

АННОТАЦИИ
РАБОЧИХ ПРОГРАММ
учебной и производственной практики
программы подготовки специалистов среднего звена
среднего профессионального образования, базовой подготовки
по специальности **42.02.01 Реклама**

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ

1.1. Область применения программы

Программа учебной и производственной практики (далее программа практики) – является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО входящей в состав укрупненной группы специальностей **42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело** виды: **42.02.01 Реклама** в части освоения видов профессиональной деятельности (ВПД)

Разработка и создание дизайна рекламной продукции;

- Производство рекламной продукции;
- Маркетинговое и правовое обеспечение разработки и реализации рекламного продукта;
- Организация и управление процессом изготовления и продвижения рекламного проекта (продукта);
- Реализация комплексных рекламных проектов;

и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей

ПК 1.2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы

ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты

ПК 1.4. Составлять и оформлять рекламные объявления

ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями

ПК 2.1. Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы

ПК 2.2. Создавать модели объекта с учетом выбранной технологии

ПК 2.3. Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале

ПК 3.1. Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка

ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта

ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей

ПК 4.2. Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее

ПК 4.3. Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт

Рабочая программа учебной и производственной практики может быть использована в программах дополнительного профессионального образования: в программах повышения квалификации работников индустрии гостеприимства и в программах переподготовки на базе среднего общего образования или профессионального образования. Опыт работы не требуется.

1.2. Количество часов на учебную и производственную практику:

всего – **828** часов, в том числе:

учебной практики – **396** часов

практики по профилю специальности – **432** часа.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ И ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

2.1. Объем и виды практики по специальности 42.02.01 Реклама

Вид практики		Количество часов	Форма проведения
Учебная		<i>Пу</i>	
ПМ 01	<i>учебная</i>	<i>72</i>	<i>Концентрированная</i>
ПМ 02	<i>учебная</i>	<i>324</i>	<i>Концентрированная</i>
ПМ 03	<i>учебная</i>		
ПМ 04	<i>учебная</i>		
<i>Вид аттестации: зачет/дифференцированный зачет</i>			
Практика по профилю специальности		<i>Пт</i>	
ПМ 01		<i>144</i>	<i>Концентрированная</i>
ПМ 02		<i>72</i>	<i>Концентрированная</i>
ПМ 03		<i>72</i>	<i>Концентрированная</i>
ПМ 04		<i>72</i>	<i>Концентрированная</i>
<i>Вид аттестации: зачет/дифференцированный зачет</i>			
Учебная и производственная практики для освоения рабочей профессии Агент рекламный			
Вид практики		Количество часов	Форма проведения
Учебная		<i>72</i>	<i>Концентрированная</i>
<i>Вид аттестации: дифференцированный зачет</i>			
Практика по профилю профессии		<i>72</i>	<i>Концентрированная</i>
<i>Вид аттестации: дифференцированный зачет</i>			
Преддипломная		<i>Пд</i> <i>4 недели</i>	<i>Концентрированная</i>
<i>Вид аттестации: дифференцированный зачет</i>			
Итого		<i>П общ=1260 часов</i>	

2.2. Содержание практики

2.2.1. Содержание учебной и производственной практики по профессиональному модулю ПМ.01. Разработка и создание дизайна рекламной продукции

Цели и задачи практики.

С целью овладения указанным видом деятельности и следующими профессиональными компетенциями:

ПК 1.1.	Осуществлять поиск рекламных идей
ПК 1.2.	Осуществлять художественное конструирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы
ПК 1.3.	Разрабатывать авторские рекламные проекты
ПК 1.4.	Составлять и оформлять рекламные объявления
ПК 1.5.	Создавать визуальные образы с рекламными функциями

обучающийся должен:

иметь практический опыт:

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

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.

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;

Виды работ практики

Учебной	Производственной
- разработка логотипа	- знакомство с составом рекламного агентства;
- разработка упаковки товара с использованием созданного ранее логотипа	- знакомство с деятельностью рекламного агентства;
- анализ конкретного фирменного стиля, изучение руководства по фирменному стилю, бренд-бука	- участие в ведении основных этапов проектирования рекламного продукта
- создание рекламного модуля для прессы на основе существующего фирменного стиля	- разработка логотипа и организационной документации;
- разработка макета листовки, пригласительного билета для мероприятия	- участие в организации работ по продвижению рекламного продукта;
- разработка макета афиши для мероприятия	- разработка и оформление рекламной выставки;
- разработка макета баннера наружной рекламы для мероприятия	- составление рекламного текста.

