

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Горшков Георгий Сергеевич
Должность: Директор
Дата подписания: 15.02.2025 16:30:46
Уникальный программный идентификатор:
77acd55e49b7c81c7c6a46276b4779b08f9164a9

**Автономная некоммерческая организация
профессионального образования
«Московский областной финансово-юридический институт МФЮИ»**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО УЧЕБНОЙ ПРАКТИ-
КЕ/ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ/ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ
ПРАКТИКЕ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ)**

для специальности
42.02.01 Реклама
(базовой подготовки)

СОДЕРЖАНИЕ

1. Общие положения.....	3
2. Требования к результатам освоения образовательной программы	4
3.Аттестация по итогам практики.....	10
4.Требования к оформлению отчета о прохождении практики.....	11
5. Задания на практику	15
Приложения.....	20

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Учебная практика, производственная практика (по профилю специальности) и производственная практика (преддипломная) являются составной обязательной частью программы подготовки специалистов среднего звена по специальности среднего профессионального образования 42.02.01 Реклама и представляет собой вид учебных занятий, обеспечивающих практико-ориентированную подготовку обучающихся.

Учебная практика по специальности направлена на формирование у обучающихся умений, приобретение первоначального практического опыта и реализуется в рамках профессиональных модулей ОПОП СПО по основным видам профессиональной деятельности для последующего освоения ими общих и профессиональных компетенций по избранной специальности.

Практика по профилю специальности направлена на формирование у обучающегося общих и профессиональных компетенций, приобретение практического опыта и реализуется в рамках профессиональных модулей ОПОП СПО по каждому из видов профессиональной деятельности, предусмотренных ФГОС СПО по специальности.

Преддипломная практика направлена на углубление первоначального практического опыта обучающегося, развитие общих и профессиональных компетенций, проверку его готовности к самостоятельной трудовой деятельности, а также на подготовку к выполнению выпускной квалификационной работы в организациях различных организационно-правовых форм.

Сроки проведения практики определяются утвержденным учебным планом и календарным учебным графиком.

Организация проведения практики осуществляется МФЮИ на основе договоров с организациями, осуществляющими деятельность по образовательной программе соответствующего профиля (далее – профильная организация), а также у индивидуальных предпринимателей, осуществляющих деятельность по профилю соответствующей образовательной программы.

Практика может быть проведена непосредственно в МФЮИ. В этом случае Договор на практику не оформляется.

Для руководства практикой, проводимой в МФЮИ, назначается руководитель (руководители) практики из числа лиц, относящихся к профессорско-преподавательскому составу МФЮИ.

Для руководства практикой, проводимой в профильной организации или у индивидуального предпринимателя, назначаются руководитель (руководители) практики из числа лиц, относящихся к профессорско-преподавательскому составу МФЮИ (далее – руководитель практики от МФЮИ) и руководитель (руководители) практики из числа работников профильной организации (далее – руководитель практики от профильной организации). Направление на практику оформляется приказом ректора МФЮИ с указанием закрепления каждого обучающегося за организацией, а также с указанием вида и сроков прохождения практики.

Распределение и направление студентов по местам практики берет на

себя Отдел практики.

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

Обучающиеся, осваивающие ОПОП СПО в период прохождения практики в организациях обязаны:

- явиться на собрание, проводимое руководителем практики совместно с сотрудниками Отдела практики и трудоустройства;
- детально ознакомиться с программой практики;
- своевременно прибыть на место прохождения практики;
- соблюдать режим работы и выполнять указания руководителя практики;
- своевременно подготовить отчет о прохождении практики;
- выполнять задания, предусмотренные программами практики;
- соблюдать действующие в организациях правила внутреннего трудового распорядка;
- соблюдать требования охраны труда и пожарной безопасности.

2. Требования к результатам освоения образовательной программы

Виды профессиональной деятельности:

разработка и создание дизайна рекламной продукции.

производство рекламной продукции.

маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта.

организация и управление процессом изготовления рекламного продукта.

выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих.

Специалист по рекламе должен обладать **общими компетенциями**, включающими в себя способность:

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.

ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.

Специалист по рекламе (базовой подготовки) должен обладать профессиональными компетенциями, соответствующими видам деятельности:

1. 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.

2. 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.

3. 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.

4. 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.

