

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

ФИЛИАЛ ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ЭКОНОМИКИ И
СЕРВИСА» В Г. АРТЕМЕ



УТВЕРЖДАЮ
Заместитель директора
филиала
О.И.Иванюга

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ
(по профилю специальности)
к профессиональным модулям

ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции

ПМ.02 Производство рекламной продукции

**ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного
продукта**

**ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного
продукта**

ПМ.05 Выполнение работ по должности служащего «Агент рекламный»

ПМ.06 Основы предпринимательской деятельности

программы подготовки специалистов среднего звена
по специальности

42.02.01 Реклама


Год набора на ООП
2019

Уровень подготовки - базовый



Артем 2020

Рабочая программа производственной практики (по профилю специальности) по профессиональным модулям: ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции, ПМ.02 Производство рекламной продукции, ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта, ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта, ПМ.06 Основы предпринимательской деятельности ПМ.05 Выполнение работ по должности служащего «Агент рекламный» разработана в соответствии с разъяснениями по формированию примерных программ профессиональных модулей начального профессионального и среднего профессионального образования на основе Федеральных государственных образовательных стандартов НПО и СПО, утвержденными Департаментом государственной политики и нормативно-правового регулирования в сфере образования Минобрнауки РФ от 27 августа 2009 года, с учетом требований Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (далее – СПО), утвержденного приказом Минобрнауки РФ от 12 мая 2014 г. № 510, для освоения программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.04 Реклама базовой подготовки, реализуемой колледжем Филиала федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Владивостокский государственный университет экономики и сервиса» в г. Артеме (далее Филиал ФГБОУ ВО «ВГУЭС» в г. Артеме).

Разработчик:

Место работы	Занимаемая должность, ученая степень и ученое (почетное) звание, квалификационная категория	Инициалы, фамилия	Подпись
Филиал ФГБОУ ВО «ВГУЭС»	Преподаватель кафедры	Т.И.Забелина	

Заключение экспертов:

Место работы	Занимаемая должность, ученая степень и ученое (почетное) звание, квалификационная категория	Инициалы, фамилия	Подпись
ООО «Арт - Имидж»	Директор	Фатькин Д.Г.	
ООО «Орбита»	Директор	Кривошей В.А.	

ОДОБРЕНА

на заседании кафедры экономики, управления и информационных технологий филиала ФГБОУ ВО ВГУЭС в г.Артеме

Протокол № 14 от 12 мая 2020 года

И.О. Зав.кафедрой экономики, управления и информационных технологий



А.А.Власенко

СОГЛАСОВАНА
Заведующий отделением



М.С.Словикова

Методист УМЧ



Т.И.Теплякова



СОДЕРЖАНИЕ

- 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ**
- 2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ**
- 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ
ПРАКТИКИ**
- 4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ**
- 5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ
ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ**
- 6. ГЛОССАРИЙ**

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (ПО ПРОФИЛЮ СПЕЦИАЛЬНОСТИ)

1 Область применения программы

Рабочая программа производственной практики (по профилю специальности) является составной частью программы подготовки специалистов среднего звена, обеспечивающей реализацию ФГОС СПО по специальности **42.02.01 Реклама** базовой подготовки, реализуемой в колледже.

Рабочая программа производственной практики (по профилю специальности) может быть использована при осуществлении профессиональной подготовки работников предприятий и организаций различных форм собственности.

Рабочая программа производственной практики (по профилю специальности) (далее программа) включает профессиональный модуль **ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции 42.02.01 Реклама** в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): **Разработка и создание дизайна рекламной продукции** и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

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.

Рабочая программа производственной практики (по профилю специальности) (далее программа) включает профессиональный модуль **ПМ.02 Производство рекламной продукции**, основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО базовой подготовки по специальности **42.02.01 Реклама** в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): **Производство рекламной продукции** и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

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.

Рабочая программа производственной практики (по профилю специальности) (далее программа) включает профессиональный модуль **ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта** основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО базовой подготовки по специальности **42.02.01 Реклама** в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): **Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта** и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

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

ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта

Рабочая программа производственной практики (по профилю специальности) (далее программа) включает профессиональный модуль **ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта** основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО базовой подготовки по специальности **42.02.01 Реклама** в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): **Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта** и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

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.