2.2.2. Содержание учебной и производственной практики по профессиональному модулю ПМ.02. Производство рекламной продукции.

Цели и задачи практики.

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и следующими профессиональными компетенциями:

ПК 2.1.	Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы
ПК 2.2.	Создавать модели объекта с учетом выбранной технологии
ПК 2.3.	Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале

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

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.

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;

Виды работ практики

Учебной	Производственной
– Выполнение тематического рекламного стенда (по заданию).	– Участие в разработке рекламы в газетах и журналах.
– Предпечатная подготовка и печать различных оригинал-макетов в мини-типографии.	– Участие в разработке наружной рекламы и/или рекламы на транспорте.
– Отработка навыков создания векторных изображений и рекламных модулей.	– Участие в разработке рекламы для интернет – кампании (баннер, поисковая реклама).
– Отработка навыков обработки растровой графики и создания коллажей.	– Разработка рекламной продукции при помощи различных компьютерных технологий.
– Отработка навыков создания многостраничных изданий.	– Отработка навыков верстки сайта.
– Отработка навыков работы в графических редакторах	– Организация картинной галереи и слайд-шоу.
– Отработка навыков создания анимированных элементов для сайта.	– Участие в разработке рекламы в газетах и журналах.
– Создание макета сайта	– Участие в разработке наружной рекламы и/или рекламы на транспорте.
– Съемка в интерьере.	
– Съемка на природе.	
– Съемка городского пейзажа.	
– Репортажная съемка.	
– Постановочная фотография.	
– Съемка фотосессии в фотостудии.	
– Съемка фотосессии на пленере.	
– Съемка фото на документы.	
– Предметная съемка.	
– Съемка для рекламной продукции	
– Съемка в интерьере.	
– Съемка на природе.	
– Съемка городского пейзажа.	
– Репортажная съемка.	
– Постановочная фотография.	
– Видеосессии на пленере. (Съемка и монтаж)	
– Съемка репортажа (Съемка и монтаж)	
– Съемка постановочного видео (Написание сценария, раскадровки, съемка и монтаж)	
– Съемка рекламы. (Написание сценария, раскадровки, съемка и монтаж)	
– Съемка музыкального клипа. (Написание сценария, раскадровки, съемка и монтаж)	
– Видеосессии на пленере. (Съемка и	

монтаж)	
---------	--

2.2.3. Содержание учебной и производственной практики по профессиональному модулю ПМ.03. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта

Цели и задачи учебной практики.

С целью овладения указанным видом деятельности и следующими профессиональными компетенциями:

ВД 3	Организация и контроль текущей деятельности сотрудников службы
ПК 3.1.	Анализировать требования целевых групп потребителей с использованием средств исследования рынка
ПК 3.2.	Определять и разрабатывать стратегию и средства продвижения рекламного продукта
ПК 3.3.	Обеспечивать правовое и юридическое сопровождение рекламного проекта.

В результате освоения профессионального модуля студент должен:

иметь практический опыт в:

- 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.

Виды работ практики

Учебной	Производственной
<p>1. Ознакомление:</p> <ul style="list-style-type: none">- с ценообразованием,- с организацией сбытовой политики фирмы,- с классификацией товаров, их уровнями,- с нормативными документами, регламентирующими деятельность организаций в сфере рекламы- с особенностями применения действующего законодательство в области рекламы с использованием информационных справочно-правовых систем- с использованием нормативно – правовых документов, регламентирующих предпринимательскую деятельность в области рекламы. <p>2. Анализ:</p> <ul style="list-style-type: none">- этапов продвижения рекламного продукта и ознакомление с основными средствами продвижения,- выбора каналов продаж и ознакомление с сегментированием рынка, участие в исследовании спроса различных сегментов рынка;- основных методов исследования потребителей, ознакомление с формами организации исследования целевых групп;- способов защиты своих права в соответствии с гражданским, гражданско-процессуальным и трудовым законодательством <p>3. Разработка форм анкет для проведения исследований</p> <p>4. Участие в составлении маркетинговой части бизнес-плана.</p>	<p>Виды работ по МДК.03.01.</p> <ul style="list-style-type: none">– Участие в формировании ценообразования, участие в организации сбытовой политики фирмы, классификация товаров, определение их уровней, продвижение рекламного продукта, разработка основных средств продвижения, выбор каналов продаж, сегментирование рынка, участие в исследовании спроса различных сегментов рынка, разработка форм анкет для проведения исследований, использование основных методов исследования потребителей, использование форм организации исследования целевых групп, составление маркетинговой части бизнес-плана. <p>Виды работ по МДК.03.02.</p> <ul style="list-style-type: none">– Определение порядка заключения договора купли-продажи рекламного продукта, его изменения, расторжения. Заключение и расторжение трудового договора. Применение способов защиты своих права в соответствии с гражданским, гражданско-процессуальным и трудовым законодательством. Применения действующего законодательство в области рекламы с использованием информационных справочно-правовых систем. Участие в работе организации с использованием нормативно – правовых документов, регламентирующих предпринимательскую деятельность в области рекламы.