5. 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 заказчиком
- ПК.5.6. Контакттировать с производителями рекламы по вопросам производства рекламного продукта

Студент в ходе 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;

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;
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.

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.

3. Аттестация по итогам практики

Аттестация по итогам каждого вида и этапа практики проводится с учетом (или на основании) результатов ее прохождения, подтверждаемых документами соответствующих организаций.

По результатам каждого вида и этапа практики руководителями практики от организации и МФЮИ формируется характеристика на обучающегося по освоению профессиональных и общих компетенций в период прохождения практики.

В период прохождения практики обучающимся ведется дневник практики. В качестве приложения к дневнику практики обучающийся оформляет графические, аудио-, фото-, видео-, материалы, наглядные образцы изделий, подтверждающие практический опыт, полученный на практике.

По результатам практики обучающимся составляется отчет, который утверждает организацией.

Если практика проходит у индивидуального предпринимателя, который, как правило, работает без печати, необходимо к Отчету приложить копию свидетельства о государственной регистрации индивидуального предпринимателя (ЕГРИП).

Отчет о прохождении практики должен включать описание проделанной работы. В отчете должны быть освещены основные вопросы, предусмотренные программой практики, а также сформулированы выводы, к которым пришел практикант, и его предложения. Общий объем Отчета должен составлять не менее 6-10 страниц, без учета приложений и списка используемых источников.

Во вводной части Отчета по практике обучающийся должен указать период (даты), цель и задачи практики (на основании задания практики), место прохождения практики, структуру организации (подразделения, филиалы и т.п.), нормативно-правовые акты, регулирующие деятельность данной организации.

В основной части Отчета по практике обучающийся должен привести описание этапов выполнения задания практики (указанных пунктов).

В заключение отчета формулируются выводы по итогам практики, указываются основные обязанности практиканта на период практики, виды работ, выполняемых на предприятии.

Структура отчета по практике:

- титульный лист (Приложение 1);
- задание на практику (Приложение 2);
- дневник практики (Приложение 3);
- характеристика на обучающегося (Приложение 5);
- оглавление;
- введение;
- основная часть;
- заключение;
- список используемых источников;

- приложения (графики, схемы, таблицы, алгоритмы, иллюстрации и т.п.).

Практика завершается дифференцированным зачетом при условии наличия положительной характеристики организации на обучающегося по освоению общих компетенций в период прохождения практики; полноты и своевременности представления дневника практики и отчета о практике в соответствии с заданием на практику. Проведение дифференцированного зачета по практике планируется в последний день практики.

Промежуточная аттестация практики состоит из публичной защиты обучаемого выполненной работы и оценки Отчета на соответствие установленным требованиям.

По результатам защиты студентами отчетов выставляется зачет по практике. Результаты защиты практики вносятся в ведомости, зачетные книжки и приложение к диплому.

После зачета по практике студент сдает экзамен по профессиональному модулю. Обучающиеся, не прошедшие практику или получившие отрицательную оценку за практику, не допускаются к экзамену по профессиональному модулю.

Если у студента в характеристике не освоена хотя бы одна компетенция, предусмотренная программой практики, то студент не допускается к защите, и оценка «неудовлетворительно» выставляется за всю практику в целом.

Неудовлетворительные результаты промежуточной аттестации по практике или неявка на промежуточную аттестацию по практике без уважительных причин признаются академической задолженностью.

Обучающиеся, не ликвидировавшие академическую задолженность по практике, подлежат отчислению в установленном порядке.

Обучающимся, не прошедшим практику по уважительным причинам, предоставляется возможность пройти практику в свободное от учебы время. Индивидуальный перенос сроков практики по уважительным причинам осуществляется в соответствии с приказом ректора. Основанием для приказа о переносе является заявление обучающегося, согласованное с заведующим кафедрой/председателем предметно-цикловой комиссии и документы, обосновывающие причины необходимости переноса сроков практики. Приказом определяется место и время повторного прохождения практики.

Результаты прохождения практики представляются обучающимся в МФЮИ и учитываются при прохождении государственной итоговой аттестации.

Обучающиеся, не прошедшие практику или получившие отрицательную оценку, не допускаются к прохождению государственной итоговой аттестации.