Рабочая программа производственной практики (по профилю специальности) (далее программа) включает профессиональный модуль **ПМ.05 Выполнение работ по должности служащего «Агент рекламный»** основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО базовой подготовки по специальности **42.02.01 Реклама** в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): **Выполнение работ по должности служащего «Агент рекламный»** и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

ПК.1.1 Осуществлять поиск рекламных идей.

ПК.1.4 Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.

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 4.2. Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.

Рабочая программа производственной практики (по профилю специальности) (далее программа) включает профессиональный модуль **ПМ.06 Основы предпринимательской деятельности** основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО базовой подготовки по специальности **42.02.01 Реклама** в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): **Основы предпринимательской деятельности** и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

ПК.1.1 Осуществлять поиск рекламных идей

ПК.1.4 Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений

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

ПК.4.1 Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей

1.2. Цели и задачи производственной практики (по профилю специальности)– требования к результатам освоения программы практики:

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения **программы ПП.01 Производственной практики (по профилю специальности)** должен:

иметь практический опыт:

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

уметь:

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

знать:

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

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения **программы ПП.02 Производственной практики (по профилю специальности)** должен:

иметь практический опыт:

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

уметь:

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

знать:

- технику, технологии и технические средства фотосъемки в рекламе;
- технику, технологии и технические средства видеосъемки в рекламе;
- технические и программные средства для создания печатного рекламного продукта;
- технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации;
- технологию создания Интернет-рекламы; аппаратное и программное обеспечение.

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения **программы ПП.03 Производственной практики (по профилю специальности)** должен:

иметь практический опыт:

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

уметь:

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

знать:

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

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения **программы ПП.04 Производственной практики (по профилю специальности)** должен:

иметь практический опыт:

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

уметь:

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

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

знать:

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

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения **программы ПП.05 Производственной практики (по профилю специальности)** должен:

иметь практический опыт:

- выбора художественной формы реализации рекламной идеи;
- художественного конструирования рекламных продуктов по заданию;
- выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта;
- построения модели (макета, сценария) объекта с учетом выбранной технологии;
- производства рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков;
- контролирования соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя;
- взаимодействия с субъектами рекламной деятельности;

уметь:

- осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги;
- составлять рекламные тексты;
- разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы;
- использовать мультимедийные и web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта;
- составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта;

знать:

- выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы;
- приемы и принципы составления рекламного текста;
- средства для создания печатного рекламного продукта;
- технологию создания Интернет-рекламы;
- технику, технологии и технические средства фотосъемки в рекламе;
- технику, технологии и технические средства видеосъемки в рекламе;
- технические и программные средства для создания печатного рекламного продукта.

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения **программы ПП.06 Производственной практики (по профилю специальности)** должен:

иметь практический опыт:

- в области поиска рекламных и предпринимательских идей
- выбора художественной формы реализации рекламной идеи;

- в области разработки учредительных документов, составления и заключения договоров, определения предпринимательских рисков;

уметь:

- составлять рекламные текста
- проводить сегментирование рынка
- формировать пакет учредительных документов;
- анализировать состояние конкуренции на рынке;
- отличать коммерческую информацию, составляющую предпринимательскую тайну;
- составлять договор купли-продажи товара;
- выбирать метод снижения риска применительно к конкретной ситуации;
- формулировать миссию, цели организации, разрабатывать варианты реализации стратегии.

знать:

- коммерческо-деловую терминологию, отвечающую современным нормам предпринимательства;
- составляющие элементы предпринимательства и бизнеса, условия формирования предпринимательства;
- организационно-правовые формы коммерческих и некоммерческих предприятий;
- условия формирования предпринимательства;
- виды предпринимательской деятельности;
- процедуру создания предприятия, документы, необходимые для открытия предприятия;
- типы и виды конкуренции; функции конкуренции; типы конкурентов;
- виды контрактов и договоров, условия формирования контрактов и договоров, структуру контрактов и договоров;
- актуальные вопросы развития предпринимательства в России и его зарубежный опыт.