Определять и разрабатывать стратегию и средства продвижения рекламного продукта			
---	--	--	--

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ И ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению -учебной и производственной практики

Реализация программы *учебной практики* предполагает наличие учебных лабораторий по гостиничному делу,
Технические средства обучения:

ПМ 01	ПМ 02	ПМ 03	ПМ 04	ПМ 05
Проектирования рекламного продукта, Кабинет: - компьютерной графики и видеомонтажа, - компьютерного дизайна -мини-типографии - цветоведения	Кабинет: - компьютерной графики; - мультимедийных технологий; - проектирования рекламного продукта; - рисунка и живописи Мастерские: - мини – типография, - фото-видеолаборатория.	Кабинет: - маркетинга и маркетинговых исследований - правовое обеспечение рекламной деятельности	Кабинет: - экономики и менеджмента Лаборатория: - информатики и вычислительной техники - методический	Лаборатория: - информационных и коммуникационных технологий - фотолаборатория Мастерские: - багетные - мини-типография Студии - видео - фото

Производственную практику рекомендуется проводить концентрированно, на рабочих местах предприятий гостиничной индустрии. Реализация программы производственной практики предполагает наличие у образовательного учреждения договоров с базовыми предприятиями.

3.2. Информационное обеспечение организации и проведения учебной и производственной практики

Перечень нормативной документации и методических рекомендаций

1. Приказ Минобрнауки России от 18 апреля 2013 г. № 291 «Об утверждении Положения о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы среднего профессионального образования» (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 14 июня 2013 г., регистрационный № 28785).
2. Приказ Министерства труда и социальной защиты РФ от 07 мая 2015 г. № 282н «Об утверждении профессионального стандарта 33.007 Руководитель/управляющий гостиничного комплекса/сети гостиниц».
3. Содержание программы ориентировано на требования к компетенциям конкурсного движения «Молодые профессионалы» (WorldSkills). Наименование компетенции: «Администрирование отеля».
4. Учебный план по специальности.
5. Программы практик
6. Положение об учебной и производственной (профессиональной) практике студентов (курсантов), осваивающих основные профессиональные образовательные программы среднего профессионального образования (приказ Минобрнауки России от 26.11.2009г. №673)
7. Методические рекомендации по планированию и организации учебной и производственной практики, по оценочным материалам в условиях действия Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования, разработанные образовательным учреждением.
8. Перечень учебно-производственных работ
9. Единый тарифно-квалификационный справочник работ и рабочих профессий

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

Сухов В.Д. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта: Учебник. СПО. - М.: Издательский центр "Академия", 2014. - 272 с.

Дополнительная литература:

Хапенков В.Н., Сагинова О.В., Федюнин Д.В.

Организация рекламной деятельности: Учебное пособие. НПО. - 6-е изд., испр. - М.: Издательский центр "Академия", 2012. - 240 с.

1.4. Общие требования к организации практики

Освоению программы практики должно предшествовать, или идти параллельно с изучением общепрофессиональных дисциплин и МДК соответствующего профиля.

3.5. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к кадровым условиям реализации образовательной программы.

Реализация образовательной программы обеспечивается руководящими и педагогическими работниками образовательной организации, а также лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на условиях гражданско-правового договора, в том числе из числа руководителей и работников организаций, деятельность которых связана с направленностью реализуемой образовательной программы (имеющих стаж работы в данной профессиональной области не менее 3 лет).

Квалификация педагогических работников образовательной организации должна отвечать квалификационным требованиям, указанным в квалификационных справочниках, и (или) профессиональных стандартах (при наличии).

Педагогические работники получают дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в организациях направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности, указанной в пункте 1.5 настоящего ФГОС СПО, не реже 1 раза в 3 года с учетом расширения спектра профессиональных компетенций.

Доля педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок) обеспечивающих освоение обучающимися профессиональных модулей и имеющих опыт деятельности не менее 3 лет в организациях, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности, указанной в пункте 1.5 настоящего ФГОС СПО, в общем числе педагогических работников, реализующих образовательную программу, должна быть не менее 25 процентов.