе кадров отметку о прибытии на место практики.

4. Регулярно записывать все выполненные работы на предприятии и подписывать у руководителя от предприятия.

5. Одни раз в неделю (во время консультации) представлять дневник на просмотр преподавателю-руководителю практики.

6. Получит отзыв руководителей практики от организации и кафедры.

7. Получить в отделе кадров отметку о завершении практики на предприятии.

Составить отчет по практике в соответствии с требованиями программы по специальности (специализации). В установленный день защитить отчет о практике (в форме зачета с оценкой), Основанием для допуска к зачету является правильно оформленный дневник и отчет по практике.

Студенты, не прошедшие практику подлежат отчислению.

Требования к оформлению отчета о прохождении производственной практики (преддипломная практика)

Отчет по практике оформляется в папку и состоит из нижеперечисленных документов в следующем порядке:

1. титульный лист (Приложение 3);

2. направление на практику (Приложение 1);

3. оглавление (Приложение 6; по нумерации страница 3);

4. методические указания по производственной практике;

5. задание на производственную практику (Приложение 2);

6. дневник практики (Приложение 4);

7. характеристика студента, выданная по месту прохождения производственной (преддипломной) практики (Приложение 5);

8. отчет по производственной практике (выполненное задание по производственной преддипломной практике).

Отчет по прохождению производственной (преддипломной) практики оформляется на 20-25 листах бумаги ротаторного (печатного) формата А4.

Отчет по прохождению производственной (преддипломной) практики печатается шрифтом Times New Roman, размер шрифта 14.

Поля отчета верхнее и нижнее поле- 2 см., левое поле–3 см., правое поле-1см.

Пронумерованные листы (нумерация начинается с 3-й страницы-оглавления) отчета брошюруются в папку-скоросшиватель, которая оформляется по установленному выше образцу.

Отчет должен состоять из ряда разделов и содержать иллюстративный материал в виде выполненных заданий по практике, дополнительно в отчет по производственной практике могут быть включены таблицы, схемы, диаграммы, графики.

Отчет по прохождению производственной (преддипломной) практики должен состоять из следующих разделов:

1. Вводная часть;

2. Основная часть;

3. Заключительная часть.

В водной части отчета по практике учащийся колледжа должен указать период (даты) и место прохождения производственной (преддипломной) практики, структурную систему организации, нормативно-правовые акты, регулирующие деятельность данной организации.

В основной части отчета по практике учащийся колледжа должен выполнить задание по сбору информации к выполнению практической части ВКР (Приложение 2).

В заключение отчета формируются выводы и предложения учащегося колледжа.

Дневник производственной (преддипломной) практики должен содержать ежедневные краткие записи о проделанной учащимся колледжа работе (ознакомление с документами организации; оформление документов и т. д.).

Дневник практики заверяется подписью руководителя организации и печатью.

Отзыв-характеристика руководителя производственной (преддипломной) практики должна содержать Ф.И.О. студента, подпись руководителя организации и печать организации по месту прохождения производственной (преддипломной) практики.

Документы по прохождению производственной (преддипломной) практики, выданные на установочном семинаре до начала практики учащемуся колледжа,

должны быть заполнены в печатном виде. К защите отчета по производственной (преддипломной) практике учащийся колледжа должен знать основные понятия, согласно задания на производственную практику.

Приложение 1

Автономная некоммерческая организация профессиональная образовательная организация «Московский колледж деловой карьеры» (АНО ПОО «МКДК»)

НАПРАВЛЕНИЕ

НА ПРОИЗВОДСТВЕННУЮ ПРАКТИКУ (ПРЕДДИПЛОМНУЮ)

специальность 42.02.01 «РЕКЛАМА»

ФИО_____

Курс _____

Группа_____

Форма обучения _____

Место практики

_____

_____

Срок практики с «___»_____202_ г. до «___»_____202_ г.

Руководитель практики: _____/подпись руководителя/

Собеседование проведено: _____/подпись студента/

«_____» _____ 202 г.

М.П.

Зам. директора по УМР

Москва 2024

Приложение 2

ЗАДАНИЕ

НА ПРОИЗВОДСТВЕННУЮ ПРАКТИКУ (ПРЕДДИПЛОМНУЮ)

специальность 42.02.01 «РЕКЛАМА»

1. Ознакомление с предприятием (организацией).