1.3.Количество часов на освоение рабочей программы учебной практики:

- ПП.01 Производственная практика (по профилю специальности) – 252 часов 3,4 семестр
ПП.02 Производственная практика (по профилю специальности) – 108 часов 5,6 семестр
ПП.03 Производственная практика (по профилю специальности) - 108 часов 2 семестр
ПП.04 Производственная практика (по профилю специальности) - 36 часов 6 семестр
ПП.05 Производственная практика (по профилю специальности) – 36 часов 4 семестр
ПП.06 Производственная практика (по профилю специальности) - 36 часов 6 семестр

Всего – 576 часов

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (ПО ПРОФИЛЮ СПЕЦИАЛЬНОСТИ)

2.1 Результатом освоения программы производственной практики (по профилю специальности является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности (ВПД) Разработка и создание дизайна рекламной продукции, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 1.1.	Осуществлять поиск рекламных идей.
ПК 1.2.	Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.
ПК 1.3.	Разрабатывать авторские рекламные проекты.
ПК 1.4.	Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.
ПК 1.5.	Создавать визуальные образы с рекламными функциями.
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3.	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК 4.	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5.	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 6.	Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7.	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий.
ОК 8.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9.	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.
ОК 10.	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.
ОК 11.	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.

2.2 Результатом освоения программы производственной практики (по профилю специальности является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности (ВПД) **Производство рекламной продукции**, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

КОД	Наименование результатов обучения
ПК 2.1	Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные
ПК 2.2	Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.
ПК 2.3	Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.
ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество
ОК 3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность
ОК 4	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и
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
ОК 9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.
ОК 10	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.
ОК 11	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.

2.3 Результатом освоения программы производственной практика (по профилю специальности) является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности (ВПД) **Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта** в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 3.1.	Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.
ПК 3.2.	Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3.	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 4.	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5.	Использовать информационно- коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 6.	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7.	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
ОК 8.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9.	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

2.4 Результатом освоения программы производственной практика (по профилю специальности) является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности (ВПД) **Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта** в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
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 продукта
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3.	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК 4.	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5.	Использовать информационно- коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 6.	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7.	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
ОК 8.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9.	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.
ОК 10	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.
ОК 11	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.

2.5 Результатом освоения программы производственной практика (по профилю специальности) является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности (ВПД) **Выполнение работ по должности служащего «Агент рекламный»**, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 1.1.	Осуществлять поиск рекламных идей.
ПК 1.4.	Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.
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.4.2	Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.
ОК.01.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 02.	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 03.	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК 04.	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 05.	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК.06	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 9.	Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности.

2.6 Результатом освоения программы производственной практика (по профилю специальности) является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности (ВПД) **Основы предпринимательской деятельности**, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК.1.1	Осуществлять поиск рекламных идей
ПК.1.4	Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений
ПК.3.1	Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка
ПК.4.1	Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей
ОК 02.	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 03.	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 04.	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личного развития.
ОК 05.	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 06	Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями
ОК 07.	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий
ОК 10.	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (ПО ПРОФИЛЮ СПЕЦИАЛЬНОСТИ)

3.1. Тематический план программы производственной практики (по профилю специальности)

Коды профессиональных компетенций	Наименование профессиональных модулей	Всего часов	Распределение часов по семестрам
1	2	3	4
ПК 1.1 – ПК. 1.5	ПП.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции	252	3,4
ПК2.1- ПК.2.3	ПП.02 Производство рекламной продукции	108	5,6
ПК.3.1- ПК. 3.2	ПП.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта	108	2
ПК.4.1- ПК.4.3	ПП.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта	36	6
ПК.1.1, ПК1.4, ПК.2.1- ПК.2.3, ПК.4.2	ПП.05. Выполнение работ по должности служащего «Агент рекламный»	36	4
ПК.1.1, ПК1.4, ПК.3.1, ПК.4.1	ПП.06 Основы предпринимательской деятельности	36	6,
	Всего:	576	

3.2 Содержание программы производственной практики (по профилю специальности)

