

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 УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Новокузнецк

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

Рабочая программа учебной 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: Бенюх Эльвира Рафкатовна, преподаватель; Зинченко Любовь Андреевна, мастер п/о; Маянская Анна Сергеевна, преподаватель; Осколкова Елена Анатольевна, преподаватель

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

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	10
3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	12
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	27
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	34
ЛИСТ ДОПОЛНЕНИЙ И ИЗМЕНЕНИЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	

1 ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

1.1. Место учебной практики в структуре адаптированной образовательной программы (далее - АОП)

Рабочая программа учебной практики является частью адаптированной образовательной программы (далее АОП) в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 «Реклама» в части освоения основных видов профессиональной деятельности (ВПД):

- 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.
- 5) Выполнение работ по профессии 20032 Агент рекламный.
 - Организационная деятельность по работе с заказчиком.
 - Размещение и сопровождение заказа.

Рабочая программа учебной практики может быть использована в дополнительном профессиональном образовании и профессиональной переподготовке по специальности 42.02.01 Реклама, профессии 20032 Агент рекламный.

1.2. Цели и задачи учебной практики:

- закрепление системного представления о работе специалиста по рекламе, стадиях воплощения рекламного заказа от технического задания до его исполнения в материале;

- формирование у обучающихся практических умений в рамках освоения профессиональных модулей АОП СПО: ПМ.04, ПМ.03, ПМ.02, ПМ.01;

- выполнение работ по профессии, приобретение базовых навыков работы, характерных для выполнения основных видов профессиональной деятельности по профессии 20032 Агент рекламный.

1.3. Требования к результатам освоения учебной практики.

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

ВПД	Требования к умениям
<p>ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции</p>	<p>Иметь практический опыт:</p> <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
<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; – 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

	<ul style="list-style-type: none"> 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
<p>ПМ.05 Выполнение работ по профессии 20032 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 биспользования 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;

	<ul style="list-style-type: none"> – 312 средства оргтехники и требования безопасности труда; – 313 средства составления оригиналов текстовых документов; – 314 средства копирования и оперативного размножения документов; – 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.
--	--

1.4. Место практики в структуре АОП СПО ПССЗ:

Содержание учебной практики является логическим продолжением разделов АОП:

Раздел 1. Общепрофессиональный цикл:

- ОП.01 Живопись и основы цветоведения;
- ОП.02 Рисунок с основами перспективы;
- ОП.03 История изобразительного искусства;
- ОП.04 Экономика организации;
- ОП.05 Безопасность жизнедеятельности;
- ОП.06 Композиция;

Раздел 2. Профессиональный цикл:

ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции:

- МДК.01.01 Художественное проектирование рекламной продукции;
- МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламной продукции;

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;

ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного

продукта:

- МДК.03.01 Маркетинг в рекламе;
- МДК.03.02 Правовое обеспечение рекламной деятельности;

ПМ.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;

ПМ.05 Выполнение работ по профессии 20032 Агент рекламный:

- МДК.05.01 Организация рекламной деятельности;
- МДК.05.02 Основы рекламных коммуникационных технологий;
- МДК.05.03 Реализация рекламного заказа;
- МДК.05.04 Современная оргтехника;
- МДК.05.05 Рекламный текст.

1.5. Количество часов на освоение рабочей программы учебной практики:

Всего: 396 часов, в том числе:

В рамках освоения ПМ.01 – 36 часов;

В рамках освоения ПМ.02 - 252 часа;

В рамках освоения ПМ.03 - 36 часов;

В рамках освоения ПМ.04 – 36 часов;

В рамках освоения ПМ.05 – 36 часов.

2 РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Результатом освоения рабочей программы учебной практики является сформированность у обучающихся первоначальных практических профессиональных умений в рамках модулей АПОП СПО ПССЗ по основным видам профессиональной деятельности (ВПД):

- 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.
- 5) Выполнение работ по профессии 20032 Агент рекламный, необходимых для последующего освоения ими профессиональных (ПК) и общих (ОК) компетенций по избранной профессии.

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 3.1.	Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.
ПК 3.2.	Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.
ПК 4.1.	Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.
ПК 4.2.	Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.
ПК 4.3.	Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.
ПК 5.1.	Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиентов.
ПК 5.2.	Осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг.
ПК 5.3.	Оформлять договорную и финансовую документацию при работе с заказчиком.
ПК 5.4.	Опирается в работе на правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг.
ПК 5.5.	Вести переговоры с заказчиком.
ПК 5.6.	Использовать офисную оргтехнику, информационные и коммуникационные технологии при получении и оформлении заказа.
ПК 5.7.	Контактировать с производителями рекламы по вопросам производства рекламного продукта.
ПК 5.8.	Работать в рекламных акциях в качестве исполнителя.
ПК 5.9.	Контактировать со средствами массовой информации по вопросам размещения рекламы.

