


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

Согласовано:

Представитель работодателя:
Директор РГ «Сибيريا Про»


А.Б. Кишов



УТВЕРЖДАЮ:
Заместитель директора по УР:
_____ И. П. Лебедева

Специальность: 42.02.01 Реклама

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Новокузнецк

Рассмотрено на заседании
методической комиссии «Реклама»
Протокол № 11 от «25» июня 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.

Разработчик рабочей программы:

Зинченко Любовь Андреевна, мастер п/о

Осколкова Елена Анатольевна, преподаватель

Рецензент:

Кишов Александр Борисович, директор Рекламной группы «Сиберия Про».

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ	8
3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ	10
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ	23
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ	29
ЛИСТ ДОПОЛНЕНИЙ И ИЗМЕНЕНИЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ	

1 ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

1.1 Место производственной практики в структуре адаптированной образовательной программы (далее – АОП)

Рабочая программа производственной практики является частью адаптированной образовательной программы среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 «Реклама» в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД):

- 1) Разработка и создание дизайна рекламной продукции.
- 2) Производство рекламной продукции.
- 3) Выполнение работ по профессии 20032 «Агент рекламный»

Рабочая программа производственной практики может быть использована в дополнительном профессиональном образовании в рамках реализации программ переподготовки кадров в учреждениях СПО.

1.2 Цели и задачи производственной практики

Целями производственной практики являются:

- комплексное освоение обучающимися всех видов профессиональной деятельности;
- приобретение, закрепление и совершенствование практических навыков и умений по видам профессиональной деятельности;
- развитие общих и профессиональных компетенций;
- приобретение опыта практической работы по специальности 42.02.01 «Реклама» и профессии 20032 «Агент рекламный»;
- проверка готовности обучающегося к самостоятельной трудовой деятельности.

Требования к результатам освоения производственной практики

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

ВПД	Требования к умениям
ПМ.01 Разработка	Иметь практический опыт:

и создание дизайна рекламной продукции	<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;
	<p>Уметь:</p> <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"> – З1 выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы; – З2 приемы и принципы составления рекламного текста; – З3 композицию, шрифтовую и художественную графики в рекламе; – З4 методы проектирования рекламного продукта; – З5 методы психологического воздействия на потребителя
ПМ.02 Производство реklamной продукции	<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"> – З1 технику, технологии и технические средства фотосъемки в рекламе; – З2 технику, технологии и технические средства видеосъемки в рекламе; – З3 технические и программные средства для создания печатного рекламного продукта;

	<ul style="list-style-type: none"> – 34 технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации; – 35 технологию создания Интернет-рекламы; – 36 аппаратное и программное обеспечение.
<p>ПМ.05 Агент рекламный</p>	<p>Иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> – ПО1 ведения переговоров с заказчиком; – ПО2 использования офисной оргтехники, информационных и коммуникационных технологий при получении и оформлении заказа; – ПО3 оформления договорной и финансовой документации при работе с заказчиком; – ПО4 организации связи со средствами массовой информации; – ПО 5 работы в рекламных акциях в качестве исполнителя; – ПО 6 использования современных информационных и коммуникационных средств продвижения рекламы; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – У1 контактировать с заказчиками рекламного продукта и вести переговоры с заказчиком; – У2 осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг; – У3 выбирать и использовать различные виды средств распространения рекламы; – У4 проводить основные мероприятия связей с общественностью; – У5 применять средства связи; – У6 использовать способы оперативной полиграфии; – У7 использовать вычислительные средства в рекламной деятельности; <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – 31 виды рекламной деятельности; – 32 виды рекламных средств и средств распространения рекламы; – 33 требования к рекламированию товаров и услуг, установленные законом; – 34 субъекты рекламного процесса и их взаимодействие; – 35 правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию рекламных услуг; – 36 ответственность участников рекламного процесса за ненадлежащую рекламу; – 37 социально-психологические основы рекламы; – 38 факторы и методы взаимодействия рекламы на человека; – 39 факторы, влияющие на покупку товаров; – 310 информационные материалы связей с общественностью, их виды; – 311 организационную структуру организаций; – 312 средства оргтехники и требования безопасности труда; – 313 средства составления оригиналов текстовых документов; – 314 средства копирования и оперативного размножения документов;

	<ul style="list-style-type: none"> – 315 средства для обработки документов; – 316 средства связи; – 317 вычислительные средства; – 318 основные виды производства рекламного продукта; – 319 направления рекламной работы; – 320 содержание рекламной информации; – 321 применяемые средства рекламы; – 322 рекламные мероприятия; – 323 понятие о разделении рекламных функций оптовой, розничной торговли и промышленности.
--	--

1.3 Место практики в структуре АОП СПО ПССЗ 42.02.01 «Реклама»

Производственная практика является обязательным разделом АОП СПО и базируется на содержании:

Раздел 1 - ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции;

Раздел 2 - ПМ.02 Производство рекламной продукции;

Раздел 5 - ПМ.05 Агент рекламный.