Наименование профессионального модуля (ПМ), МДК и тем учебной практики (производственного обучения)	Содержание учебного материала	Объем часов (с указанием их распределения по семестрам)
1	2	3
	<p align="center">ПП.01. 01.ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА (по профилю специальности) ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции по МДК 01.01 Художественное проектирование рекламной продукции</p>	180
	<p align="center">5 семестр</p>	
<p>Вводное занятие</p> <p>Ознакомление с организацией</p>	<p>Виды работ Задачи практики. Инструктаж о прохождении практики: знакомство с программой практики и порядком её проведения, с графиком перемещения студентов по рабочим местам. Ознакомление с рекламной организацией : её организационно-правовой формой, категорией, местом расположения, режимом работы, перечнем предоставляемых услуг, основными клиентами, правилами трудового распорядка Ознакомление с Правилами техники безопасности, пожарной безопасности.</p>	6
<p>Тема 1.1 Слоган как элемент фирменного стиля</p>	<p>Виды работ Изучение внешней среды восприятия рекламы при разработке креативного рекламного продукта. Проведение анализа изучения восприятия рекламы внешней средой и мнения участников создания рекламного продукта. Изучение серийности в рекламе. Определение востребованности такой рекламы Изучение использования в рекламе приёмов юмора, шока, метафоры, лаконичности, динамики, эмоциональности, приемов виртуальной прибавочной стоимости, эротизации, применения приемов NLP-программирования. Выполнение тематической рекламы с применением перечисленных приёмов фирменного стиля по теме «Создание рекламного слогана на заданную тему»</p>	36
<p>Тема 1.2 Основные носители элементов фирменного стиля</p>	<p>Виды работ Изучение технологии применения фирменного стиля в целях повышения запоминаемости рекламы. Изготовление макетов рекламной продукции, содержащих товарный знак и логотип для различных типов организаций с целью выяснения специфики их деятельности.</p> <p>Товарный знак. 2 Фирменная шрифтовая надпись (логотип). 3 Фирменный лозунг (слоган) 4 Фирменный цвет (цвета). 5 Корпоративный герой. 6 Другие фирменные константы.</p>	36
	<p>Виды работ Изучение образцов рекламы одного вида продукции с мотивов целью определения мотивов, используемых в рекламе. Выбор художественной формы реализации рекламных идей. Выполнение рекламной продукции в соответствии с выбором форм реализации идей.</p>	24

	Виды работ Анализ кейсов креативных стратегий брендов, представленных в организации. Создание визуального образа с рекламными функциями. Выполнение рекламы в соответствии с созданным образом.	36
	Виды работ Художественное конструирование рекламных продуктов по заданию	18
Подготовка к защите производственной практики (по профилю специальности). Защита практики.	Виды работ Оформление документов практики. Подготовка доклада к защите. Решения организационных вопросов: получение характеристики руководителя практики от организации. Подготовка проекта рекламы к защите. Защита практики. Дифференцированный зачёт.	24
6 семестр		72
Вводное занятие	Виды работ Задачи практики. Инструктаж о прохождении практики: знакомство с программой практики и порядком её проведения, с графиком перемещения студентов по рабочим местам. Ознакомление с рекламной организацией : её организационно-правовой формой, категорией, местом расположения, режимом работы, перечнем предоставляемых услуг, основными клиентами, правилами трудового распорядка Ознакомление с Правилами техники безопасности, пожарной безопасности.	4
Тема 2.1 Информационно-графический комплекс и его направления	Виды работ Разработка и выполнение концептуального проекта информационно-графического комплекса, создание его номенклатуры; Разработка сквозного дизайна информационно-графического комплекса. Выполнение рекламных текстов для информационно-графического комплекса. Подбор материалов для информационно-графического комплекса.	12
Тема 2.2. Комплексная разработка корпоративного (фирменного) стиля.	Виды работ Комплексная разработка корпоративного (фирменного) стиля. Разработка проекта -концепции. Создание зрительного образа фирмы. Разработка основных фирменных констант. Создание номенклатуры комплекса носителей фирменного стиля. Эскизирование комплексного проекта–концепции корпоративного фирменного стиля. Оформление брифа и творческой платформы. Работа над проектом-концепцией корпоративного фирменного стиля. Завершение работы над проектом-концепцией. Бренд-бук.	22
Тема 2.3. Реклама товарной продукции	Виды работ Реклама товарной продукции. Разработка проекта упаковки товара. Разработка дизайн-проекта рекламного оформления фасада торгового предприятия (входа, вывески, витрины). Разработка проекта размещения рекламы товара на транспорте. Выполнение дизайн-макета.	16
Тема 2.4. Разработка экспозиционной рекламы	Виды работ Разработка экспозиционной рекламы. Подбор технологии и материалов для экспозиции. Разработка конструктивных элементов экспозиции, чертежей нестандартного оборудования. Выполнение дизайн-макета.	12
Подготовка отчёта о прохождении практики и его защита. Дифференцированный зачёт.	Виды работ Подготовка документов к защите производственной практики (по профилю специальности).. Подготовка отзывов о прохождении практики, доклада для защиты.	6