3 ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

3.1. Тематический план учебной практики

Код ПК	Код и наименование профессиональных модулей	Количество часов по ПМ	Виды работ	Наименования тем учебной практики	Количество часов по темам
ПК.1.1-1.5	ПМ 01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции	36	Разработка композиционного решения рекламного продукта средствами компьютерной графики	Инструктаж по ТБ на рабочем месте. Тема 1.1 Создание простых векторных иллюстраций	6
			Разработка решения рекламного продукта	Тема 1.2 Монохромное и цветное решение рекламного продукта	6
			Разработка решения рекламного продукта Написание рекламных текстов	Тема 1.3 Шрифтовое оформление рекламного продукта	6
			Разработка элементов фирменного стиля	Тема 2.1 Кривые безье как основа создания логотипа	6
			Создание макетов простых рекламных обращений Разработка рекламных образов. Написание рекламных текстов	Тема 3.1 Макетирование визитной карточки	6
				Тема 3.2 Макетирование фирменного бланка	
				Тема 3.3 Макетирование шрифтового плаката	
				Тема 3.4 Макетирование изобразительного плаката	6
				Тема 3.5 Макетирование одно- и двусторонних листовок	
			Промежуточная аттестация в форме диф.зачета		
ПК.2.1-2.2	ПМ 02	252	Создание отдельных	Раздел 1 Создание векторных иллюстраций	36
				Тема 1.1 Разработка эмблем (компаний,	6

	Производство рекламного продукта		элементов рекламного продукта в электронном виде. Подбор и использование основных изобразительных и программных средств.	мероприятия, команды)	
				Тема 1.2 Создание паттернов	6
				Тема 1.3 Создание корпоративного героя	6
				Тема 1.4 Создание корпоративной открытки	6
				Тема 1.5 Создание оформительской графики	6
				Тема 1.6 Создание деловой графики	6
ПК.2.1-2.3			Подбор и использование оборудования для осуществления рекламной фотосъемки. Проведение рекламной фотосъемки. Создание отдельных элементов рекламного продукта. Использование специализированных графических редакторов для создания макета рекламного продукта.	Раздел 2 Создание растровых иллюстраций	36
				Тема 2.1 Фотосъемка рекламных моделей	6
				Тема 2.2 Рекламная предметная съемка	6
				Тема 2.3 Редактирование фотографий	6
				Тема 2.4 Создание коллажей рекламного характера	6
				Тема 2.5 Стилизация рекламных обращений	12
ПК.2.1-2.3			Создание макетов рекламного продукта. Подбор и использование изобразительных, программных и технических средств изготовления рекламного продукта. Осуществление макетирования и верстки многостраничного издания. Исполнение оригинал-макета в материале.	Раздел 3 Создание многостраничного иллюстрированного издания	36
				Тема 3.1 Подготовка иллюстративного материала	6
				Тема 3.2 Разработка дизайна многостраничного иллюстрированного издания	18
				Тема 3.3 Макетирование и верстка	12
				Тема 3.4 Спуск полос. Предпечатная подготовка	6
				Тема 3.5 Вывод на печать. Сборка. Презентация готового продукта.	6
ПК.2.1-2.3			Создание и исполнение макета в материале.	Раздел 4 Разработка демонстрационных и рекламно-информационных материалов	36

				Тема 4.1 Создание учебных плакатов.	12
				Тема 4.2 Создание буклета «Путеводитель по колледжу»	12
				Тема 4.3 Создание фотоальбома «Красота родного края»	12
ПК.2.1-2.3			Разработка концепции проекта в соответствии с технологией ее создания. Создание и исполнение макета в материале.	Раздел 5 Разработка проекта арт-объекта (для фотозоны колледжа)	18
				Тема 5.1 Концепция проекта. Материалы и технологии изготовления	6
				Тема 5.2 Эскиз проекта	6
				Тема 5.3 Выполнение в материале, в масштабе 1:10	6
ПК.2.1-2.3			Написание сценария, построение раскадровки аудиовизуального рекламного продукта Подбор и использование оборудования для осуществления видеосъемки. Проведение видеосъемки. Создание отдельных элементов рекламного продукта. Использование специализированных редакторов для создания аудиовизуального рекламного продукта.	Раздел 6 Создание аудиовизуальной рекламы	60
				Тема 6.1 Создание видеопрезентации на свободную тему (например, представить зрителям любимую книгу или фильм, рассказать о родном городе и т.п.)	12
				Тема 6.2 Создание рекламной заставки для колледжа (текст, иллюстрации)	12
				Тема 6.3 Создание рекламного ролика по выбранной специальности	24
				Тема 6.4 Создание рекламного ролика для колледжа	12
ПК.2.1-2.3			Разработка концепции авторского рекламного проекта. Подбор и использование изобразительных, программных и технических средств изготовления рекламного проекта. Создание и исполнение	Раздел 7 Разработка авторского рекламного проекта	36
				Тема 7.1 Концепция авторского рекламного проекта. Техническое задание	6
				Тема 7.2 Выполнение авторского рекламного проекта.	24

			проекта в материале		
ПК.2.1-2.3			Сбор и систематизация материала. Формирование электронного портфолио.	Промежуточная аттестация. Дифференцированный зачет	6
ПК 3.1-3.2	ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта	36	Выявление требований целевых групп потребителей	Тема 1. Маркетинговые исследование в рекламе	6
			Разработка средств продвижения рекламного продукта Разработка маркетинговой части бизнес-плана Разработка договора на оказание рекламных услуг.	Тема 2. Комплекс маркетинговых мероприятий в области рекламы	6
			Разработка рекламного объявления по рекламному продукту, учитывая обязательные требования к рекламе. Документы необходимые для получения охранного документа на товарный знак рекламного продукта.	Тема 3. Планирование рекламной деятельности	6
			Разработка договора на оказание рекламных услуг.	Тема 1. Договоры в рекламе	6
			Разработка рекламного объявления по рекламному продукту, учитывая обязательные	Тема 2. Общие и специальные требования к рекламе	6

			требования к рекламе. Документы необходимые для получения охранного документа на товарный знак рекламного продукта.	Тема 3. Авторское право в рекламе	6
				Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета	
ПМ 4.1-4.3	ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта.	36	Участие в руководстве работой фирмы	Тема 1. Участие в руководстве работой фирмы	6
			Разработка ОСУ предприятия. Цели и стратегия развития организации	Тема 2. Разработка ОСУ предприятия. Цели и стратегия развития организации	6
			Проведение деловой беседы (совещания, конференции, презентации, собеседования и др.форм)	Тема 3. Проведение деловой беседы	6
			Калькулирование затрат на изготовление различных видов рекламы Разработка бюджета в рекламной деятельности	Тема 4. Издержки производства в рекламе. Бюджет в рекламной деятельности	6
			Расчет экономической эффективности рекламной деятельности	Тема 5. Экономическая эффективность рекламной деятельности	6
			Разработка бизнес-плана	Тема 6. Разработка бизнес - плана	6
				Промежуточная аттестация в форме диф.зачета	
ПК 5.3, ПК5.6,	ПМ 05 Агент рекламный	36	- Разработка брифа (клиентского креативного, на	Раздел 1. Оформление договорной документации при работе с заказчиком	12
				Тема 1.1 Разработка брифов	6

ПК5.5			разработку слогана) - применение информационных и коммуникационных технологий для получения, сопровождения и реализации заказа.	Тема 1.2 Разработка презентации	6
ПК5.1, ПК5.2 ПК5.6			Создание простого текстового рекламного обращения и рекламного обращения на основе композиционного построения структурных элементов.	Раздел 2. Разработка рекламного обращения	18
			Создание рекламного обращения на основе композиционного построения структурных элементов.	Тема 2.1 Композиционное построение рекламного обращения	6
			Создание простого текстового обращения	Тема 2.2 Создание простого текстового рекламного обращения	6
ПК 1.1, ПК1.2 ПК2.2, ПК2.5			Создание рекламного обращения для различных целевых групп.	Тема 2.3 Создание рекламного обращения, рассчитанного на различные целевые группы	6
				Раздел 3. Разработка предложения	6
				Тема 3.1. Разработка простого текстового предложения.	6
ПК1.1-ПК1- 6 ПК2.1, ПК2.3,ПК2.6			- Выполнение практического задания «Разработка тактики продаж рекламных площадей конкретным клиентам»	Промежуточная аттестация в форме диф.зачета	

3.2. Содержание учебной практики

Код и наименование профессиональных модулей и тем учебной практики	Содержание учебных занятий	Объем часов	Уровень освоения
ПМ 01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции		36	
Виды работ:	<ul style="list-style-type: none"> - разработка композиционного решения рекламного продукта средствами компьютерной графики; - разработка цветового решения рекламного продукта; - разработка шрифтового оформления рекламного продукта; - разработка элементов фирменного стиля; - создание макетов простых рекламных обращений 	*	
Раздел 1	Разработка композиционного решения рекламного продукта средствами компьютерной графики	18	
Тема 1.1 Создание простых векторных иллюстраций:	<p>Содержание:</p> <p>Инструктаж по технике безопасности:</p> <ul style="list-style-type: none"> - правила работы за ПК; - электро и пожаробезопасность. <p><i>- создание и редактирование графических примитивов;</i></p> <p><i>- действия над объектами (выравнивание, группировка, изменение порядка наложения объектов; способы копирования).</i></p> <p>Выполняемые работы: создание абстрактных иллюстраций для рекламных обращений товаров/услуг.</p>	6	2,3 ПК.1.1- ПК.1.5
Тема 1.2. Монохромное и цветное решение рекламного продукта:	<p>Содержание:</p> <ul style="list-style-type: none"> <i>- создание и редактирование заливок;</i> <i>- редактирование стиля абриса объекта.</i> <p>Выполняемые работы: разработка монохромных композиционных решений для рекламного обращения; разработка цветового решения композиции рекламного обращения.</p>	6	2,3 ПК.1.1- ПК.1.5
Тема 1.3 Шрифтовое оформление рекламного продукта	<p>Содержание:</p> <ul style="list-style-type: none"> <i>- ввод, форматирование текста;</i> <i>- расположение текста вдоль произвольных кривых.</i> 	6	2,3 ПК.1.1- ПК.1.5

	Выполняемые работы: разработка типографических композиций для упаковки, вывески.		
Раздел 2	Разработка элементов фирменного стиля	6	
Тема 2.1	Содержание: Создание логотипов (Кривые безье как основа создания логотипа): - <i>создание и редактирование кривых.</i> Выполняемые работы: отрисовка простых узоров; отрисовка сложных узоров; создание логотипа компании на конкретном примере.	6	2,3 ПК.1.1- ПК.1.5
Раздел 3.	Создание макетов простых рекламных обращений	12	
Тема 3.1 Макетирование визитной карточки	Макетирование визитной карточки, фирменного бланка, шрифтового плаката: - <i>создание макета рекламного продукта средствами векторного редактора;</i> - <i>работа с отдельными элементами макета.</i> Выполняемые работы: работа с форматом, подготовка отдельных элементов рекламного продукта, разработка композиционного, цветового и цветового решения рекламного продукта.	6	2,3 ПК.1.1- ПК.1.5
Тема 3.2 Макетирование фирменного бланка			
Тема 3.3 Макетирование шрифтового плаката			
Тема 3.4 Макетирование изобразительного плаката	Макетирование изобразительного плаката. - <i>создание макета рекламного продукта средствами векторного редактора;</i> - <i>работа с отдельными элементами макета.</i> Выполняемые работы: работа с форматом, подготовка отдельных элементов рекламного продукта, разработка композиционного, цветового и цветового решения рекламного продукта.	6	
Тема 3.5 Макетирование одно- и двусторонних листовок:	Макетирование одно- и двусторонних листовок: - <i>создание макета рекламного продукта средствами векторного редактора;</i> - <i>работа с отдельными элементами макета.</i> Выполняемые работы: работа с форматом, подготовка отдельных элементов рекламного продукта, разработка композиционного, цветового и цветового решения рекламного продукта. Дифференцированный зачет.		
	Итого по УП.01.01	36	
ПМ.02 Производство		252	

рекламной продукции			
Раздел № 1	Создание векторных иллюстраций	36	
Тема 1.1 Разработка эмблем	Разработка эмблем (компании, мероприятия, команды): - разработка концепции эмблемы торгового предприятия; - разработка концепции эмблемы мероприятия (спортивного, культурного); - разработка концепции эмблемы команды (на конкурс)	6	3 ПК.2.1- ПК.2.3
Тема 1.2 Создание паттернов	Создание паттернов: - создание геометрических паттернов; - создание растительных паттернов.	6	3 ПК.2.1- ПК.2.3
Тема 1.3 Создание корпоративного героя	Создание корпоративного героя: - описание корпоративного героя; - выполнение эскиза.	6	3 ПК.2.1- ПК.2.3
Тема 1.4 Создание корпоративной открытки	Создание корпоративной открытки: - создание универсальной корпоративной открытки без надписей; - создание корпоративной открытки (поздравление сотрудника с днем рождения); - создание корпоративной открытки (поздравление партнеров с Новым годом).	6	3 ПК.2.1- ПК.2.3
Тема 1.5 Создание оформительской графики	Создание оформительской графики: - разработка рамок, виньеток, линеек в зависимости от вида рекламного продукта	6	3 ПК.2.1- ПК.2.3
Тема 1.6 Создание деловой графики	Создание деловой графики: - создание деловой рекламной графики для оформления рекламной статьи.	6	3 ПК.2.1- ПК.2.3
Раздел 2	Создание растровых иллюстраций	36	
Тема 2.1 Фотосъемка рекламных моделей	Фотосъемка рекламных моделей: - работа с моделью; - фотосъемка; - отбор фотографий, формирование базы фотографий.	6	3 ПК.2.1- ПК.2.3
Тема 2.2 Рекламная предметная съемка	Рекламная предметная съемка: - подбор предметов; - предметная съемка; - отбор фотографий.	6	3 ПК.2.1- ПК.2.3
Тема 2.3 Редактирование фотографий	Редактирование фотографий: - локальная коррекция дефектов; - цветокоррекция.	6	3 ПК.2.1- ПК.2.3
Тема 2.4 Создание коллажей рекламного характера	Создание коллажей рекламного характера: - создание простых коллажей на примере рекламных обращений, выполненных в стиле мультирекламы;	6	3 ПК.2.1- ПК.2.3

	- создание сложного тематического коллажа.		
Тема 2.5 Стилизация рекламных обращений	Стилизация рекламных обращений: - обработка фотографий в определенном стиле и последующее макетирование рекламного обращения (гламур, винтаж, гранж, кибер-панк и т.п.)	12	3 ПК.2.1- ПК.2.3
Раздел 3	Создание многостраничного иллюстрированного издания	36	
Тема 3.1 Подготовка иллюстративного материала	Подготовка иллюстративного материала: - составление технического задания; - поисковая работа, составление текстов.	6	3 ПК.2.1- ПК.2.3
Тема 3.2 Разработка дизайна многостраничного иллюстрированного издания	Разработка дизайна многостраничного иллюстрированного издания: - определение идеи оформления многостраничного издания.	6	3 ПК.2.1- ПК.2.3
Тема 3.3 Макетирование и верстка	Макетирование и верстка: - подготовка элементов макетов (иллюстрации, текст, оформительская графика); - верстка макета.	12	3 ПК.2.1- ПК.2.3
Тема 3.4 Спуск полос. Предпечатная подготовка	Спуск полос. Предпечатная подготовка	6	3 ПК.2.1- ПК.2.3
Тема 3.5 Вывод на печать. Сборка. Презентация готового продукта	Вывод на печать. Сборка. Презентация готового продукта.	6	3 ПК.2.1- ПК.2.3
Раздел № 4	Разработка демонстрационных и рекламно-информационных материалов	36	
Тема 4.1 Создание учебных плакатов	Создание учебных плакатов тема «Основы фотосъемки»: устройство цифрового зеркального фотоаппарата, виды объективов, основные параметры объектива (фокусное расстояние, светосила, диафрагма); экспозара (диафрагма и выдержка); световое оборудование; режимы съемки; студийное оборудование; жанры фотографии; крупность планов; основы композиции в фотографии - подготовка материалов для плакатов; - макетирование и верстка плакатов.	6 6	3 ПК.2.1- ПК.2.3
Тема 4.2 Создание буклета	Создание буклета «Путеводитель по колледжу»: - архитектурная и интерьерная фотосъемка – подготовка иллюстраций; - написание текстов; разработка дизайна буклета; верстка.	6 6	3 ПК.2.1- ПК.2.3
Тема 4.3 Создание фотоальбома	Создание фотоальбома «Красота родного края» (либо любая тема в рамках пейзажной фотографии): - подготовка материала для фотоальбома; - дизайн и верстка фотоальбома.	6 6	3 ПК.2.1- ПК.2.3
Раздел 5	Разработка проекта арт-объекта (для фотозоны колледжа)	18	
Тема 5.1 Концепция проекта.	Концепция проекта. Материалы и технологии изготовления:	6	3

Материалы и технологии изготовления	- разработка концепции проекта, определение материалов, обоснование выбора технологии изготовления.		ПК.2.1- ПК.2.3
Тема 5.2 Эскиз проекта	Эскиз проекта: - выполнение эскиза проекта.	6	3 ПК.2.1- ПК.2.3
Тема 5.3 Выполнение в материале	Выполнение в материале, в масштабе 1:10	6	3 ПК.2.1- ПК.2.3
Раздел 6	Разработка проекта рекламы колледжа-интерната	60	
Тема 6.1 Создание видеопрезентации	Создание видеопрезентации на свободную тему (например, представить зрителям любимую книгу или фильм, рассказать о родном городе и т.п.): - подготовка материала по теме; - создание видеопрезентации.	6 6	3 ПК.2.1- ПК.2.3
Тема 6.2 Создание рекламной заставки	Создание рекламной заставки для колледжа (текст, иллюстрации): - подготовка текстового и иллюстративного материала; - создание рекламной заставки.	6 6	3 ПК.2.1- ПК.2.3
Тема 6.3 Создание рекламного ролика	Создание рекламного ролика по выбранной специальности: - написание сценария, подготовка к видеосъемке, видеосъемка; - видеосъемка, запись звука; - монтаж ролика; - монтаж ролика, работа со звуком, вывод ролика.	6 6 6 6	3 ПК.2.1- ПК.2.3
	Создание рекламного ролика для колледжа: - написание сценария, видеосъемка - монтаж и вывод ролика.	6 6	3 ПК.2.1- ПК.2.3
Раздел 7	Разработка авторского рекламного проекта	20	
Тема 7.1 Концепция авторского рекламного проекта	Концепция авторского рекламного проекта. Техническое задание	6	3 ПК.2.1- ПК.2.3
Тема 7.2 Выполнение авторского рекламного проекта	Выполнение авторского рекламного проекта. - разработка дизайна рекламного проекта; - создание макета, выполнение проекта в материале; - презентация проекта.	6 6 2	3 ПК.2.1- ПК.2.3
	Промежуточная аттестация. Дифференцированный зачет.	10	3 ПК.2.1- ПК.2.3
	Итого по УП.02.01	252	
ПМ.03 Маркетинговое и		36	

правовое обеспечение реализации рекламного продукта			
Виды работ	Выявление требований целевых групп потребителей Разработка средств продвижения рекламного продукта Разработка маркетинговой части бизнес-плана Разработка договора на оказание рекламных услуг. Разработка рекламного объявления по рекламному продукту, учитывая обязательные требования к рекламе. Документы необходимые для получения охранного документа на товарный знак рекламного продукта.		
Тема 1. Маркетинговые исследование в рекламе	Инструктаж по охране труда и пожарной безопасности. Ознакомление с программой практики. Выбор сферы деятельности предприятия, вид производимой продукции, месторасположение предприятия, его название. Разработка анкеты по выявлению предпочтений целевых групп потребителей.	6	3 ПК.3.1, ПК.3.2
Тема 2. Комплекс маркетинговых мероприятий в области рекламы	Выбор рекламного продукта. Постановка целей рекламной кампании. Выбор каналов и инструментов рекламы.	6	3 ПК.3.1, ПК.3.2
Тема 3. Планирование рекламной деятельности	Выбор товара или услуги для продвижения на рынке. Определение целей рекламной кампании. Выбор стратегии. Анализ конкурентов. Определение бюджета.	6	3 ПК.3.1, ПК.3.2
Тема 4. Договоры в рекламе	Разработка договора на оказание рекламных услуг. Выбор рекламного продукта. Определение существенных условий договора. Оформление договора на оказание рекламных услуг.	6	3 ПК.3.1, ПК.3.2
Тема 5. Общие и специальные требования к рекламе	Разработка рекламного объявления по рекламному продукту, учитывая обязательные требования к рекламе. Выбор рекламного продукта. Выбор канала распространения рекламного продукта. Определение требований рекламного законодательства, предъявляемых к конкретному рекламному продукту. Разработка рекламного объявления с учетом требований рекламного законодательства.	6	3 ПК.3.1, ПК.3.2
Тема 6. Авторское право в	Оформление пакета документов, необходимых для регистрации авторского права.	6	3

рекламе	Выбор рекламного продукта.		ПК.3.1, ПК.3.2
	Итого по УП.03.01	36	
ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта.		36	
Виды работ	Калькулирование затрат на изготовление различных видов рекламы. Разработка бюджета в рекламной деятельности. Расчет экономической эффективности рекламной деятельности		
Тема 1. Участие в руководстве работой фирмы	Документационное обеспечение управления в структурном подразделении. Организация системы менеджмента на предприятии. Методы управления персоналом и стили руководства в фирме (заполнение документов) Принятие управленческих решений в управлении персоналом.	6	3 ПК.4.1- ПК.4.3
Тема 2. Разработка ОСУ предприятия. Цели и стратегия развития организации	Построение ОСУ. Построение профессиограммы сотрудников. Разработка штатного расписания. Разработка миссии.	6	3 ПК.4.1- ПК.4.3
Тема 3. Проведение деловой беседы	Подготовка деловой беседы. Разработка плана и регламента. Разработка протокола, формирование бюджета. Анализ практики проведения деловых совещаний.	6	3 ПК.4.1- ПК.4.3
Тема 4. Издержки производства в рекламе	Калькулирование затрат на изготовление различных видов рекламы. Выбор рекламного продукта. Определение статей затрат на производство рекламного продукта. Расчет калькуляции.	6	3 ПК.4.1- ПК.4.3
Тема 5. Бюджет в рекламной деятельности	Разработка бюджета в рекламной деятельности. Выбор рекламного продукта. Постановка целей рекламной кампании. Выбор каналов и инструментов рекламы. Расчет бюджета рекламной компании.	6	3 ПК.4.1- ПК.4.3
Тема 6. Экономическая	Расчет экономической эффективности рекламной деятельности.	6	3

эффективность рекламной деятельности	Выбор рекламного продукта. Постановка целей рекламной кампании. Выбор каналов и инструментов рекламы Расчет показателей эффективности рекламной кампании.		ПК.4.1- ПК.4.3
	Итого по УП.04.01	36	
ПМ 05 Агент рекламный		36	
Раздел 1. Оформление договорной документации при работе с заказчиком		12	
Тема 1.1 Разработка брифов	- Разработка брифа (клиентского креативного, на разработку слогана)	6	3 ПК.5.1- ПК5.9
Тема 1.2 Разработка презентации	- применение информационных и коммуникационных технологий для получения, сопровождения и реализации заказа.	6	3 ПК.5.1- ПК5.9
Раздел 2. Разработка рекламного обращения	Создание простого текстового рекламного обращения на основе композиционного построения структурных элементов.	18	
Тема 2.1 Композиционное построение рекламного обращения	Создание рекламного обращения на основе композиционного построения структурных элементов.	6	3 ПК.5.1- ПК5.9
Тема 2.2 Создание простого текстового рекламного обращения	Создание простого текстового обращения	6	3 ПК.5.1- ПК5.9
Тема 2.3 Создание рекламного обращения, рассчитанного на различные целевые группы	Создание рекламного обращения для различных целевых групп.	6	3 ПК.5.1- ПК5.9
Раздел 3. Разработка предложения		6	
Тема 3.1. Разработка простого текстового	- Выполнение практического задания «Разработка тактики продаж рекламных площадей конкретным клиентам»	6	3

предложения.			ПК.5.1- ПК5.9
Промежуточная аттестация в форме диф.зачета			3 ПК.5.1- ПК5.9
	Итого по УП.05.01	36	

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

2 - репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством);

3 – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач)

4 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

4.1. Материально-техническое обеспечение

Реализация рабочей программы учебной практики требует наличия:

- фотостудии;
- видеостудии;
- фотолаборатории;
- студии компьютерной графики и видеомонтажа.

1) Учебный кабинет «Проектирование рекламного продукта»:

Оборудование:

- автоматизированное место преподавателя (ПК) – 1 место;
- автоматизированное место обучающегося (ПК) – 11 мест;
- стол 1 местный – 6 шт.;
- стул ортопедический – 12 шт.;
- доска магнитная – 1 шт.;
- комплект учебно-наглядных пособий.

Технические средства обучения:

- персональные компьютеры;
- программное обеспечение общего назначения (пакет офисных программ);
- программное обеспечение прикладного назначения: графические редакторы векторной и растровой графики;
- мультимедиа проектор – 1 шт.;
- экран – 1 шт.;
- телевизор – 1 шт.;
- принтер – 2 шт.;
- доступ к глобальной сети Интернет; локальная сеть.

2) Лаборатория «Компьютерного дизайна»:

Оборудование:

- автоматизированное место преподавателя (ПК) – 1 место;

- автоматизированное место обучающегося (ПК) – 11 мест;
- стол 1 местный – 6 шт.;
- стул ортопедический – 12 шт.;
- доска магнитная – 1 шт.;
- комплект учебно-наглядных пособий.

Технические средства обучения:

- персональные компьютеры;
- программное обеспечение общего назначения (пакет офисных программ);
- мультимедиа проектор – 1 шт.;
- экран – 1 шт.;
- телевизор – 1 шт.;
- принтер – 2 шт.;
- доступ к глобальной сети Интернет; локальная сеть;
- программное обеспечение прикладного назначения: графические редакторы векторной и растровой графики;
- программы просмотра изображений.

3) Лаборатория компьютерной графики и видеомонтажа:

- автоматизированное место преподавателя (ПК);
- автоматизированное место обучающегося (ПК) – 11 мест;
- мультимедиа проектор – 1 шт.;
- экран – 1 шт.;
- телевизор – 1 шт.;
- принтер – 2 шт.;
- стол 1 местный – 4 шт.;
- стул ортопедический – 14 шт.;
- доска магнитная – 1 шт.

4) Видеостудия:

- фотоаппарат – 3 шт.;
- видеокамера- 2 шт.;

- объектив портретный – 1 шт.;
- вспышка – 1 шт.;
- отражатель – 2 шт.;
- штатив – 3 шт.;
- «лайт бокс» - 1 шт.;
- декорации;
- набор фонов;
- осветительные приборы -2 шт.;
- цифровая камера- 1 шт.

5) Фотостудия:

- фотоаппарат – 3 шт.;
- видеокамера- 2 шт.;
- объектив портретный – 1 шт.;
- вспышка – 1 шт.;
- отражатель – 2 шт.;
- штатив – 3 шт.;
- «лайт бокс» - 1 шт.;
- декорации;
- набор фонов;
- осветительные приборы -2 шт.;
- цифровая камера- 1 шт.

6) Фотолаборатория:

- автоматизированное рабочее место обучающегося (ПК) – 2 шт.;
- фотопринтер- 1 шт.;
- многофункциональное устройство (МФУ) – 1 шт.

7) Багетная мастерская:

- кондиционер– 1 шт.;
- заточной станок – 2 шт.;
- ленточная пила (большая) – 1 шт.;
- ленточная пила (маленькая) – 1 шт.;

- пылесос (стружкаотсос) – 1 шт.;
- сверлильный станок – 1 шт.;
- лобзиковый станок – 1 шт.;
- электрогравёр – 1 шт.;
- ноутбук – 1 шт.;
- телевизор – 1 шт.;
- доска – 1 шт.;
- шлифовальная машина (ручная) – 3 шт.;
- шлифовальная машина (ленточная) – 3 шт.;
- электродрель – 2 шт.;
- электролупа (электронная) – 1 шт.;
- верстак – 2 шт.;
- стол большой с освещением (для резьбы) – 2 шт.;
- электролупа (механическая) – 1 шт.;
- стул – 9 шт.;
- верстак Bosch – 1 шт.

8) Полигон: мини-типография:

- автоматизированное рабочее место обучающегося (ПК) – 2 шт.;
- фотопринтер- 1 шт.;
- многофункциональное устройство (МФУ) – 1 шт.

4.2. Информационное обеспечение учебной практики.

Основные источники:

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>.

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>.

Интернет-ресурсы:

1. Sostav : портал о рекламе, маркетинге и PR в России / Независимый проект брендингового агентства Depot WPF. – Москва, 2017. - URL: <https://www.sostav.ru/>. – Текст: электронный.
2. Новости рекламы, маркетинга и PR : портал о рекламе, инструментах маркетинга, рекламы и PR для рекламодателей. - Москва, 2017. - URL: <http://www.advesti.ru/>. – Текст: электронный.
3. ЮРАЙТ : электронная библиотечная система: сайт. – Москва, 2018. – URL: [https:// biblio-online.ru](https://biblio-online.ru).

Периодические издания:

1. Индустрия рекламы : информационно-справочный портал по теории и практике рекламной деятельности. / – Москва, 2017. – URL: <https://adindustry.ru/magazine/>. – Текст: электронный.
2. Реклама. OutdoorMedia : профессиональный отраслевой портал / редакция Outdoor Media и Outdoor.ru. – Москва, 2016. - URL: <https://www.outdoor.ru/>. – Текст: электронный.
3. [кАк) : журнал о графическом дизайне. / Студия «Дизайн Депо». – Москва, 2017. – URL: <https://kak.ru/>. – 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.

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса.

Учебная практика проводится в лабораториях, студиях и мастерских образовательного учреждения.

Учебная практика по модулям ПМ.01, ПМ.05 проводится концентрировано.

Учебная практика по модулям ПМ.02, ПМ.03, ПМ.04 проводится рассредоточено.

Форма промежуточной аттестации учебной практики – дифференцированный зачет.

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Реализация ППССЗ обеспечивается педагогическими кадрами, имеющими:

- высшее образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины (модуля) и специальности 42.02.01 Реклама

- опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы;

- дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

Учебная практика проводится мастерами производственного обучения и/или преподавателями профессионального цикла.

4.5. Общие требования к организации учебной практики обучающихся инвалидов и обучающихся с ограниченными возможностями здоровья

Рабочая программа предусматривает образование лиц с ОВЗ или инвалидностью и наличие специальных условий её реализации и контроля, и оценки результатов освоения дисциплины (использование специальных методов обучения, специальных учебных пособий и дидактических материалов, специальных технических средств обучения и т.п.).

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

Организация мест прохождения практик обучающихся обеспечивается соблюдением следующих общих требований:

- пользование необходимыми техническими средствами при прохождении учебной практики с учетом их индивидуальных особенностей;
- обеспечение возможности беспрепятственного доступа обучающегося в учебные кабинеты, лаборатории, студии, туалетные и другие помещения, а также их пребывания в указанных помещениях (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов, лифтов).

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;
- студентам 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 или индивидуального пользования;
- обеспечивается наличие сурдопереводчика;

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):

- учебная практика осуществляется на рабочем месте в учебных кабинетах и лабораториях, оборудованных с учетом потребностей лиц с ПОДА (наличие безбарьерной среды) – расширенные дверные проемы, поручни в коридорах, туалетных и других помещениях, наличие лифта и пандуса.

5 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Контроль и оценка результатов освоения учебной практики осуществляется руководителем практики в процессе проведения учебных занятий, самостоятельного выполнения обучающимися заданий, выполнения практических проверочных работ. В результате освоения учебной практики 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 в ходе учебной практики; - оценка результатов работы на практических занятиях. - оценка деятельности обучающихся на каждом этапе выполнения работ по учебной практике. <p>Промежуточный контроль в форме дифференцированного зачета по практике:</p> <ul style="list-style-type: none"> - наличие работ по виду профессиональной деятельности.
<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; - осуществление рекламной фотосъемки; - осуществление рекламной видеосъемки. 	<p>Текущий контроль:</p> <ul style="list-style-type: none"> - наблюдение и оценка формирования практических профессиональных умений и приобретения практического опыта в ходе учебной практики; - оценка результатов работы на практических занятиях. - оценка деятельности обучающихся на каждом этапе выполнения работ по учебной практике. <p>Промежуточный контроль в форме дифференцированного зачета по практике:</p> <ul style="list-style-type: none"> - наличие работ по виду профессиональной деятельности.
<p>ВПД.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта</p> <ul style="list-style-type: none"> - исследование особенностей и предпочтений целевых аудиторий; 	<p>Текущий контроль:</p> <ul style="list-style-type: none"> - наблюдение и оценка формирования практических профессиональных умений и приобретения практического опыта в ходе учебной практики;

<ul style="list-style-type: none"> - сегментирование рынка; - разработка средств продвижения рекламного продукта; - работа с законодательными актами, нормативно-правовой базой, регулирующей рекламную деятельность 	<ul style="list-style-type: none"> - оценка результатов работы на практических занятиях. - оценка деятельности обучающихся на каждом этапе выполнения работ по учебной практике. <p>Промежуточный контроль в форме дифференцированного зачета по практике:</p> <ul style="list-style-type: none"> - наличие работ по виду профессиональной деятельности.
<p>ВПД.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта.</p> <ul style="list-style-type: none"> - планирование разработки и производства рекламного продукта; - взаимодействие с субъектами рекламной деятельности; - согласование макетов рекламной продукции с заказчиком; - контроль соответствия рекламной продукции требованиям заказчика. 	<p>Текущий контроль:</p> <ul style="list-style-type: none"> - наблюдение и оценка формирования практических профессиональных умений и приобретения практического опыта в ходе учебной практики; - оценка результатов работы на практических занятиях. - оценка деятельности обучающихся на каждом этапе выполнения работ по учебной практике. <p>Промежуточный контроль в форме дифференцированного зачета по практике:</p> <ul style="list-style-type: none"> - наличие работ по виду профессиональной деятельности.
<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 в ходе учебной практики; - оценка результатов работы на практических занятиях. - оценка деятельности обучающихся на каждом этапе выполнения работ по учебной практике. <p>Промежуточный контроль в форме дифференцированного зачета по практике:</p> <ul style="list-style-type: none"> - наличие работ по виду профессиональной деятельности.

Разработчики:

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

Преподаватели:

_____ Преподаватель Бенюх Э.Р.

_____ Преподаватель Маянская А.С.

_____ Преподаватель Осколкова Е.А

_____ Мастер п/о Зинченко Л.А.