4. Требования к оформлению отчета о прохождении практики

Отчет по прохождению практики выполняется на компьютере в одном экземпляре и оформляется только на лицевой стороне белой бумаги, объем

отчета должен составлять 15-20 страниц печатного текста (без учета приложений):

- стандартный формат документа А4 (210 x 297 мм);
- поля каждого листа документа: левое – 30 мм, верхнее – 20 мм, правое – 10 мм, нижнее – 20 мм;
- ориентация: книжная;
- шрифт: Times New Roman;
- кегль: - 14 пт в основном тексте, при составлении таблиц могут использоваться шрифты меньших размеров, рекомендуемый – 12 пт;
- междустрочный интервал: полуторный в основном тексте, одинарный в подстрочных ссылках;
- расстановка переносов – автоматическая;
- форматирование основного текста и ссылок – в параметре «по ширине»;
- цвет шрифта – черный;
- абзацный отступ основного текста (красная строка) – 1,25 см.

Заголовки структурных элементов (главы) центрируются по ширине текста. В конце заголовков точка не ставится. При написании использовать только заглавные буквы: ВВЕДЕНИЕ, ЗАКЛЮЧЕНИЕ.

Каждый заголовок структурных единиц начинается с новой страницы. Заголовки не переносят.

Заголовки разделов и подразделов основной части отчета следует начинать с абзацного отступа и размещать после порядкового номера, печатать с прописной буквы, полужирным шрифтом, не подчеркивать, без точки в конце.

От заголовка главы или параграфа до текста должен следовать полуторный интервал.

Номера страниц проставляются посередине верхнего поля документа на расстоянии 10 мм от верхнего края листа, последовательно.

Титульный лист включают в общую нумерацию страниц отчета. Номер страницы на титульном листе не проставляют.

Нумерация проставляется начиная с 3-й страницы (введение), т.е. после титульного листа, задания и содержания отчета, а также перечня сокращений, используемых в отчете (если он имеется), далее последовательная нумерация всех листов.

Иллюстрации и таблицы, расположенные на отдельных листах, включают в общую нумерацию страниц проекта. Иллюстрации и таблицы на листе формата А3 учитывают как одну страницу.

Нумерация страниц, на которых даются приложения, является сквозной и продолжает общую нумерацию страниц основного текста.

2.1 Правила представления формул и уравнений

Уравнения и формулы следует выделять из текста в отдельную строку. Выше и ниже каждой формулы или уравнения должно быть оставлено не менее одной свободной строки. Если уравнение не умещается в одну строку, то оно должно быть перенесено после знака равенства (=) или после знаков

плюс (+), минус (-), умножения (x), деления (:) или других математических знаков, причем знак в начале следующей строки повторяют. При переносе формулы на знаке, символизирующем операцию умножения, применяют знак «х».

Пояснение значений символов и числовых коэффициентов следует приводить непосредственно под формулой в той же последовательности, в которой они даны в формуле.

Формулы следует нумеровать порядковой нумерацией в пределах всего проекта арабскими цифрами в круглых скобках в крайнем правом положении на строке.

Одну формулу обозначают - (1).

Формулы, помещаемые в приложениях, должны нумероваться отдельной нумерацией арабскими цифрами в пределах каждого приложения с добавлением перед каждой цифрой обозначения приложения, например, формула (В.1).

Ссылки в тексте на порядковые номера формул дают в скобках.

Пример – «...в формуле (1)».

Допускается нумерация формул в пределах раздела. В этом случае номер формулы состоит из номера раздела и порядкового номера формулы, разделенных точкой, например (3.1).

Порядок изложения математических уравнений такой же, как и формул.

2.2 Правила оформления иллюстраций и таблиц

Иллюстрации (чертежи, графики, схемы и т. п.) следует располагать в работе непосредственно после текста, в котором они упоминаются впервые, или на следующей странице.

На все иллюстрации в отчете должны быть даны ссылки. При ссылке необходимо писать слово «рисунок» и его номер, например: «в соответствии с рисунком 2» и т. д.

Иллюстрации, за исключением иллюстраций приложений, следует нумеровать арабскими цифрами сквозной нумерацией.

Если рисунок один, то он обозначается «Рисунок 1». Слово «рисунок» и его наименование располагают посередине строки.

Иллюстрации каждого приложения обозначают отдельной нумерацией арабскими цифрами с добавлением перед цифрой обозначения приложения «Рисунок А.3».

Допускается нумеровать иллюстрации в пределах раздела работы. В этом случае номер иллюстрации состоит из номера раздела и порядкового номера иллюстрации, разделенных точкой «Рисунок 2.1».

