

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
УЧЕБНОЙ И ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ**

**1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ И ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ
ПРАКТИКИ**

1.1. Область применения программы

Рабочая программа учебной и производственной практики является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама в части освоения основных видов деятельности (ВД) и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

ВД: Разработка и создание дизайна рекламной продукции

ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.

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

ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.

ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.

ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.

ВД: Производство рекламной продукции

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

ПК 2.2. Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.

ПК 2.3. Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.

ВД: Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта

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

ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.

ВД: Организация и управление процессом изготовления 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.

ВД: Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих

ПК 5.1. Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиентов.

ПК 5.2. Осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг.

ПК 5.3. Оформлять договорную и финансовую документацию при работе с заказчиком.

ПК 5.4. Опирается в работе на правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг.

ПК 5.5. Вести переговоры с заказчиками.

ПК 5.6. Использовать офисную оргтехнику, информационные и коммуникационные технологии при получении и оформлении заказа.

ПК 5.7. Контактировать с производителями рекламы по вопросам производства рекламного продукта.

ПК 5.8. Составлять и оформлять простые тексты рекламных объявлений.

ПК 5.9. Работать в рекламных акциях в качестве исполнителя.

Аннотации 42.02.01 Реклама

ПК 5.10. Использовать современные информационные и коммуникационные средства продвижения рекламы.

ПК 5.11. Использовать компьютерные технологии для обработки текстовой информации.

ПК 5.12. Контакттировать со средствами массовой информации по вопросам размещения рекламы.

ПК 5.13. Владеть простыми приемами создания и обработки изображений.

1.2. Цели и задачи учебной и производственной практики

Для овладения указанным видом деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения программы учебной и производственной практики должен:

ВД: Разработка и создание дизайна рекламной продукции

иметь практический опыт:

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

уметь:

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

составлять рекламные тексты;

знать:

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

ВД: Производство рекламной продукции

иметь практический опыт:

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

уметь:

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

использовать мультимедийные и web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта;

знать:

технику, технологии и технические средства фотосъемки в рекламе;
технику, технологии и технические средства видеосъемки в рекламе;
технические и программные средства для создания печатного рекламного продукта;

Аннотации 42.02.01 Реклама

технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации;
технологии создания Интернет-рекламы;
аппаратное и программное обеспечение.

ВД: Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта иметь практический опыт:

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

уметь:

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

знать:

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

ВД: Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта иметь практический опыт:

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

уметь:

составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта;

работать с рекламой в средствах массовой информации;
проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком;
проводить презентацию рекламного продукта;
подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав;

знать:

экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации;

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

ВД: Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих

иметь практический опыт:

организации деятельности по работе с заказчиком по размещению и сопровождению заказа.

уметь:

осуществлять классификацию/сегментирование и поиск заказчиков;

Аннотации 42.02.01 Реклама

организовывать работу по получению и оформлению заказа;
презентовать готовый рекламный продукт заказчику;
создавать творческий бриф;
формировать заказ на проведение фотосъемки;
проводить фотосъемку (по брифу);
обрабатывать и сохранять полученные фотоизображения в компьютере;
печатать цифровые фотографии и записывать их на цифровой носитель;
проводить презентацию фотографий заказчику;
компоновать текстовую рекламу;
исполнять статические и динамические графические изображения элементов рекламного обращения;
создавать анимированные рисованные объекты и видео вставки;
создавать рекламный баннер;
создавать, сохранять и размещать презентации в Интернет;
создавать и оформлять документы в текстовых редакторах;
использовать ресурсы Интернет при работе с заказчиком.

знать:

структуру и содержание деятельности рекламного агентства и отделов рекламы;
структуру творческого брифа;
необходимый перечень, состав и характеристики оборудования, техники и расходных материалов для выполнения фотосъемки, компьютерной обработки и цифровой печати фотоизображений;
базовые теоретические принципы построения рекламных текстов (заголовков, подписей, слоганов);
основные элементы устной презентации творческой идеи и результатов ее воплощения;
базовые и сравнительные характеристики используемых в ходе практики компьютерных программ и приложений;
сравнительные характеристики основных поисковых систем в сети Интернет.

1.3. Количество часов на освоение программы учебной и производственной практики:

Разработка и создание дизайна рекламной продукции

производственной практики (по профилю специальности) – 5 недель (180 часов).
Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета.

Производство рекламной продукции

производственной практики (по профилю специальности) – 11 недель (396 часов).
Промежуточная аттестация в форме комплексного дифференцированного зачета.

Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта

производственной практики (по профилю специальности) – 2 недели (72 часа).
Промежуточная аттестация в форме комплексного дифференцированного зачета.

Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта

производственной практики (по профилю специальности) – 2 недели (72 часа).
Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета.

Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих

учебной практики – 3 недели (108 часов)
Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета.

Производственная практика (преддипломная) – 4 недели (144 часа)

Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета.

Аннотации 42.02.01 Реклама

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ И ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Результатом освоения учебной и производственной практики является овладение обучающимися следующими видами деятельности по специальности 42.02.01 Реклама, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями.