По результатам предварительного ознакомления с предприятием студент готовит его краткую технико-экономическую характеристику, в которой должно быть отражено следующее:

— организационно-штатная и функциональная система управления предприятием;

— отраслевая особенность предприятия;

— рекламная политика;

— основные производственно-экономические показатели деятельности организации, в том числе рекламной.

2. Ознакомление с основными подразделениями, причастными к рекламной деятельности

По результатам прохождения практики студенты должны знать:

— организационно-управленческую структуру предприятия.

— особенности и специализацию рекламной деятельности предприятия/организации.

— степень применения рекламных технологий.

3. Индивидуальное задание по специальности

Изучение практических вопросов организации по выбранной теме ВКР.

Приложение 3

Автономная некоммерческая организация профессиональная образовательная организация «Московский колледж деловой карьеры» (АНО ПОО «МКДК»)

ОТЧЕТ

о результатах прохождения производственной (преддипломной) практики

по специальности 42.02.01 «РЕКЛАМА»

студента __ курса _____ формы обучения

_____

(фамилия, имя, отчество обучающегося)

Москва 2024

Приложение 4

ДНЕВНИК

по итогам прохождения
производственной (преддипломной) практики

Группа_____курс_____

Специальность_____
(код специальности, наименование специальности)

Ф.И.О. обучающегося_____
_____
_____

Наименование предприятия_____
_____

Срок практики с «_____»_____20____г.
по «_____»_____20____г.

Записи о работах, выполненных в период прохождения практики

Дата	**Краткое содержание выполненной работы**	**Подпись руководителя**

Приложение 5

ХАРАКТЕРИСТИКА

РАБОТЫ СТУДЕНТА ПО МЕСТУ ПРОХОЖДЕНИЯ

ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ) ПРАКТИКИ

(с указанием степени его теоретической подготовки, трудовой дисциплины)

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

Руководитель практики от профильной организации

_____ /_____/

(подпись)

М.П.

Обучающийся _____ /_____/

(подпись)

«___» _____ 20__ г.

Приложение 6

Пример оформления оглавления

Оглавление

Вводная часть.....3

Основная часть отчета по производственной практике.....6

Заключительная часть.....17

Список используемых источников.....20

Перечень принятых терминов.....23

Приложения 25

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы дисциплины ПДП.00. ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА (ПРЕДДИПЛОМНАЯ) по специальности 42.02.01 «РЕКЛАМА» требует наличия места прохождения.

Производственная практика (преддипломная) является составной обязательной частью основной образовательной программы среднего профессионального образования в АНО ПОО «МКДК»

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основная литература

1. Епифанова, А. Г. История графического дизайна и рекламы : учебное пособие для СПО / А. Г. Епифанова. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2024. — 220 с. — ISBN 978-5-4497-1791-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/123351.html — Режим доступа: для авторизир. пользователей

2. Кузнецов, П. А. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии / П. А. Кузнецов. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К, 2021. — 132 с. — ISBN 978-5-394-04258-4. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/110986.html — Режим доступа: для авторизир. пользователей

3 Гамов, В. С. Основы художественно-инженерного творчества в дизайне : учебное пособие / В. С. Гамов, С. Б. Тонковид. — Липецк : Липецкий государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2021. — 98 с. — ISBN 978-5-00175-052-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/116166.html — Режим доступа: для авторизир. пользователей

4. Мухина, Ю. Р. Web-дизайн: основы верстки сайтов : учебное пособие для СПО / Ю. Р. Мухина. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2024. — 155 с. — ISBN 978-5-4497-1790-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/123350.html — Режим доступа: для авторизир. пользователей

5. Беляева, О. А. Конструирование и макетирование : практикум для обучающихся по направлению подготовки 54.03.02 «Декоративно-прикладное искусство и народные промыслы», профиль «Художественная керамика», квалификация (степень) выпускника «бакалавр» / О. А. Беляева. — Кемерово : Кемеровский государственный институт культуры, 2021. — 95 с. — ISBN 978-5-8154-0593-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/121317.html — Режим доступа: для авторизир. пользователей

6. Сухов, В. Д. Маркетинг : учебник для СПО / В. Д. Сухов, А. А. Киселев, А. И. Сазонов. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2024. — 306 с. — ISBN 978-5-4488-1358-0, 978-5-4497-1608-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/119290.html — Режим доступа: для авторизир. пользователей

7. Маркетинговое управление разработкой продукта : учебное пособие / И. И. Скоробогатых, М. А. Солнцев, Ж. Б. Мусатова, П. Ю. Невоструев ; под редакцией И. И. Скоробогатых. — Москва : Дашков и К, 2024. — 176 с. — ISBN 978-5-394-04827-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/120722.html — Режим доступа: для авторизир. пользователей