Слово «Рисунок», его номер и через тире наименование помещают после пояснительных данных и располагают в центре под рисунком без точки в конце. Если наименование рисунка состоит из нескольких строк, то его следует записывать через один межстрочный интервал. Наименование рисунка приводят с прописной буквы без точки в конце. Перенос слов в наименовании графического материала не допускается.

Таблицы применяют для наглядности и удобства сравнения показателей. Наименование таблицы, при его наличии, должно отражать ее содержание, быть точным, кратким.

Наименование следует помещать над таблицей слева, без абзацного отступа в следующем формате: Таблица Номер таблицы — Наименование таблицы. Наименование таблицы приводят с прописной буквы без точки в конце. Если наименование таблицы занимает две строки и более, то его следует записывать через один межстрочный интервал.

Таблицу следует располагать непосредственно после текста, в котором она упоминается впервые, или на следующей странице. На все таблицы должны в работе быть ссылки, в тексте следует писать слово «таблица» с указанием ее номера.

Таблицу с большим числом строк допускается переносить на другой лист (страницу). При переносе части таблицы на другой лист (страницу) слово «Таблица», ее номер и наименование указывают один раз слева над первой частью таблицы, а над другими частями также слева пишут слова «Продолжение таблицы» и указывают номер таблицы.

2.3 Правила оформления списка использованных источников

Основное требование к составлению списка использованных источников – единообразное оформление и соблюдение «ГОСТ 7.1-2003. Межгосударственный стандарт. Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления».

Сведения об источниках следует располагать в порядке появления ссылок на источники в тексте работы и нумеровать арабскими цифрами с точкой и печатать с абзацного отступа.

Помимо алфавитного порядка размещения источников стоит учесть нюансы распределения литературы в списке по типовой принадлежности.

Первыми указываются нормативно-правовые акты. Затем вносятся научные источники, учебные пособия и ссылки на Интернет-ресурсы.

2.4 Правила оформления приложений

Приложения могут включать: графический материал, таблицы не более формата А3, расчеты, описания алгоритмов и программ.

Приложение оформляют как продолжение данного проекта на последующих его листах.

В тексте работы на все приложения должны быть даны ссылки. Приложения располагают в порядке ссылок на них в тексте работы.

Каждое приложение следует размещать с новой страницы с указанием в центре верхней части страницы слова «ПРИЛОЖЕНИЕ».

Приложение должно иметь заголовок, который записывают с прописной буквы, полужирным шрифтом, отдельной строкой по центру без точки в конце.

Приложения обозначают прописными буквами кириллического алфавита, начиная с А, за исключением букв Е, З, Й, О, Ч, Ъ, Ы, Ь. После слова «ПРИЛОЖЕНИЕ» следует буква, обозначающая его последовательность.

Допускается обозначение приложений буквами латинского алфавита, за исключением букв I и O. Если в отчете одно приложение, оно обозначается «ПРИЛОЖЕНИЕ А».

Все приложения должны быть перечислены в содержании проекта (при наличии) с указанием их обозначений, статуса и наименования.

5. Задания на практику

Последовательность выполнения:

1. Ежедневно вести дневник практики и записывать в него задания, предусмотренные рабочей программой практики;
2. На основании записей, сделанных в дневнике, подобранном материале, выполняемых предусмотренных программой практики заданий, самостоятельно составить в соответствии с предъявляемыми требованиями отчет о прохождении практики;
3. В последний день окончания практики сдать полностью оформленный отчет вместе с дневником руководителю практики от организации для проверки и получения заключения-характеристики.

ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции

ПП.01 Производственная практика (по профилю специальности)

Виды работ:

Создание логотипа для заказчика.

Предложения по применению выбранного логотипа в фирменном стиле.

Эскизирование элементов фирменного стиля.

Отработка практических навыков по созданию заголовков в рекламе.

Подбор заголовков к тексту, используя 30 практических советов по их составлению.

Составление рекламного слогана.

Основной текст рекламного сообщения. Написание эффективного рекламного текста.

Разработка вариантов композиционного решения обложки буклета для заказчика.

Зачин, ОРТ, эхо-фраза. Отработка практических навыков по созданию каждого из элементов.

Система отбора слов в рекламный текст. Применение ее на практике.

Создание брендбука к одобренному логотипу.

ПМ.02 Производство рекламной продукции

ПП.02. Производственная практика (по профилю специальности)

Виды работ:

Создать и приложить к отчету тематическое портфолио «Наружная реклама в городе», в виде фотоподборки
Разработать серию рекламных плакатов для РА, в котором студент проходит практику. Количество макетов - не менее 3
Подготовить макет рекламного сувенира (по выбору)
Оформить характеристики полиграфического оборудования и используемых материалов
Разработать 2D-модели, подготовить файлы 2D-модели изделия для его дальнейшего изготовления на станке для лазерной резки в фаб-рике- лаборатории СГТУ.
Выполнить ретушь старого фото.
Создать рекламную листовку товара или услуги, содержащую логотип компании, рекламные фотографии и информацию о товаре или услуге, в формате А3.
Создание предметной рекламной фотографии для каталога
Создание портрета для использования в рекламных целях
Осуществить съемку пейзажа
Осуществить съемку интерьерера
Написать сценарий рекламного ролика на 5 минут
Провести видеосъемку рекламного ролика на 5 минут
Осуществить монтаж рекламного ролика
Оформление отчета по практике

ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта

ПП.03 Производственная практика (по профилю специальности)

Виды работ:

Составить краткую правовую справку об организации
Изучить состав учредительных документов организации и составить их перечень
Составить проект договора об оказании рекламных услуг на основании изученных хозяйственных договоров рекламного предприятия
Составить проект претензии заказчика о нарушении условий договора об оказании рекламных услуг на основании изученной правовой базы рекламного предприятия
Составить проект искового заявления о привлечении к ответственности исполнителя за нарушение прав заказчика в сфере рекламы на основании изученной правовой базы рекламного предприятия
Рассмотреть и описать виды ответственности заказчиков и исполнителей при заключении договоров по оказанию рекламных услуг или других договоров рекламного предприятия (договора аренды, авторского договора по выбору)
Проанализировать и описать случаи соблюдения правового регулирования отдельных видов рекламы: политической, социальной, рекламы для

несовершеннолетних и др., производимые рекламным предприятием
Выявить и разработать схему действий потребителя в случае нарушений его прав от недобросовестной рекламы
Выявить и описать практику соблюдения авторских прав при производстве рекламы на основании изученной правовой базы рекламного предприятия
Презентация маркетингового анализа компании – заказчика.
Представление результатов анализа, выводов из анализа и предложений по продвижению рекламного продукта на конкретных носителях в виде презентации.
Работа в колледже с руководителем практики, формирование отчета, сдача его на проверку руководителю.
Разработка маркетинговой части бизнес-плана.
Разработка средств продвижения рекламного продукта
Оформление договорной документации с учетом законодательства в сфере рекламы.
Составление отчета по маркетингу.

ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта

ПП.04 Производственная практика (по профилю специальности)

Виды работ:

1. Анализ потребительских свойств рекламируемого товара
 2. Анализ состояния рынка
 3. Изучить и провести анализ целевой аудитории для вывода на рынок нового товара (по заказу рекламодателя)
 4. Разработка стратегии и тактики проведения рекламной кампании
 5. Определить цели и концепцию рекламной кампании, виды рекламы
 6. Выбор средств рекламы в соответствии с рекламной идеей
 7. Составить план творческих работ
 8. Составить план использования видов, средств, методов, носителей рекламы
 9. Сформировать предварительную смету затрат на изготовление рекламного продукта
 10. Составить план-график проведения рекламной кампании
 11. Разработка и изготовление рекламного продукта (макет)
 12. Определить эффективность рекламной кампании
 13. Рассчитать рекламный бюджет данного проекта
 14. Подготовить документацию для регистрации авторских прав
 15. Сформировать маркетинговый раздел бизнес-плана
- Подготовить презентацию проекта и защитить его.

ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих

УП.05 Учебная практика

Виды работ:

Раздел 1

Осуществление работы по поиску и привлечению клиентов.

Осуществление работы с клиентской базой.

Оформление заказа с применением офисной оргтехники.

Составление договора, с учетом применения правовых знаний.

Составление брифа с использованием компьютерных технологий для обработки текстовой информации.

Ведение переговоров с заказчиком при составлении брифа и заключении договора.

Разработка информационной листовки на основе ранее сформулированного задания (по брифу), используя фотографии, изготовленные подрядной организацией. Листовка содержит в себе изображение, рекламный текст.

Аудиторная презентация идеи готового рекламного проекта.

Раздел 2

Составление творческого брифа для проведения фотосъемки.

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

Разработка рекламного текста с учетом различных типов рекламы.

Создание бейджа: составление текста бейджа, разработка дизайна бейджа, подготовка изображения с применением компьютерных технологий.

Подготовка изобразительных материалов для визуального образа рекламной акции.

Разработка визуального имиджа рекламной акции.

Раздел 3

1. Создание и анимирование рисованных объектов в программе PowerPoint.

2. Вставка звука и видеоклипов в презентацию.

3. Создание рекламного баннера.

4. Создание рекламной презентации.

5. Экспорт презентации. Изменение типа файла.

6. Сохранение презентации как видеозапись.

7. Размещения в Интернет PowerPoint-презентаций.

8. Создание бланка организации.

9. Работа с иллюстрациями. Создание пригласительного билета, рекламного объявления, программы мероприятия.

Публикация документов Word.

Поиск информации по заданной теме.

Создание почта в gmail. Регистрация в Twitter. Создание личной странички.

Публикация информации и документов (фото, видео) на «стене».

Создание группы, обмен данными и информацией в группе.

ПДП. Производственная практика (преддипломная)

Виды работ:

Общие вопросы охраны труда и пожарной безопасности. Обязанности студента-практиканта. Знакомство с базой практики, с правилами внутреннего распорядка организации. Инструктаж на рабочем месте.

Осуществлять поиск рекламных идей. Разработка авторских рекламных проектов.

Составление и оформление текста рекламных объявлений

Создание визуального образа с рекламными функциями

Выполнение визуального образа с рекламными функциями. Защита рекламного проекта

Выполнение рекламного продукта (не менее 3 наименований), представляющего собой комплексное проектирование системы идентификации корпоративного /фирменного/ стиля: плакат, открытка, календарь, буклет, реклама на транспорте, вывеска, логотип, эмблема, флайер, упаковка и т. д.

Анализ аналогов и прототипов. Анализ и подбор технологии печати.

Обоснование дизайнерского решения. Эскизы рекламного продукта (варианты).

Выбор прикладного программного обеспечения обработки мультимедиа (AdobeFlash,). Работа со специализированным прикладным программным обеспечением для производства рекламного продукта.

Выполнение импорта и экспорта графических файлов и анимации. Работа с прикладным программным обеспечением обработки видеопродукции и мультимедиа. Импорт и экспорт аудио файлов.

Выбор и подготовка специального оборудования для производства рекламного продукта. Выбор прикладного программного обеспечения для производства рекламного продукта.

Ознакомление со структурой и документацией организации

Анализ ассортиментной политики организации.

Разработка средств продвижения рекламного продукта.

Разработка маркетинговой части бизнес-плана.

Планирование, разработки и технического исполнения рекламного проекта

Организация контроля соответствия рекламной продукции требованиям рекламодача

Оформление портфолио по результатам производственной практики

Организация деятельности по работе с заказчиком. Проведение поиска клиентов.

Выбор вида рекламы для реализации рекламной идеи. Осуществление поиска различных рекламных идей.

Тестирование рекламы и определение ее эффективности.

Индивидуальная работа с клиентом. Подготовка. Реализация.

Образец титульного листа отчета по практике

УТВЕРЖДАЮ
Руководитель организации (предприятия)

«___» _____ 20__ г.

М.П.

ОТЧЁТ
о прохождении учебной практики/производственной практики
(по профилю специальности) /производственной практики
(преддипломной)
нужное подчеркнуть

по профессиональному модулю

Специальность _____

Студента(ки) _____ курса _____ группы

форма обучения _____
(очная, заочная)

(ФИО)

Место проведения практики (организация)

наименование организации, юридический адрес

Срок прохождения практики с «___» _____ 20__ г. по «___» _____ 20__ г.

Руководитель практики от организации (предприятия)

(подпись/Ф.И.О.)

Руководитель практики от образовательной организации

(подпись/Ф.И.О.)

Оценка о защите отчета _____ (_____)

Образец задания на практику

**Автономная некоммерческая организация профессионального образования
«Московский областной финансово-юридический институт МФЮИ»**

Утверждаю
Председатель ПЦК _____

« ____ » _____

Задание
на учебную практику/производственную практику (по профилю специальности)/
производственную практику (преддипломную)
нужное подчеркнуть

1. _____
ФИО студента
2. Группа _____ Курс _____
3. Специальность _____
4. Место проведения практики (организация) _____

наименование организации, юридический адрес
5. Наименование профессионального модуля _____
6. Сроки проведения практики _____
7. Объем практики _____

Календарный план проведения практики

№ пп	Задание	Календарные сроки

Руководитель практики от образовательной организации _____ / _____
(подпись/ФИО)

СОГЛАСОВАНО:

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

С программой практики и заданием ознакомлен:

Студент _____
(подпись)

Образец дневника практики

Автономная некоммерческая организация профессионального образования
«Московский областной финансово-юридический институт МФЮИ»

Д Н Е В Н И К

**прохождения учебной практики/производственной практики
(по профилю специальности) /производственной практики
(преддипломной)**

нужное подчеркнуть

по профессиональному модулю

Специальность _____

Студента(ки) _____ курса _____ группы

форма обучения _____
(очная, заочная)

(ФИО)
Место проведения практики (организация) _____

наименование организации, юридический адрес

Срок прохождения практики с «___» _____ 20__ г. по «___» _____ 20__ г.

Содержание работ

Дата	Содержание выполненных работ согласно программе практики	Оценка	Подпись руководителя практики от организации
	Инструктаж по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, правилами внутреннего трудового распорядка		
	Подготовка документарного Отчета о прохождении практики		

Руководитель практики от предприятия (организации) _____
(подпись//Ф.И.О.)

Руководитель практики от образовательной организации _____
(подпись//Ф.И.О.)

Образец характеристики

Характеристика

1. _____
ФИО студента

2. Группа _____ Курс _____

3. Специальность _____

4. Место проведения практики (организация) _____

наименование организации, юридический адрес

1. Вид/тип практики: (учебная практика/производственная практика (по профилю специальности) /производственная практика (преддипломная)
нужное подчеркнуть

6. Наименование профессионального модуля _____

7. Сроки проведения практики _____

8. Объем практики _____

За время прохождения практики студент освоил профессиональные компетенции:

1 балл - Студент не справляется с решением/выполнением типовых профессиональных задач, не проявляет ни один из навыков, входящих в компетенцию;

2 балла - Студент не справляется с решением/выполнением типовых профессиональных задач, проявляет отдельные навыки, входящие в компетенцию;

3 балла - Студент решает/выполняет типовые профессиональные задачи при консультационной поддержке преподавателя (наставника);

4 балла - Студент самостоятельно выполняет/решает типовые профессиональные задачи. Для решения нестандартных задач требуется консультационная помощь преподавателя (наставника);

5 баллов - Все профессиональные (типовые и нестандартные) профессиональные задачи студент решает/выполняет самостоятельно

Код компетенции	Профессиональные компетенции, включающие в себя способность:	Оценка компетенции в баллах				
		1	2	3	4	5
Вид профессиональной деятельности: _____						
		1	2	3	4	5
		1	2	3	4	5
		1	2	3	4	5
		1	2	3	4	5
		1	2	3	4	5

За время прохождения практики студент освоил общие компетенции:

(обведите цифру, соответствующую степени сформированности компетенции):

5 – компетенция сформирована в максимальной степени

4 – компетенция сформирована хорошо

3 – компетенция сформирована на среднем уровне

2 – компетенция сформирована слабо

1 – компетенция не сформирована

Коды ОК	Общие компетенции	Баллы				
		1	2	3	4	5

		1	2	3	4	5
		1	2	3	4	5
		1	2	3	4	5
		1	2	3	4	5
		1	2	3	4	5

Профессиональные компетенции, предусмотренные программой практики _____
(освоены / не освоены)

Общие компетенции, предусмотренные программой практики _____
(освоены / не освоены)

Укажите дополнительные качества, которые характеризуют молодого специалиста, но не указаны выше, а также Ваши замечания

Заключение: считаю возможным оценить работу студента на
оценку _____
(отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно)

Руководитель практики от образовательной организации _____ / _____
(подпись/ФИО)

Руководитель практики от предприятия (организации) _____ / _____ / _____
(должность/подпись/ФИО)

М.П. (Организация)

Дата _____ 20 ____ г.