Код	Наименование результата обучения
ПК 1.1	Осуществлять поиск рекламных идей.
ПК 1.2	Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.
ПК 1.3	Разрабатывать авторские рекламные проекты.
ПК 1.4	Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.
ПК 1.5	Создавать визуальные образы с рекламными функциями.
ПК 2.1.	Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.
ПК 2.2.	Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.
ПК 2.3.	Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.
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.
ПК 5.1.	Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиентов.
ПК 5.2.	Осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг.
ПК 5.3.	Оформлять договорную и финансовую документацию при работе с заказчиком.
ПК 5.4	Опирается в работе на правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг.
ПК 5.5.	Вести переговоры с заказчиками.
ПК 5.6.	Использовать офисную оргтехнику, информационные и коммуникационные технологии при получении и оформлении заказа.
ПК 5.7.	Контактировать с производителями рекламы по вопросам производства рекламного продукта.
ПК 5.8.	Составлять и оформлять простые тексты рекламных объявлений.
ПК 5.9.	Работать в рекламных акциях в качестве исполнителя.
ПК 5.10.	Использовать современные информационные и коммуникационные средства продвижения рекламы.
ПК 5.11.	Использовать компьютерные технологии для обработки текстовой информации.
ПК 5.12.	Контактировать со средствами массовой информации по вопросам размещения рекламы.
ПК 5.13.	Владеть простыми приемами создания и обработки изображений.
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3.	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК 4.	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5.	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 6.	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7.	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.

Аннотации 42.02.01 Реклама

ОК 8.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9.	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.
ОК 10.	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.
ОК 11.	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.

Требования к формированию личностных результатов

Личностные результаты реализации программы воспитания (дескрипторы)	Код личностных результатов реализации программы воспитания
Осознающий себя гражданином и защитником великой страны	ЛР 1
Проявляющий активную гражданскую позицию, демонстрирующий приверженность принципам честности, порядочности, открытости, экономически активный и участвующий в студенческом и территориальном самоуправлении, в том числе на условиях добровольчества, продуктивно взаимодействующий и участвующий в деятельности общественных организаций	ЛР 2
Соблюдающий нормы правопорядка, следующий идеалам гражданского общества, обеспечения безопасности, прав и свобод граждан России. Лояльный к установкам и проявлениям представителей субкультур, отличающий их от групп с деструктивным и девиантным поведением. Демонстрирующий неприятие и предупреждающий социально опасное поведение окружающих	ЛР 3
Проявляющий и демонстрирующий уважение к людям труда, осознающий ценность собственного труда. Стремящийся к формированию в сетевой среде лично и профессионально конструктивного «цифрового следа»	ЛР 4
Демонстрирующий приверженность к родной культуре, исторической памяти на основе любви к Родине, родному народу, малой родине, принятию традиционных ценностей многонационального народа России	ЛР 5
Проявляющий уважение к людям старшего поколения и готовность к участию в социальной поддержке и волонтерских движениях	ЛР 6
Осознающий приоритетную ценность личности человека; уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности.	ЛР 7
Проявляющий и демонстрирующий уважение к представителям различных этнокультурных, социальных, конфессиональных и иных групп. Сопричастный к сохранению, преумножению и трансляции культурных традиций и ценностей многонационального российского государства	ЛР 8
Соблюдающий и пропагандирующий правила здорового и безопасного образа жизни, спорта; предупреждающий либо преодолевающий зависимости от алкоголя, табака, психоактивных веществ, азартных игр и т.д. Сохраняющий психологическую устойчивость в ситуативно сложных или стремительно меняющихся ситуациях	ЛР 9
Заботящийся о защите окружающей среды, собственной и чужой безопасности, в том числе цифровой	ЛР 10
Проявляющий уважение к эстетическим ценностям, обладающий основами эстетической культуры	ЛР 11

Аннотации 42.02.01 Реклама

Принимающий семейные ценности, готовый к созданию семьи и воспитанию детей; демонстрирующий неприятие насилия в семье, ухода от родительской ответственности, отказа от отношений со своими детьми и их финансового содержания	ЛР 12
Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные отраслевыми требованиями к деловым качествам личности	
Демонстрирующий готовность и способность вести с другими людьми, достигать в нем взаимопонимания, находить общие цели и сотрудничать для их достижения в профессиональной деятельности	ЛР 13
Проявляющий сознательное отношение к непрерывному образованию как условию успешной профессиональной и общественной деятельности	ЛР 14
Проявляющий гражданское отношение к профессиональной деятельности как к возможности личного участия в решении общественных, государственных, общенациональных проблем	ЛР 15

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ И ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

3.1. Тематический план

Коды формируемых компетенций	Наименование профессионального модуля	Объем времени, отведенный на практику (в неделях, часах)
ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции		
ОК 1 - 9 ПК 1.1 - 1.5	Производственная практика (по профилю специальности)	180/5 недель
ПМ.02 Производство рекламной продукции		
ОК 1 - 9 2.1 - 2.3	Производственная практика (по профилю специальности)	396/11 недель
ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта		
ОК 1 - 9 3.1 - 3.2	Производственная практика (по профилю специальности)	72/2 недели
ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта		
ОК 1 - 9 4.1 - 4.3	Производственная практика (по профилю специальности)	72/2 недели
ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих		
ОК 1-12 5.1 -5.13	Учебная практика	108/3 недели
Производственная практика (преддипломная)		
ОК 1 - 9 ПК 1.1 - 1.5, 2.1 - 2.3, 3.1 - 3.2, 4.1 - 4.3 5.1 -5.13	Производственная практика (преддипломная)	144/4 недели
ВСЕГО:		972/27 недель