1.4 Количество часов на освоение рабочей программы производственной практики:

Рабочая программа рассчитана на прохождение студентами производственной практики в объеме 432 часа:

в том числе:

ПП.01.01 – 180 ч.,

ПП.02.01 – 180 ч.,

ПП.05.01 – 72 ч.

Распределение разделов и тем по часам приведено в тематическом плане.

Место проведения производственной практики: в профильных организациях на основе договоров, заключаемых между образовательным учреждением и профильными организациями

2 РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Результатом освоения рабочей программы производственной практики является сформированность у обучающихся профессиональных умений в рамках модулей АОП СПО по основным видам профессиональной деятельности (ВПД):

1. ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции;
2. ПМ.02 Производство рекламной продукции;
3. ПМ.05 Агент рекламный;

необходимых для последующего освоения ими профессиональных (ПК) и общих (ОК) компетенций:

Код	Наименование результата освоения практики
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 качества
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.
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 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.	Использовать офисную оргтехнику, информационные и коммуникационные технологии при получении и оформлении заказа.

3 ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

3.1 Тематический план производственной практики

Код ПК	Наименование разделов профессионального модуля	Количество часов по разделу	Виды работ	Наименования тем учебной практики	Количество часов по темам
1	2	3	4	5	6
ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции					180
ПК 1.1, 1.2, 1.3, 1.4, 1.5	Раздел 1. Художественное проектирование рекламного продукта	36	<ul style="list-style-type: none"> - разработка композиционного решения рекламного продукта; - подбор художественной формы реализации рекламной идеи; - составление рекламных текстов с использованием методов психологического воздействия на потребителя; - написание слоганов, разработка названий - использование выразительных и художественно-образительных средств при проектировании рекламного продукта; - разработка творческих идей рекламного продукта/рекламной кампании; - разработка рекламных образов - художественное проектирование рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы (разработка дизайн-проекта РП, создание иллюстраций для РП, стилизация рекламного обращения) 	Тема 1.1. Художественная форма реализации рекламной идеи	14,24
				Тема 1.2. Композиционное решение рекламного продукта	14,24
				Тема 1.3. Выразительные и художественно-образительные средства рекламы	7,12
ПК 1.1, 1.2,	Раздел 2. Создание рекламных	72	<ul style="list-style-type: none"> - разработка творческих идей рекламного продукта/рекламной кампании; - художественное проектирование рекламного продукта с 	Тема 2.1. Разработка идеи рекламного продукта	14,24

1.3, 1.4, 1.5	образов		учетом аспектов психологического воздействия рекламы; - подготовка макета рекламного продукта с учетом технологии его производства.	Тема 2.2. Создание визуальных образов с рекламными функциями	21,36
ПК 1.1, 1.2, 1.3, 1.4, 1.5	Раздел 3. Разработка авторских рекламных проектов	64,48	- выполнение рекламных иллюстраций в рамках заказа; - разработка элементов фирменного стиля по заданию; - выполнение рекламных обращений в различных стилях.	Тема 3.1. Создание рекламных иллюстраций	21,36
				Тема 3.2. Создание элементов фирменного стиля.	21,36
				Тема 3.3 Стилизация рекламных обращений	21,36
ПК 1.1, 1.2, 1.3, 1.4, 1.5	Промежуточная аттестация	7,12	- сбор и систематизация материала (выполненные работы, дневник, аттестационный лист-характеристика) - составление отчета по производственной практике ПП.01.01; - защита отчета по производственной практике ПП.01.01	Дифференцированный зачет	7,12
ПМ.02 Производство рекламной продукции					180
ПК 2.1, 2.2, 2.3	Раздел 1. Структура рекламного агентства	36	- изучение структуры рекламного агентства; - изучение и анализ этапов разработки рекламного продукта; - изучение должностных инструкций сотрудников РА; - участие в получении и ведении заказа на оказание услуг по производству рекламной продукции; - участие в процессе проектирования и создания рекламного продукта; - составление простых рекламных текстов; - выполнение отчета установленной формы	Тема 1.1. Структура рекламного агентства	7,12
				Тема 1.2. Этапы разработки и производства рекламного продукта	14,24
				Тема 1.3. Должностные обязанности сотрудников РА (отдел по работе с клиентами, творческий и	14,24

				производственный отделы)	
ПК 2.1, 2.2, 2.3	Раздел 2. Создание макета рекламного продукта	36	<ul style="list-style-type: none"> - подготовка макета рекламного продукта с учетом технологии его производства; - выбор и использование инструментов, оборудования и материалов для исполнения рекламного продукта; - выполнение отчета установленной формы. 	Тема 2.1. Работа с техническим заданием на разработку рекламного продукта	7,12
				Тема 2.2. Создание и редактирование элементов макета	14,24
				Тема 2.3. Работа с текстом	7,12
				Тема 2.4. Работа над макетом рекламного обращения (в соответствии со специализацией рекламного агентства)	7,12
ПК 2.1, 2.2, 2.3	Раздел 3 Технология изготовления рекламного продукта	72	<ul style="list-style-type: none"> - подготовка макета рекламного продукта с учетом технологии его производства; - выбор и использование инструментов, оборудования и материалов для исполнения рекламного продукта; - выполнение отчета установленной формы. 	Тема 3.1. Создание макета рекламного продукта	36
				Тема 3.2. Подготовка макета рекламного продукта в зависимости от специфики его производства	7,12
				Тема 3.3. Технология производства рекламного продукта	7,12
				Тема 3.4. Материалы для изготовления	7,12

				рекламного продукта	
				Тема 3.5. Инструменты и оборудование для изготовления рекламного продукта	7,12
				Тема 3.6. Оценка качества изготовления рекламного продукта	7,12
				Тема 3.7. Анализ процесса изготовления рекламного продукта.	
ПК 2.1, 2.2, 2.3	Раздел 4. Производство рекламной продукции	28,48	<ul style="list-style-type: none"> - выбор и использование инструментов, оборудования и материалов для исполнения рекламного продукта; - использование специализированного программного обеспечения для создания рекламного продукта; - использование мультимедийных и web- технологий для разработки и внедрения рекламного продукта; - осуществление рекламной фотосъемки; - осуществление рекламной видеосъемки 	Тема 4.1. Подготовка материалов для создания рекламного продукта	7,12
				Тема 4.2. Выполнение макетов (моделей, сценариев) различных рекламных, рекламно-информационных материалов	14,24
				Тема 4.3. Фото (видео) съемка в процессе производства рекламного продукта	7,12

	Промежуточная аттестация	7,12	- составление отчета по производственной практике ПП.02.01; - защита отчета по производственной практике ПП.02.01	Дифференцированный зачет	7,12
		ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих - профессия 20032 Агент рекламный			72
ПК 5.1, 5.2, 5.3, 5.4, 5.5, 5.6	Раздел 1. Оформление договорной документации при работе с заказчиком	14.24	1.Ознакомление с особенностями заполнения технического задания (брифа). 2.Типы технических заданий, используемые на предприятиях. 3.Формирование технического задания - брифа (клиентского, креативного, на разработку слогана	Тема 1.1 Разработка брифов	7,12
ПК 5.1, 5.2, 5.3, 5.4, 5.5, 5.6		7,12	1. Анализ информации, полученной из технического задания. 2. Работа с информацией. 3. Подбор иллюстративного материала. 4. Подготовка презентации рекламного продукта для заказчика. 5. Проведение презентации. 6. Работа с замечаниями	Тема 1.2 Разработка презентации рекламного продукта	7,12
ПК 5.1, 5.2, 5.3, 5.4, 5.5, 5.6	Раздел 2. Разработка рекламного обращения	36	1. Написание простых текстов рекламных обращений. 2. Набор, редактирование и форматирование текста	Тема 2.1 Создание простого текстового рекламного обращения	7.12
ПК 5.1, 5.2, 5.3, 5.4, 5.5, 5.6		7,12	1. Разработка структурных элементов рекламного обращения: заголовка, слогана, основного текста, справочных данных 2. Построение рекламного обращения на основе визуального образа и идеи.	Тема 2.2 Композиционное построение рекламного обращения	7.12

ПК 5.1, 5.2, 5.3, 5.4, 5.5, 5.6		7,12	1. Выбор формата. 2. Ввод и редактирование текста. 3. Размещение иллюстраций	Тема 2.3 Создание макета простого рекламного обращения	7.12
ПК 5.1, 5.2, 5.3, 5.4, 5.5, 5.6		7,12	1.Разработка рекламной идеи рекламного продукта. 2.Исследование особенностей целевых аудиторий рекламного продукта 3.Построение рекламного обращения на основе визуального образа и идеи.	Тема 2.4 Создание рекламного обращения, рассчитанного на различные целевые группы	7.12 7.12
ПК 5.1, 5.2, 5.3, 5.4, 5.5, 5.6	Раздел 3.Разработка макетов печатной рекламы.	14.24	1.Разработка творческой идеи. 2.Разработка композиционного решения рекламного плаката. 3. Выполнение работ по созданию отдельных элементов макета. 4. Компоновка отдельных элементов макета. 5. Набор, редактирование и форматирование текстов.	Тема 3.1 Создание макетов плакатов	7.12 7.12
ПК 5.1, 5.2, 5.3, 5.4, 5.5, 5.6	Раздел 4. Зачётное занятие. Отчет по практике.	7.12	1.Формирование портфолио работ, выполненных во время производственной практики. 2. Презентация портфолио.	Составление презентации «Портфолио работ».	7.12

3.2 Содержание производственной практики

Наименование разделов профессионального модуля и тем производственной практики	Содержание работ	Объем часов
1	2	3
<p>ПМ 01. Разработка и создание дизайна рекламного продукта</p>	<p>Виды работ, выполняемых на производственной практике:</p> <p>1. Поиск и разработка рекламных идей: а) Получение и анализ информации о заказе. б) Разработка творческой идеи рекламного продукта (в текстовой форме).</p> <p>2. Составление текстов рекламных обращений: а) Написание слоганов. б) Разработка названий (товара, акции и т.п.). в) Написание основных текстов рекламных обращений (для полиграфической рекламы и рекламных объявлений в прессе).</p> <p>3. Разработка рекламных образов для рекламы товаров/услуг/мероприятий: а) Разработка рекламного персонажа в рамках проведения рекламной кампании. б) Разработка рекламного образа для конкретного рекламного обращения (для полиграфической рекламы и рекламных объявлений в прессе).</p> <p>4. Художественное эскизирование и подбор художественно-выразительных средств: а) Разработка композиционного, цветового и шрифтового оформления рекламного продукта: б) Разработка дизайн-проекта рекламного продукта (полиграфическая реклама). в) Разработка концепции и графического решения фирменного стиля рекламодателя (логотип, эмблема, основные носители фирменного стиля). г) Разработка иллюстраций для рекламных обращений.</p> <p>5. Выполнение авторского рекламного проекта: а). Стилизация рекламного обращения (выполнение рекламных обращений в различных стилях).</p>	<p>180</p>
<p>Раздел 1 Художественное проектирование рекламного продукта</p>	<p>Виды работ:</p> <ul style="list-style-type: none"> - разработка композиционного решения рекламного продукта; - подбор художественной формы реализации рекламной идеи; - составление рекламных текстов с использованием методов психологического воздействия на потребителя; - написание слоганов, разработка названий - использование выразительных и художественно-изобразительных средств при проектировании рекламного продукта; 	<p>36</p>

	<ul style="list-style-type: none"> - разработка творческих идей рекламного продукта/ рекламной кампании; - разработка рекламных образов - художественное проектирование рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы (разработка дизайн-проекта РП, создание иллюстраций для РП, стилизация рекламного обращения) 	
Тема 1.1. Художественная форма реализации рекламной идеи	<p>Содержание:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Знакомство с работой рекламного агентства/креативного отдела. Изучение должных обязанностей специалиста по рекламе/дизайнера. 2. Инструктаж по технике безопасности на рабочем месте. 3. Анализ информации, полученной из технического задания. Подбор графического материала по заданию. 4. Предварительное эскизирование, подготовка черновых набросков макета рекламного продукта. 	7,12
Тема 1.2. Композиционное решение рекламного продукта	<p>Содержание:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Разработка 1-го варианта композиционного решения рекламного обращения. 2. Разработка 2-го варианта композиционного решения рекламного обращения. 3. Оценка разработанных решений (совместно с руководителем практики и/или заказчиком). Выбор одного из композиционных решений. Направление эскиза на доработку. 4. Доработка эскиза. Оценка эскиза согласно требованиям технического задания. 	7,12
Тема 1.3. Выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы	<p>Содержание:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Работа над текстом рекламного обращения. 2. Структурирование текста. Составление заголовков, основного рекламного текста, информационного блока. 2. Оценка текста совместно с руководителем практики. Правка текста. 3. Работа над цветовым решением рекламного обращения. Оценка макета руководителем практики от предприятия. 	7,12
Раздел 2. Создание рекламных образов	<ul style="list-style-type: none"> - разработка творческих идей рекламного продукта/ рекламной кампании; - художественное проектирование рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы; - подготовка макета рекламного продукта с учетом технологии его производства; 	72
Тема 2.1. Разработка идеи рекламного продукта	<p>Содержание:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. написание слоганов; разработка названий 2. Разработка творческой идеи рекламного обращения по направлениям: <ul style="list-style-type: none"> - создание вербальной основы рекламного обращения; - формулировка идеи рекламной кампании товара/услуги/фирмы. 	7,12
Тема 2.2. Создание визуальных образов с рекламными функциями	<p>Содержание:</p> <ul style="list-style-type: none"> - разработка рекламного образа для рекламного обращения/серии рекламных обращений (создание визуальных образов с рекламными функциями для 	7,12

	различных рекламных носителей в зависимости от специфики деятельности рекламного агентства/рекламного отдела). - художественное эскизирование; - создание визуальных образов с рекламными функциями; - разработка авторских рекламных проектов.	7,12 7,12 7,12 7,12 7,12
Раздел 3. Разработка авторских рекламных проектов		72
Тема 3.1 Создание рекламных иллюстраций	Содержание: 1 Создание иллюстраций для Рекламного продукта. Выполнение рекламных иллюстраций в рамках заказа: - рекламная иллюстрация № 1; - рекламная иллюстрация № 2; - рекламная иллюстрация № 3.	7,12 7,12 7,12
Тема 3.2.Создание элементов фирменного стиля.	Содержание: Разработка элементов фирменного стиля по заданию: - разработка концепции фирменной символики; - проработка вариантов графического решения фирменного стиля; - отбор и корректировка варианта фирменной символики; - выполнение фирменного знака, фирменного блока; - подготовка шаблонов основных рекламных носителей фирменного стиля; - подготовка шаблонов основных рекламных носителей фирменного стиля; - выполнение макета логобука/брендбука рекламодателя.	7,12 7,12 7,12
Тема 3.3. Стилизация рекламных обращений	Содержание: Выполнение рекламных обращений в различных стилях: - выбор приема стилизации, отражающего специфику задания; - стилизация визуального образа с рекламными функциями.	7,12 7,12 7,12
Промежуточная аттестация Дифференцированный зачет	Содержание: Дифференцированный зачет в форме отчета по производственной практике ПП.01.01: - сбор и систематизация материала (дневник, аттестационный лист-характеристика); - подготовка отчета по практике (отчет, презентация, портфолио работ); - защита отчета по практике.	7,12
ПМ.02 Производство продукции	Виды работ, выполняемых на производственной практике: 1. Работа с техническим заданием: а) Составление технического задания на разработку конкретного рекламного продукта. б) Исполнение технического задания. 2. Выбор оборудования, инструментов и материалов в соответствии с типом изготавливаемого рекламного продукта: а) Определение технологии (способа) изготовления конкретного рекламного продукта.	180

	<p>б) Подбор необходимого оборудования, инструментов и материалов для изготовления конкретного рекламного продукта.</p> <p>3. Создание моделей (макетов, сценариев) объекта с учетом выбранной технологией производства:</p> <p>а) Выбор программного обеспечения для разработки макетов рекламной продукции.</p> <p>б) Подготовка макетов рекламной продукции к печати.</p> <p>в) Использование специализированного программного обеспечения для изготовления аудиовизуальной, мультимедийной рекламной продукции.</p> <p>г) Редактирование фото и видеoinформации.</p> <p>д) Составление сценариев для аудиовизуальной рекламной продукции, рекламных мероприятий.</p> <p>4. Исполнение рекламной продукции (или ее отдельных элементов) в материале:</p> <p>а) Подготовка макетов рекламной продукции к печати и вывод на печать.</p> <p>б) Послепечатная обработка рекламной продукции. Сборка отдельных элементов.</p>	
Раздел 1. Структура рекламного агентства	<ul style="list-style-type: none"> - изучение структуры рекламного агентства; - изучение и анализ этапов разработки рекламного продукта; - изучение должностных инструкций сотрудников РА; - участие в процессе проектирования и создания рекламного продукта; - составление простых рекламных текстов; - выполнение отчета установленной формы 	36
Тема 1.1. Структура рекламного агентства	<p>Содержание:</p> <ul style="list-style-type: none"> - изучение организационной структуры рекламного агентства (рекламного отдела предприятия) - инструктаж по технике безопасности на рабочем месте. 	7,12
Тема 1.2. Этапы разработки и производства рекламного продукта	<p>Содержание:</p> <ul style="list-style-type: none"> - изучение и анализ этапов разработки рекламного продукта; - участие в процессе проектирования и создания рекламного продукта; составление простых рекламных текстов. 	7,12 7,12
Тема 1.3. Должностные обязанности сотрудников РА (отдел по работе с клиентами, творческий и производственный отделы)	<ul style="list-style-type: none"> - изучение должностных инструкций сотрудников РА; - участие в получении и ведении заказа на оказание услуг по производству рекламной продукции; 	7,12 7,12
Раздел 2. Создание макета рекламного продукта	<ul style="list-style-type: none"> - подготовка макета рекламного продукта с учетом технологии его производства; - выбор и использование инструментов, оборудования и материалов для исполнения рекламного продукта; - выполнение отчета установленной формы. 	36

Тема 2.1. Работа с техническим заданием на разработку рекламного продукта	Содержание: - составление/заполнение технического задания на разработку рекламного продукта, работа с техническим заданием - ознакомление с инструментами, оборудованием и материалами для исполнения рекламного продукта исходя из технического задания	7,12 7,12
Тема 2.2. Создание и редактирование элементов макета	- подготовка отдельных элементов макета рекламного продукта с учетом технологии его производства;	7,12
Тема 2.3. Работа с текстом	- составление тестов рекламы;	7,12
Тема 2.4. Работа над макетом рекламного обращения (в соответствии со специализацией рекламного агентства)	- подготовка и исполнение макета рекламного продукта	7,12
Раздел 3 Технология изготовления рекламного продукта	- подготовка макета рекламного продукта с учетом технологии его производства; - выбор и использование инструментов, оборудования и материалов для исполнения рекламного продукта; - выполнение отчета установленной формы.	72
Тема 3.1. Создание макета рекламного продукта	Содержание: - ознакомление с техническим заданием, подготовка к выполнению заказа; - выполнение отдельных элементов макета; - выполнение отдельных элементов макета; - завершение работы над макетом; - внесение правок.	7,12 7,12 7,12 7,12
Тема 3.2. Подготовка макета рекламного продукта в зависимости от специфики его производства	Содержание: - подготовка макета рекламного продукта к реализации в материале (в соответствии с профилем рекламного агентства)	7,12
Тема 3.3. Технология производства рекламного продукта	Содержание: - участие в процессе производства рекламного продукта;	7,12
Тема 3.4. Материалы для изготовления рекламного продукта	Содержание: - углубленное изучение характеристик материалов для изготовления рекламного продукта	7,12
Тема 3.5. Инструменты и оборудование для изготовления рекламного продукта	Содержание: - отработка навыков использования инструментов и эксплуатации оборудования для изготовления рекламного продукта;	7,12
Тема 3.6. Оценка качества изготовления рекламного продукта	Содержание: - оценка качества изготовления рекламного продукта в соответствии с требованиями, предъявляемыми к качеству конкретного РП	7,12
Тема 3.7. Анализ процесса изготовления рекламного продукта.	Содержание: - анализ выполненной работы, вывод о качестве проделанной работы	
Раздел 4. Производство рекламной продукции	- выбор и использование инструментов, оборудования и материалов для исполнения рекламного продукта;	28,48

	<ul style="list-style-type: none"> - использование специализированного программного обеспечения для создания рекламного продукта; - использование мультимедийных и web- технологий для разработки и внедрения рекламного продукта; - осуществление рекламной фотосъемки; - осуществление рекламной видеосъемки 	
Тема 4.1. Подготовка материалов для создания рекламного продукта	<p>Содержание:</p> <ul style="list-style-type: none"> - участие в процессе изготовления рекламного продукта; 	7,12
Тема 4.2. Выполнение макетов (моделей, сценариев) различных рекламных, рекламно-информационных материалов	<p>Содержание:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использование специализированного программного обеспечения для создания рекламного продукта; - использование мультимедийных и web- технологий для разработки и внедрения рекламного продукта; 	7,12
Тема 4.3. Фото (видео) съемка в процессе производства рекламного продукта	<ul style="list-style-type: none"> - осуществление рекламной фотосъемки (в том числе для отчета по ПП); - осуществление рекламной видеосъемки 	7,12
Промежуточная аттестация. Дифференцированный зачет.	<p>Содержание:</p> <ul style="list-style-type: none"> - сбор и систематизация материала (выполненные работы, дневник, аттестационный лист-характеристика); - составление отчета по производственной практике ПП.02.01; - защита отчета по производственной практике ПП.02.01 	7,12
ПМ 05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих - профессия 20032 Агент рекламный	Составление брифа для фирмы; составление презентации фирмы, составление текстового рекламного обращения, адаптация текстового рекламного обращения в прессе, адаптация текстового рекламного обращения к радио и ТВ-обращению. Владение офисной техникой, владение информационными и коммуникационными технологиями при получении заказа	72
Раздел 1. Оформление договорной документации при работе с заказчиком	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ознакомление с особенностями заполнения технического задания (брифа). 2. Типы технических заданий, используемые на предприятиях. 3. Формирование технического задания - брифа (клиентского, креативного, на разработку слогана) 	14,24
Тема 1 Разработка брифов	<p>Содержание:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ознакомление с особенностями заполнения технического задания (брифа). 2. Типы технических заданий, используемые на предприятиях. 3. Формирование технического задания - брифа (клиентского, креативного, на разработку слогана) 	7,12
Тема 2. Разработка презентации рекламного продукта	<p>Содержание:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Анализ информации, полученной из технического задания. 2. Работа с информацией. 3. Подбор иллюстративного материала. 4. Подготовка презентации рекламного продукта для заказчика. 5. Проведение презентации. 	7,12

	6. Работа с замечаниями	
Раздел 2. Разработка рекламного обращения	1. Написание простых текстов рекламных обращений. 2. Набор, редактирование и форматирование текста	36
Тема 2.1 Создание простого текстового рекламного обращения	1. Написание простых текстов рекламных обращений.	7,12
Тема 2.2 Композиционное построение рекламного обращения	2. Построение рекламного обращения на основе визуального образа и идеи.	7,12
Тема 2.3 Создание макета простого рекламного обращения	1. Выбор формата. 2. Ввод и редактирование текста. 3. Размещение иллюстраций	7,12
Тема 2.4 Создание рекламного обращения, рассчитанного на различные целевые группы	Содержание: 1. Разработка рекламной идеи рекламного продукта. 2. Исследование особенностей целевых аудиторий рекламного продукта	7,12
	3. Построение рекламного обращения на основе визуального образа, идеи и целевой группы.	7,12
Раздел 3 Адаптация рекламного обращения к размещению на различных носителях		14,24
Тема 3.1	Содержание: Разработка текстового рекламного обращения в прессе	7,12
Тема 3.2	Адаптация к радио и ТВ-обращению.	7,12
Промежуточная аттестация. Дифференцированный зачет	Содержание: 1. Формирование портфолио работ, выполненных во время производственной практики. 2. Презентация портфолио.	7,12

4 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

4.1 Материально-техническое обеспечение

Реализация рабочей программы производственной практики предполагает наличие производственно-технической инфраструктуры рекламного агентства:

- отдел по работе с клиентами;
- творческий отдел;
- производственный отдел;
- рабочего места специалиста по рекламе с возможностью использования пакетов прикладных программ;
- рабочего места по проектированию и изготовлению рекламной продукции.

4.2 Общие требования к организации производственной практики

Производственная практика проводится в организациях, направление деятельности которых соответствует профилю подготовки обучающихся, на основе договоров, заключаемых между образовательным учреждением и этими организациями. Базами практики являются рекламные агентства г. Новокузнецка (РХ «Клуб Мечты», РА «Сибيريا Про»).

Производственная практика проводится концентрированно на базе типографий, редакций газет и журналов, рекламных агентств (полного цикла или узкоспециализированных), дизайнерских фирм города Новокузнецка (или других городов Кемеровской области), а также предприятий, имеющих в своей структуре рекламные (маркетинговые) отделы.

Производственная практика проводится при освоении обучающимися профессиональных компетенций в рамках профессиональных модулей на:

- 1, 2 семестре - ПП.05.01;
- 3 семестре - ПП.01.01;
- 5 семестре - ПП.02.01.

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

4.3. Информационное обеспечение производственной практики.

Основные источники:

1. Информационные технологии в маркетинге : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2018. — 367 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9115-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/415038>.
2. Комарова, Л. К. Основы выставочной деятельности : учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. К. Комарова ; ответственный редактор В. П. Нехорошков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2018. — 194 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-07508-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/423220> (дата обращения: 28.02.2021).
3. Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2017. — 552 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03716-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/404790>.

Дополнительные источники:

1. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2017. — 431 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-04657-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/407252>.
2. Селезнев, В. А. Компьютерная графика : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Селезнев,

С. А. Дмитроченко. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2018. — 218 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08440-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/425017> (дата обращения: 28.02.2021).

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.

Периодические издания:

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/>
4. Ежемесячный журнал Знание- сила
5. Ежемесячный журнал Юный художник
6. Ежемесячный журнал РОДИНА

Интернет-ресурсы:

1. Электронное издательство «Юрайт» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://biblio-online.ru/organization/9083B1AF-02A7-4F86-90C3-C067DBDE840E>
- 1 Основы рекламы [Электронный ресурс]. Режим доступа <http://window.edu.ru/catalog/pdf2txt/051/75051/55500>.
- 2 Современные виды рекламы [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://vse-sekretu.ru/940-sovremennye-vidy-reklamy.html>.
- 3 Компьютерная графика [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://photoshoplessons.ru/computer_arts/

4 Уроки Corel DRAW [Электронный ресурс]. Режим доступа:
<http://www.corelvideo.ru/cdgs/>

4.4 Кадровое обеспечение образовательного процесса

Реализация АОП СПО ППССЗ 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.05 «20032 Агент рекламный».

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.

Руководство практикой от образовательного учреждения осуществляют преподаватели, обеспечивающие обучение по ПМ.01, ПМ.02, ПМ.05.

Руководство практикой от предприятия осуществляют специалисты организаций, имеющие практический опыт работы по специальности «Реклама».

4.5 Организация обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в рамках освоения рабочей программы производственной практик

Данная рабочая программа предусматривает образование лиц с ОВЗ или инвалидностью и наличие специальных условий её реализации и контроля.

Для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья производственная практика проводится с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

**Специальные условия и образовательные технологии,
использующиеся для освоения содержания рабочей программы
производственной 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;

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 ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Результатом освоения программы производственной практики является оценка:

- 1) профессиональных и общих компетенций;
- 2) практического опыта и умений.

Оценка по производственной практике выставляется на основании отчета по практике, дневника, данных аттестационного листа-характеристики, с указанием видов работ, выполненных обучающимся во время практики, их объема, качества выполнения.

В результате освоения производственной практики, в рамках профессионального модуля обучающиеся проходят промежуточную аттестацию в форме дифференцированного зачета.

Результаты обучения (освоенные умения в рамках ВПД)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
<p>ВПД.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции</p> <ul style="list-style-type: none"> - составление рекламных текстов с использованием методов психологического воздействия на потребителя; - разработка творческих идей рекламного продукта/ рекламной кампании; - художественное проектирование рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы; - подготовка макета рекламного продукта с учетом технологии его производства; - разработка авторских рекламных проектов; 	<p>Текущий контроль:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Наблюдение и оценка формирования практических профессиональных умений и приобретения практического опыта при освоении компетенции в ходе производственной практики. - Аттестационный лист - характеристика с производственной практики. <p>Промежуточный контроль в форме дифференцированного зачета по практике:</p> <ul style="list-style-type: none"> - наличие работ по виду профессиональной деятельности; - написание и защита отчета о прохождении производственной практики.
<p>ВПД.02 Производство рекламной продукции</p> <ul style="list-style-type: none"> - подготовка макета рекламного продукта с учетом технологии его производства; - выбор и использование инструментов, оборудования и материалов для исполнения рекламного продукта; - использование специализированного программного обеспечения для создания рекламного продукта; - использование мультимедийных и web-технологий для разработки и внедрения рекламного продукта; 	<p>Текущий контроль:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Наблюдение и оценка формирования практических профессиональных умений и приобретения практического опыта при освоении компетенции в ходе производственной практики. - Аттестационный лист - характеристика с производственной практики. <p>Промежуточный контроль в форме дифференцированного зачета по практике:</p> <ul style="list-style-type: none"> - наличие работ по виду профессиональной деятельности; - написание и защита отчета о прохождении

<ul style="list-style-type: none"> - осуществление рекламной фотосъемки; - осуществление рекламной видеосъемки 	<p>производственной практики.</p>
<p>ВПД.05 Агент рекламный</p> <ul style="list-style-type: none"> - ведения переговоров с заказчиком; - использования офисной оргтехники, информационных и коммуникационных технологий при получении и оформлении заказа; - оформления договорной и финансовой документации при работе с заказчиком; - организации связи со средствами массовой информации; - работы в рекламных акциях в качестве исполнителя; - использования современных информационных и коммуникационных средств продвижения рекламы 	<p>Текущий контроль:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Наблюдение и оценка формирования практических профессиональных умений и приобретения практического опыта при освоении компетенции в ходе производственной практики. - Аттестационный лист - характеристика с производственной практики. <p>Промежуточный контроль в форме дифференцированного зачета по практике:</p> <ul style="list-style-type: none"> - наличие работ по виду профессиональной деятельности; - написание и защита отчета о прохождении производственной практики.

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.	Практическая работа Контрольная работа Самостоятельная работа Отчет по производственной практике
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.	Практическая работа Контрольная работа Самостоятельная работа Отчет по производственной практике Творческие работы
ПК 1.3 Разрабатывать авторские рекламные проекты.	Обоснование актуальности выбранных авторских рекламных проектов Соответствие авторского проекта рекламного продукта принципам и законам рекламного проектирования	Практическая работа Творческая работа Самостоятельная работа Отчет по производственной практике
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	Практическая работа Отчет по производственной практике Самостоятельная работа

	соответствии с 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	Практическая работа Творческая работа Отчет по производственной практике Самостоятельная работа
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.	Формы контроля обучения: индивидуальные, групповые, фронтальные, практические работы, тестовые задания, самостоятельная работа. Методы оценки результатов обучения: устный опрос, индивидуальный опрос, тестирование, письменные проверочные работы, самостоятельные работы, практические работы, отчеты по производственной практике
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.	
Результаты (освоенные ПК)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК.5.1 Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиентов.	Обоснованное применение методов и способов поиска и привлечения клиентов.	Формы контроля обучения: индивидуальные,

	Качество организации поиска и привлечения клиентов.	<p>групповые, фронтальные, практические работы, тестовые задания, самостоятельная работа.</p> <p>Методы оценки результатов обучения: устный опрос, индивидуальный опрос, тестирование, письменные проверочные работы, самостоятельные работы, контрольная работа, выполнение практических заданий,</p>
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	Соблюдение правил ведения деловых переговоров;	

информации по вопросам размещения рекламы.	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	Собеседование Творческие работы Отчет по производственной практике Оценка результатов самостоятельной работы
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. Творческие работы Отчет по производственной практике
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	Собеседование Практическая работа
ОК 04. Осуществлять поиск информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач	Эффективный поиск необходимой информации; Использование различных источников, включая электронные	Мониторинг роста творческой самостоятельности и навыков получения нового знания каждым обучающимся.
ОК 05. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	Результативность работы со специализированным и прикладным программным обеспечением Качество оформления результатов работы с использованием ИКТ	Практические работы Творческие работы Отчет по производственной практике
ОК 06. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с	Ясность и аргументированность изложения собственного мнения Результативность взаимодействия с	Собеседование Отчет по производственной

коллегами, руководством, потребителями.	коллегами, руководством и потребителями	практике
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)	Собеседование Отчет по производственной практике
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	Собеседование Отчет по производственной практике
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

Разработчики:

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

Преподаватель: Осколкова Е.А.

Мастер п/о: Зинченко Л.А.