8. Косова, Л. Н. Маркетинг : практикум / Л. Н. Косова, Ю. А. Косова. — Москва : Российский государственный университет правосудия, 2021. — 97 с. — ISBN 978-5-93916-957-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/117244.html — Режим доступа: для авторизир. пользователей

9. Арзуманян, А. Б. Правовое регулирование рекламы в России и за рубежом : учебное пособие / А. Б. Арзуманян. — Ростов-на-Дону, Таганрог : Издательство

Южного федерального университета, 2021. — 116 с. — ISBN 978-5-9275-3963-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/121924.html — Режим доступа: для авторизир. пользователей

10. Комиссарова, М. Н. Разработка проектов: рекламный менеджмент и маркетинг : учебное пособие для СПО / М. Н. Комиссарова. — Саратов : Профобразование, 2020. — 135 с. — ISBN 978-5-4488-0848-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/95594.html — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: https://doi.org/10.23682/95594

11. Терёшина, Н. В. Эффективность рекламной и PR деятельности : учебное пособие для студентов бакалавриата и магистратуры по направлениям «Реклама и связи с общественностью», «Менеджмент», «Торговое дело», «Экономика» / Н. В. Терёшина. — Москва : Российский университет транспорта (МИИТ), 2021. — 62 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/122163.html — Режим доступа: для авторизир. пользователей

12. Бердышев, С. Н. Рекламное агентство. С чего начать? / С. Н. Бердышев. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 168 с. — ISBN 978-5-394-03257-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/83125.html — Режим доступа: для авторизир. пользователей

13. Планирование и организация рекламных и PR-кампаний : учебное пособие / составители А. В. Ларина. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2019. — 84 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/102947.html — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: https://doi.org/10.23682/102947

Дополнительная литература:

1. Орлов, И. И. Художественная обработка материалов. Мозаика и резьба по дереву : учебное пособие для СПО / И. И. Орлов, А. И. Машакин, Н. Н. Ганцева. —

2-е изд. — Липецк, Саратов : Липецкий государственный технический университет, Профобразование, 2024. — 108 c. — ISBN 978-5-00175-131-1, 978-5-4488-1525-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/121376.html — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: https://doi.org/10.23682/121376

2. Беркун, С. Дизайн всего: как появляются вещи, о которых мы не задумываемся / С. Беркун ; перевод В. Васильева ; под редакцией К. Герцен. — Москва : Альпина Паблишер, 2024. — 192 c. — ISBN 978-5-9614-7513-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/119593.html— Режим доступа: для авторизир. пользователей

3. Шрифтовая графика : учебное пособие для СПО / составители И. Г. Матросова, Е. Ю. Пунтус. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2021. — 139 c. — ISBN 978-5-4488-1083-1, 978-5-4497-0967-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/103342.html — Режим доступа: для авторизир. пользователей

4. Терёшина, Н. В. Эффективность рекламной и PR деятельности : учебное пособие для студентов бакалавриата и магистратуры по направлениям «Реклама и связи с общественностью», «Менеджмент», «Торговое дело», «Экономика» / Н. В. Терёшина. — Москва : Российский университет транспорта (МИИТ), 2021. — 62 c. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/122163.html — Режим доступа: для авторизир. пользователей

5. Чилингир, Е. Ю. Реклама и связи с общественностью : учебное пособие для СПО / Е. Ю. Чилингир. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 233 c. — ISBN 978-5-4488-0846-3, 978-5-4497-0582-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/95335.html — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: https://doi.org/10.23682/95335

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется руководителем практики в процессе проведения практики, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, исследований.

Результаты (освоенные общие компетенции)	Результаты обучения (освоенные умения)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
ОК 1. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам ОК 2. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности. ОК 3. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере,	Понимает сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявляет к ней устойчивый интерес. Осуществляет поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития. Принимает решения в стандартных и нестандартных ситуациях и несет за них ответственность. Работает в коллективе и команде, эффективно общается с коллегами, руководством, потребителями.	Выполнение заданий. Защита производственной (преддипломной) практики проходит в виде конференции

использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях ОК 4. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде ОК 5. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста ОК 6. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения ОК 7. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению,	Использует информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности. Берет на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий. Самостоятельно определяет задачи профессионального и личностного развития, занимается самообразованием, осознанно планирует повышение квалификации	

применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях. ОК 8. Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности		