

Федеральное казенное профессиональное образовательное учреждение
«Новокузнецкий государственный гуманитарно-технический
колледж- интернат»
Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации

Согласовано:

Представитель работодателя:
Директор РГ «Сибиря Прo»


А.Б. Кишов



Утверждаю:

Заместитель директора по УР:
_____ И. П. Лебедева

Специальность: 42.02.01 Реклама

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ) ПРАКТИКИ**

Новокузнецк

Рассмотрено на заседании
методической комиссии «Реклама, ОДвЛ»
Протокол № 11 от 25.06.2018 г.
Председатель МК
_____ / Осколкова Е.А./

Рабочая программа производственной практики разработана на основе:

- Федерального государственного образовательного стандарта по специальности СПО 42.02.01. Реклама, утверждённого приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.05.2014 г. №510, а также в соответствии с учебным планом по специальности среднего профессионального образования 42.02.01 Реклама, утверждённого директором ФКПОУ «НГГТКИ» Минтруда России Агарковым Н. Н., приказ № 89/1. от 31.08.2018 г.
- Положения об учебной практике (производственном обучении) и производственной практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы среднего профессионального образования, утвержденного приказом Минобрнауки России № 291 от 18 апреля 2013г.

Организация-разработчик рабочей программы:

федеральное казенное профессиональное образовательное учреждение
«Новокузнецкий государственный гуманитарно-технический колледж-
интернат» Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации

Разработчик рабочей программы:

Зинченко Любовь Андреевна, мастер п/о

Осколкова Елена Анатольевна, преподаватель

Рецензент: Кишов Александр Борисович, директор Рекламной группы
«Сибيريا Про».

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ	10
3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ	14
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ	18
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ	23
ЛИСТ ДОПОЛНЕНИЙ И ИЗМЕНЕНИЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ	30

1 ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ

Рабочая программа преддипломной практики является составной частью адаптированной образовательной программы среднего профессионального образования (далее – АОП СПО), обеспечивающей реализацию ФГОС СПО 42.02.01 Реклама.

Преддипломная практика является частью учебного процесса и направлена на формирование у студентов общих и профессиональных компетенций.

Область профессиональной деятельности:

- организация и проведение работ по разработке и производству рекламного продукта с учетом требований заказчика.

Объектами профессиональной деятельности являются:

- рекламные продукты: рекламные тексты, рекламная фотография, рекламное видео, наружная реклама, реклама в Интернете, корпоративная и имиджевая рекламы, реклама в полиграфии;
- рекламная кампания;
- выставочная деятельность;
- технологические процессы изготовления рекламного продукта;
- рекламные коммуникативные технологии;
- первичные трудовые коллективы.

Виды профессиональной деятельности:

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.

1.2 Цель и задачи преддипломной практики

Преддипломная практика является частью учебного процесса и направлена на углубление студентом первоначального профессионального опыта, развитие общих и профессиональных компетенций, проверку его готовности к самостоятельной трудовой деятельности, а также на подготовку к выполнению

выпускной квалификационной (дипломной) работы в организациях различных организационно-правовых форм.

Основной целью преддипломной практики является:

- закрепление и углубление знаний, умений и навыков, полученных студентами в процессе обучения;

- овладение системой профессиональных умений и навыков и опытом профессиональной деятельности по специальности «Реклама» в соответствии с квалификационными требованиями, а также с учетом взаимосвязи теоретического и практического обучения, современного состояния и перспектив развития технологий производства рекламного продукта.

Основные задачи:

1) закрепление, расширение и систематизация знаний по специальным дисциплинам на основе изучения деятельности конкретного предприятия (рекламного агентства, рекламной компании, фото-или видеостудии);

2) формирование профессиональных умений и навыков в производственно-технологической и организационно-управленческой деятельности специалиста по рекламе, устойчивого интереса к творческой деятельности

3) Изучение деятельности конкретного предприятия (рекламного агентства/рекламного отдела).

– изучение структуры рекламного агентства/рекламного отдела предприятия;

– изучение и анализ процесса изготовления рекламного продукта;

– определение себестоимости изготовления рекламного продукта;

– реализация рекламного продукта.

4) Углубление приобретённого практического опыта в области:

- разработки и создании дизайна рекламной продукции.

- производства рекламной продукции.

- маркетингового и правового обеспечения реализации рекламного продукта.

- организации и управления процессом изготовления рекламного продукта.

5) Осуществление сбора и обработки необходимых материалов для написания выпускной квалификационной работы.

Преддипломная практика предусматривает сбор, систематизацию и обобщение материала для подготовки выпускной квалификационной работы, решение поставленной проблемы на материалах деятельности конкретной организации (предприятия) с применением методов анализа.

1.3. Место преддипломной практики в структуре АОП СПО программы подготовки специалистов среднего звена (ППССЗ) по специальности 42.02.01 Реклама.

Преддипломная практика базируется на междисциплинарных курсах профессиональных модулей:

1. ПМ 01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции:

- МДК 01.01 Художественное проектирование рекламного продукта.
- МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта.

2. ПМ.02 Производство рекламной продукции:

- МДК.02.01 Выполнение рекламных проектов в материале.
- МДК.02.02 Проектная компьютерная графика и мультимедиа.
- МДК. 02.03 Техника и технология рекламной фотографии.
- МДК.02.04 Техника и технология рекламного видео.

3. ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта:

- МДК.03.01 Маркетинг в рекламе.
- МДК.03.02 Правовое обеспечение профессиональной деятельности.

4. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта:

- МДК.04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности.
- МДК 04.02 Предпринимательская деятельность в области рекламы.

Для освоения программы преддипломной практики студент должен иметь практический опыт, полученный в результате:

- освоения междисциплинарных курсов профессиональных модулей АОП СПО программы подготовки специалистов среднего звена (ППССЗ);
- изучения общепрофессиональных дисциплин;
- прохождения учебной и производственной практик.

Программа преддипломной практики является частью программы подготовки специалистов среднего звена.

Преддипломная практика - завершающий этап освоения ППССЗ.

1.4 Формы проведения преддипломной практики

Производственная (преддипломная) практика проводится в рекламных агентствах и организациях, имеющих рекламную группу в форме работы с производственной и рабочей документацией и самостоятельной работы студентов на рабочих местах в рекламных подразделениях, выполняя работу по заказу предприятия.

Производственная (преддипломная) практика проводится на предприятиях, в учреждениях, организациях различных организационно-правовых форм и форм собственности, отвечающих следующим требованиям:

- наличие сфер деятельности, предусмотренных программой производственной (преддипломной) практики;
- обеспеченность квалифицированными кадрами для руководства производственной (преддипломной) практикой.

На преддипломной практике могут использоваться следующие организационные формы обучения:

- на штатных местах в качестве стажеров-дублеров;
- выполнение индивидуальных профессиональных заданий.

1.5. Количество часов на освоение программы преддипломной практики

Преддипломная практика проводится концентрированно в соответствии с учебным планом и графиком учебного процесса в течение 4 недель с 36-часовой недельной нагрузкой, в объеме 144 часов.

1.6. Условия организации преддипломной практики

Руководство преддипломной практикой осуществляют руководители практики от колледжа и организации.

Руководитель практики от колледжа:

- устанавливает связь с руководителем практики от организации и совместно с ним составляет индивидуальные задания;
- принимает участие в распределении студентов по рабочим местам и перемещении их по видам работ;
- осуществляет контроль за выполнением программы практики обучающимися на предприятии;
- оказывает методическую помощь обучающимся при выполнении ими индивидуальных заданий и подборе материалов для написания ВКР;
- оценивает результаты выполнения практикантами программы практики;
- предоставляет отчеты о результатах практики руководству колледжа;
- вносит предложения по совершенствованию организации практики;
- организует повторное прохождение производственной практики обучающимися в случае невыполнения ими программы практики по уважительной причине.

Руководитель практики от организации осуществляет общее руководство практикой обучающихся и назначает ответственных руководителей практики от предприятия (учреждения, организации).

Непосредственное руководство практикой обучающихся в подразделениях возлагается на квалифицированных специалистов, в обязанности которых входит:

- распределение практикантов по рабочим местам в соответствии с графиком прохождения практики;
- проведение инструктажа по охране труда, противопожарной безопасности и производственной санитарии на предприятии и на рабочем месте при выполнении конкретных видов работ;
- осуществление постоянного контроля за работой практикантов, обеспечения выполнения программы практики;

- оценивание качества работы практикантов, с подписанием аттестационного листа-характеристики и отражения в нем выполнения программы практики, индивидуального задания;

- оказания помощи обучающимся в подборе материала для выпускной квалификационной работы;

- внесение предложений по совершенствованию организации преддипломной практики.

В договоре колледж и организация оговаривают вопросы, касающиеся проведения преддипломной практики.

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

По результатам практики обучающимся составляется отчет.

Структурными элементами отчета по преддипломной практике являются:

- титульный лист;

- задание;

- аттестационный лист-характеристика, подписанный руководителем практики

- от организации;

- дневник.

Содержание отчета по преддипломной практике включает введение и основную часть (два раздела), заключение, библиографический список, приложения.

Формой аттестации по преддипломной практике является дифференцированный зачет, который проводится в виде защиты отчета, по которой определяется уровень освоенных профессиональных компетенций и выставляются оценки.

2 РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ

Преддипломная практика обучающихся способствует развитию профессиональных и общих компетенций.

Профессиональные компетенции:

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.

Общие компетенции:

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.

В результате прохождения преддипломной (производственной) практики по видам профессиональной деятельности обучающийся должен:

ВПД	Требования к умениям
ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции	Иметь практический опыт: <ul style="list-style-type: none">– ПО1 выбора художественной формы реализации рекламной идеи;– ПО2 создания визуального образа с рекламными функциями;– ПО3 художественного конструирования рекламных продуктов по заданию;
	Уметь: <ul style="list-style-type: none">– У1 осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги;– У2 разрабатывать композиционное решение рекламного продукта;– У3 использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы;– У4 составлять рекламные тексты

	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – 31 выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы; – 32 приемы и принципы составления рекламного текста; – 33 композицию, шрифтовую и художественную графики в рекламе; – 34 методы проектирования рекламного продукта; – 35 методы психологического воздействия на потребителя
<p>ПМ.02 Производство рекламной продукции</p>	<p>Иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> – ПО1 выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта; – ПО2 построения модели (макета, сценария) объекта с учетом выбранной технологии; – ПО3 подготовки к производству рекламного продукта; – ПО4 производства рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – У1 осуществлять фотосъемку для производства рекламного продукта; – У2 осуществлять видеосъемку для производства рекламного продукта; – У3 использовать компьютерные технологии при создании печатного рекламного продукта; – У4 разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы; – использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео-, анимации; – У5 использовать мультимедийные и web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – 31 технику, технологии и технические средства фотосъемки в рекламе; – 32 технику, технологии и технические средства видеосъемки в рекламе; – 33 технические и программные средства для создания печатного рекламного продукта; – 34 технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации; – 35 технологию создания Интернет-рекламы; – 36 аппаратное и программное обеспечение.
<p>ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта</p>	<p>Иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> – ПО1 выявления требований целевых групп потребителей; – ПО2 разработки средств продвижения рекламного продукта; – ПО3 разработки маркетинговой части бизнес-плана; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – У1 проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей; – У2 анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп;

	<ul style="list-style-type: none"> – У3 проводить сегментирование рынка; – У4 принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта;
	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – 31 задачи, цели и общие требования к рекламе; – 32 основные направления рекламной деятельности; – виды рекламной деятельности; – 33 структуру рекламного рынка.
<p>ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта.</p>	<p>Иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> – ПО1 планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта; – ПО2 контролирования соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя; – ПО3 взаимодействия с субъектами рекламной деятельности; – подготовки документации для регистрации авторских прав;
	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – У1 составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта; – У2 работать с рекламой в средствах массовой информации; – У3 проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком; – У4 проводить презентацию рекламного продукта; – У5 подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав;
	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – 31 экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации; – 32 основные принципы работы организаций в условиях рыночной экономики; – 33 пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов; – 34 основные федеральные законы и иные нормативные правовые акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации; – 35 аспекты планирования рекламы; – этапы принятия и реализации управленческих решений; – 36 классификацию целей менеджмента

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ

3.1 Тематический план преддипломной практики

№ п/п	Разделы практики	Содержание разделов	Кол-во часов	Формы текущего контроля
1	Организационные вопросы оформления на предприятии, общая характеристика предприятия, инструктаж по охране труда и технике безопасности, распределение по рабочим местам.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ознакомление с рекламным агентством. 2. Ознакомление с программной практики 3. Изучение инструкции по охране труда. 4. Изучение инструкции по технике безопасности и пожаробезопасности. 5. Изучение правил внутреннего распорядка. 	7,12	Наблюдение и оценка выполнения работ по практике.
2	Знакомство с предприятием, его структурой, особенностями организации производственного, творческого, рекламного процессов, этапами и стадиями творческого и производственного процессов.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Рассмотреть этапы развития предприятия, его организационную структуру, этапы творческого и производственного процесса. 2. Познакомиться с организацией: <ul style="list-style-type: none"> - творческой деятельности; - производственного процесса; - взаимодействия с рекламодателем, посредниками и исполнителями рекламного заказа. 3 Изучить материалы, технологии и оборудование, используемые для изготовления рекламной продукции. 	28,48	Наблюдение и оценка выполнения работ по практике.
3	Выполнение индивидуального задания по теме ВКР. Сбор необходимых практических, нормативных, методических материалов по теме ВКР.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Сбор необходимых практических, нормативных, методических материалов по теме ВКР. 2. Выполнение практических работ. 3. Систематизация информации в соответствии с утвержденным планом дипломной работы. 	86,24	Наблюдение и оценка выполнения работ по практике.

4	Оформление отчета о прохождении преддипломной практики.	1.Оформление отчета в соответствии с требованиями, действующими в колледже. 2. Защита отчета по преддипломной практике.	21,36	Проверка отчета. Защита отчета Дифференцированный зачет
---	---	---	--------------	---

3.3 СОДЕРЖАНИЕ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ

Наименование разделов, тем, выполнение обязанностей на рабочих местах	Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы, состав выполнения работ	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
Раздел 1	Организация преддипломной практики	7,12	
Тема 1.1 Организационные вопросы оформления на практику	Содержание практики (виды работ)	7,12	
	1 Ознакомление с рекламным агентством. Ознакомление с программой практики. Инструктаж по охране труда и пожарной безопасности. Изучение правил внутреннего трудового распорядка.	7,12	
Раздел 2	Характеристика и специализация предприятия	28,48	
Тема 2.1 Предприятия: организационная структура; организация процесса производства рекламной продукции	Содержание практики (виды работ)	28,48	3
	2 Знакомство с предприятием и его структурой: - характеристика предприятия; - структура предприятия; - организация труда на предприятии; - основные задачи, решаемые на предприятии.	7,12	
	3 Знакомство с организацией творческой деятельности и производственного процесса; взаимодействие с рекламодателем, посредниками и исполнителями рекламного заказа	7,12	
	4 Изучение материалов и технологий, применяемых для изготовления рекламной продукции.	7,12	
	5 Изучение и работа с оборудованием, применяемым для изготовления рекламной продукции	7,12	
Раздел 3	Выполнение индивидуального задания по теме ВКР	86,24	
Тема 3.1 Сбор практических, нормативных,	Содержание практики (виды работ)	86,24	3
	6 Сбор материалов по теме ВКР	14,24	
	7 Анализ процесса разработки творческой составляющей рекламного	7,12	

методических материалов по теме ВКР		продукта		
	8	Анализ процесса изготовления рекламного продукта	7,12	
	9	Анализ ценообразования рекламной продукции.	7,12	
	10	Выполнение практических работ по теме ВКР	36	
	11	Разработка рекомендаций (по теме ВКР) совершенствования организации рекламно-производственной деятельности предприятия.	14,24	
Раздел 4	Подготовка отчета и его защита		21,36	3
Тема 4.1 Подготовка отчета и его защита	12	Систематизация материалов по преддипломной практике.	7,12	
	13	Оформление отчета о прохождении практики	7,12	
	14	Подготовка доклада и презентации. Защита отчета	7,12	
Всего			144 часа	

4 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ

4.1. Общие требования к организации преддипломной практики обучающихся

Преддипломную практику обучающиеся проходят в рекламных агентствах или рекламных отделах предприятий промышленности, торговли и сферы услуг. Это могут быть организации экономической, производственной и социальной сферы, подразделения системы управления государственных предприятий, акционерных обществ и частных фирм, органы государственного управления и социальной инфраструктуры народного хозяйства.

Базовые предприятия для обучающихся должны отвечать следующим требованиям:

- соответствовать профилю подготовки специалиста;
- располагать квалифицированными кадрами для руководства практикой обучающегося;
- иметь материально-техническую и информационную базу, обеспечивающую ведение профессиональной деятельности в области рекламы.

Объект практики определяется учебным заведением. Оно готовит договоры с отраслевыми предприятиями (организациями) о приеме обучающихся на практику. Договоры с предприятиями должны быть оформлены не позднее 2 недель до начала практики в текущем учебном году.

При прохождении преддипломной практики обучающиеся, как правило, выполняют функции практикантов на выделенном рабочем месте (отдел по работе с клиентами, творческий или производственный отдел и пр.)

Организация практики на всех этапах направлена на обеспечение непрерывности и последовательности овладения обучающимися навыками и умениями профессиональной деятельности.

Собранные в ходе преддипломной практики данные обучающемуся необходимо статистически обработать, проанализировать, на основании полученной информации следует сделать выводы о развитии предприятия в целом и рекламно-производственной деятельности предприятия в частности, об эффективности рекламно-производственной деятельности, выявить и сформулировать основные проблемы в процессе производства рекламной продукции, решению которых будет посвящена выпускная квалификационная работа. Содержание материала зависит от особенностей производственной деятельности, специфики конкретного предприятия, темы выпускной работы.

4.2 Информационное обеспечение обучения.

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

Куприянов, Д. В. Информационное обеспечение профессиональной деятельности [Текст] : учебник и практикум для СПО / Д. В. Куприянов. – Москва : Юрайт, 2017. – 255 с. (Профессиональное образование).

Дополнительные источники

1. Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства [Текст]: учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 514 с. — (Профессиональное образование).
2. Сергеев, Е. Ю. Технология производства печатных и электронных средств информации [Текст]: учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. Ю. Сергеев. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 227 с. — (Профессиональное образование).
3. Ткаченко, О. Н. Дизайн и рекламные технологии [Текст]: Учебное пособие / О.Н. Ткаченко; Под ред. Л.М. Дмитриевой; Омский государ. технич. универ. (ОмГТУ). - М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 176 с.

Фиталёва С.В. Основы технологии художественно – оформительских работ: Учебн.пособие. - М.,Академия,2012. (ГРИФ).

4. Тыщенко А.И. Правовое обеспечение профессиональной деятельности.: учебник, 3-е изд., Москва: РИОР; ИНФРА – М., 2015. – 224с. Режим доступа: для зарегистрированных пользователей. – Текст: электронный.

Нормативно - правовые источники:

1. ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ЗАКОН «О рекламе» № 38-ФЗ.
2. Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 «О защите прав потребителей»
3. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18.12.2006 N 230-ФЗ. ГК РФ Глава 70. АВТОРСКОЕ ПРАВО.

Журналы:

1. Реклама. Теория и практика. Специализированное информационно-аналитическое издание. Москва. Издательский дом «Гребенников». Официальный сайт: <http://www.grebennikoff.ru/product/8>
2. Новости рекламы. Все о рекламе, маркетинге и СМИ России. Официальный сайт: <http://www.xn----8sbennohjbkb0ako7l.xn--p1ai/>
3. PR и реклама. Профессиональный журнал. Официальный сайт: <http://www.prjournal.ru/>

Интернет-ресурсы:

Электронное издательство «Юрайт» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://biblio-online.ru/organization/9083B1AF-02A7-4F86-90C3-C067DBDE840E>.

4.3. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство преддипломной практикой

Реализация АОП СПО ППСЗ 42.02.01 «Реклама» обеспечивается педагогическими кадрами, имеющими высшее образование, соответствующее профилю преподаваемого модуля ПМ.01 «Разработка и создание дизайна рекламной продукции», ПМ.02. «Производство рекламной продукции», ПМ.03 «Маркетинговое и правовое обеспечение реализации

рекламного продукта», ПМ.04 «Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта»».

Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы является обязательным для преподавателей, отвечающих за освоение обучающимся профессионального учебного цикла. Преподаватели получают дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

4.4. Специальные условия и образовательные технологии, используемые для освоения содержания рабочей программы преддипломной практики на базе организаций города

Организация мест прохождения практик обучающихся обеспечивается соблюдением следующих общих требований:

- пользование необходимыми техническими средствами при прохождении производственной практики с учетом их индивидуальных особенностей;
- обеспечение возможности беспрепятственного доступа обучающегося в рабочие кабинеты, туалетные и другие помещения, а также их пребывания в указанных помещениях (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов, лифтов, при отсутствии лифтов рабочие помещения должны располагаться на первом этаже, наличие специальных кресел и других приспособлений).

Вспомогательные средства - дополнительные подсобные орудия, предметы, приспособления, применяемые для компенсации или замещения нарушенных или утраченных функций организма:

1) для слабовидящих:

- обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;

- обучающимся для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство, возможно также использование собственных устройств;
 - задания для выполнения оформляются увеличенным шрифтом;
- 2) для глухих и слабослышащих:
- обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования индивидуального пользования, инструкции по выполнению работ на бумажном носителе;
- 3) для лиц с тяжелыми нарушениями речи, глухих, слабослышащих общение может осуществляться в письменной форме;
- 4) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата (тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей):
- производственная практика может осуществляться на рабочем месте, при наличии безбарьерной среды.

5 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ

По окончании преддипломной практики обучающийся оформляет письменный отчет, отражающий содержание индивидуального задания. Сбор материалов должен вестись целенаправленно, применительно к теме ВКР. Отчет по практике должен быть оформлен в соответствии с планом практики, с включением необходимых схем, эскизов, графиков и других материалов

В результате освоения преддипломной практики обучающиеся проходят промежуточную аттестацию в форме дифференцированного зачета.

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 1.1 Осуществлять поиск рекламных идей.	Нахождение и использование различных источников информации, в том числе электронной, для эффективного поиска рекламных идей. Результативность поиска различных решений при создании рекламного продукта в соответствии с поставленной задачей.	Отчет по производственной (преддипломной) практике. Аттестационный лист-характеристика. Дневник практики
ПК 1.2 Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.	Соответствие выбранных изобразительных средств рекламы ее целям и задачам. Отражение сути рекламного сообщения в эскизном решении.	Отчет по производственной (преддипломной) практике. Аттестационный лист-характеристика. Дневник практики
ПК 1.3 Разрабатывать авторские рекламные проекты.	Обоснование актуальности выбранных авторских рекламных проектов Соответствие авторского проекта рекламного продукта принципам и законам рекламного проектирования	Отчет по производственной (преддипломной) практике. Аттестационный лист-характеристика. Дневник практики
ПК 1.4 Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.	Подбор оптимальных вариантов формирования текста рекламных объявлений Правильность составления и оформления текстов рекламных объявлений на заданную тему в соответствии с	Отчет по производственной (преддипломной) практике. Аттестационный лист-характеристика. Дневник практики

	основополагающими принципами и законами составления и оформления рекламного текста	
ПК 1.5 Создавать визуальные образы с рекламными функциями.	Соответствие визуального образа требования технического задания на разработку рекламного продукта	Отчет по производственной (преддипломной) практике. Аттестационный лист-характеристика. Дневник практики
ПК 2.1 Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.	Обоснованность выбора основных изобразительных средств и материалов для подготовки дизайн-проекта конкретного рекламного продукта. Точность выбора инструментов и материалов для изготовления конкретного рекламного продукта в соответствии с технологическими требованиями к его производству. Способность осуществлять работу по производству конкретного рекламного продукта с помощью определенных инструментов и оборудования.	Отчет по производственной (преддипломной) практике. Аттестационный лист-характеристика. Дневник практики
ПК 2.2 Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.	Соблюдение технологического процесса подготовки и создания макетов полиграфической, сувенирной рекламной продукции. Создание фото и видеопродукции в соответствии с определенной технологии производства. Разработка сценарного креатива на основании технического задания/брифа.	
ПК 2.3 Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.	Соблюдение технологического процесса изготовления рекламного продукта или его элемента в соответствии с технологией его производства и на основе технического задания.	
ПК 3.1 Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.	Соответствие анкеты, разработанной для исследования предпочтений	Отчет по производственной (преддипломной)

	целевых групп потребителей, целям и задачам опроса и требованиям к составлению опросных анкет	практике. Аттестационный лист-характеристика. Дневник практики
ПК 3.2 Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта	Обоснованность отбора средств, направленных на продвижение рекламного продукта с учетом анализа предпочтений целевых групп потребителей; Соблюдение законодательства в сфере рекламной деятельности при разработке средств продвижения рекламного продукта	
ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.	Составление плана работы коллектива исполнителей по разработке и техническому исполнению рекламного продукта. Способность взаимодействия с субъектами рекламной деятельности. Составление планов рекламных кампаний	Отчет по производственной (преддипломной) практике. Аттестационный лист-характеристика. Дневник практики
ПК 4.2. Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.	Проведение процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком. Проведение презентации рекламного продукта. Осуществление контроля соответствия рекламной продукции требованиям рекламодача	
ПК 4.3. Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт	Точность воспроизведения порядка регистрации авторских прав. Правильность формирования пакета документов, необходимых для регистрации авторских прав на рекламный продукт	
ПК.5.1 Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиентов.	Обоснованное применение методов и способов поиска и привлечения клиентов. Качество организации поиска и привлечения клиентов.	Отчет по производственной (преддипломной) практике. Аттестационный лист-характеристика. Дневник практики
ПК.5.2 Осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг	Качество выполнения предоставленных услуг. Владение методами работы с клиентом.	

	Точность и скорость выполнения рекламных услуг в соответствии с заказом.	
ПК.5.3 Оформлять договорную и финансовую документацию при работе с заказчиком.	Соблюдение требований стандартов по оформлению типовой документации. Умение составлять и оформлять различные формы договорной документации.	
ПК.5.4 Опирайтесь в работе на правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг.	Знание правовых норм, регулирующих взаимоотношения по оказанию услуги Соответствие изготавливаемой продукции и услуг правовым нормам	
ПК.5.5 Вести переговоры с заказчиком.	Обоснованность выбора методов ведения переговоров с заказчиком. Владением методиками ведения переговоров. Соблюдение правил ведения деловых переговоров и презентаций	
ПК.5.6 Использовать офисную оргтехнику, информационные и коммуникационные технологии при получении и оформлении заказа.	Способность использовать офисную оргтехнику при получении и оформлении заказа; Точность определения и обоснованный выбор информационно-коммуникационных технологий при получении и оформлении рекламного заказа.	
ПК.5.7 Контакттировать с производителями рекламы по вопросам производства рекламного продукта.	Соблюдение правил ведения деловых переговоров; Умение ориентироваться в области технологии производства рекламного продукта.	
ПК.5.8 Работать в рекламных акциях в качестве исполнителя.	Соблюдение правил проведения рекламных акций. Точность исполнения поставленной задачи в рамках проведения рекламной акции.	
ПК.5.9 Контакттировать со средствами массовой информации по вопросам размещения рекламы.	Соблюдение правил ведения деловых переговоров; Демонстрация уровня компетентности в области размещения рекламного продукта.	

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общих компетенций и обеспечивающих их умений.

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК 01. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	Демонстрация интереса к будущей профессии Эффективность и качество выполненной самостоятельной работы	Экспертная оценка по формированию профессионального навыка Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы
ОК 02. Организовывать собственную деятельность, исходя из цели и способов ее достижения, определенных руководителем.	Способность организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Мониторинг роста творческой самостоятельности и навыков получения нового знания каждым обучающимся.
ОК 03. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Решение стандартных и нестандартных профессиональных задач в области разработки дизайна рекламной продукции	Отчет по производственной (преддипломной) практике.
ОК 04. Осуществлять поиск информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач	Эффективный поиск необходимой информации; Использование различных источников, включая электронные	Аттестационный лист-характеристика. Дневник практики
ОК 05. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	Результативность работы со специализированным и прикладным программным обеспечением Качество оформления результатов работы с использованием ИКТ	
ОК 06. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	Ясность и аргументированность изложения собственного мнения Результативность взаимодействия с коллегами, руководством и потребителями	
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	Адекватность оценки и анализа эффективности и качества результатов работы членов команды (подчиненных)	

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	Результативность внеаудиторной самостоятельной работы при изучении профессионального модуля Верность выбора способов коррекции результатов собственной деятельности	
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	Систематичность в изучении дополнительной, справочной литературы, периодических изданий в области профессиональной деятельности.	Анализ библиотечного формуляра обучающегося Собеседование Отчет по производственной практике
ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.	Понимание специфики организации рекламной деятельности в области разработки и создания рекламного продукта	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы Собеседование Отчет по производственной практике
ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.	Обоснованность отбора средств решения профессиональных задач с учетом экологических требований Ясность и правильность изложения информации, собственных мыслей на иностранном языке с использованием несложных речевых оборотов для решения профессиональных задач Результативность использования информационно-коммуникационных технологий для решения профессиональных задач	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы Собеседование Отчет по производственной практике

Разработчик:

федеральное казенное профессиональное образовательное учреждение «Новокузнецкий государственный гуманитарно-технический колледж-интернат» Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации

_____ Преподаватель высшей категории Осколкова Е.А.

_____ Мастер п/о Зинченко Л.А.

ЛИСТ ДОПОЛНЕНИЙ И ИЗМЕНЕНИЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ) ПРАКТИКИ

/ см. файл ЛИСТЫ ДОПОЛНЕНИЙ

Дата внесения изменений: Протокол МК от _____ 201__ г.	Место внесения изменения в структуре рабочей программы	Содержание изменения рабочей программы
Протокол № _____ от « ___ » _____ 20__ г.		
Протокол № _____ от « ___ » _____ 20__ г.		
Протокол № _____ от « ___ » _____ 20__ г.		
Протокол № _____ от « ___ » _____ 20__ г.		
Протокол № _____ от « ___ » _____ 20__ г.		
Протокол № _____ от « ___ » _____ 20__ г.		
Протокол № _____ от « ___ » _____ 20__ г.		
Протокол № _____ от « ___ » _____ 20__ г.		
Протокол № _____ от « ___ » _____ 20__ г.		
Протокол № _____ от « ___ » _____ 20__ г.		
Протокол № _____ от « ___ » _____ 20__ г.		
Протокол № _____ от « ___ » _____ 20__ г.		
Протокол № _____ от « ___ » _____ 20__ г.		
Протокол № _____ от « ___ » _____ 20__ г.		
Протокол № _____ от « ___ » _____ 20__ г.		
Протокол № _____ от « ___ » _____ 20__ г.		