	ИТОГО ПП.01	252
	ПП.02.01. ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА (по профилю специальности) (5 семестр) по МДК 02.01 Выполнение рекламных проектов в материале Студентам предоставляется право выбора темы практики	
	Тема 1. «Производство полиграфической и сувенирной продукции»	36
Вводное занятие Ознакомление с организацией	Виды работ Задачи практики. Инструктаж о прохождении практики: знакомство с программой практики и порядком её проведения, с графиком перемещения студентов по рабочим местам. Ознакомление с рекламной организацией : её организационно-правовой формой, категорией, местом расположения, режимом работы, перечнем предоставляемых услуг, основными клиентами, правилами трудового распорядка Ознакомление с Правилами техники безопасности, пожарной безопасности. Инструктаж по технике безопасности при работе на различном оборудовании.	6
Тема 1.1 Производство полиграфической сувенирной продукции	Виды работ 1. Изготовление обложки портфолио. Дизайн страниц портфолио. 2. Изготовление листовок и буклетов по различным специальностям. 3. Изготовление одного из видов календаря 4. Создание рекламных листовок по проведенным фотосессиям. 5. Изготовление вымпела, открытки и пригласительных. 6. Изготовление каталога полиграфической продукции Подгонка макета для изготовления на определенном оборудовании. Виды расходных материалов. 7. Изготовление кружки, тарелки, флажка. 8. Этапы работы над созданием подушки «думки». 9. Изготовление футболки. 10.Производство значка. 11.Изготовление ручки, брелока. 12 Металлографика. Создание медали и плакетки. Изготовление часов. 13.Создание матового рисунка на поверхности стекла. 14. Творческая работа на сублимационном принтере. 15. Изготовление каталога сувенирной продукции.	30
	Тема 2. «Технические средства и оборудование рекламного агентства»	36

	<p>Виды работ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Инструктаж по технике безопасности при работе на различном оборудовании. 2. Подгонка макета для печати на определенном оборудовании. 3. Настройки принтера струйной печати. 4. Настройки принтера лазерной печати. 5. Настройки принтера сублимационной печати. 6. Виды расходных материалов полиграфической продукции. 7. Виды расходных материалов наружной рекламы. 8. Резка бумаги на различных видах резаках. 9. Производство печатной продукции – буклетов, листовок, каталогов. 10. Изучение сольвентных плоттеров. Настройка оборудования. 11. Изготовление наклеек. 12. Печать баннера. 13. Изучение офсетных машин. Настройка и принцип работы. 14. Изучение многофункциональных устройств (МФУ) с цветной лазерной печатью. 15. Выполнение работ на многофункциональных устройствах (МФУ) 16. Изучение твердочернильных принтеров. 17. Виды расходных материалов для твердочернильных принтеров . 18. Изучение плоттера режущего 19. Виды работ на режущем плоттере 20. Виды расходных материалов для режущего плоттера. 21. Создание видеороликов по изученному оборудованию 22. Создание презентаций по практике 23. Подведение итогов обсуждение результатов. 	32
Подготовка к защите практики Защита практики.	<p>Виды работ</p> <p>Оформление документов. Подготовка доклада к защите. Решения организационных вопросов: получение характеристики руководителя практики от организации. Оформление проекта рекламы к защите. Защита практики. Дифференцированный зачёт.</p>	4
ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА (по профилю специальности) по МДК 02.04 Техника и технология рекламного видео (6 семестр)		36
Вводное занятие	<p>Виды работ</p> <p>Задачи практики. Ознакомление с Правилами техники безопасности, пожарной безопасности; нормами личной гигиены персонала, санитарно-гигиеническими требованиями к оборудованию, инвентарю, содержанию рекламного предприятия.</p> <p>Ознакомление с организацией: её организационно-правовой формой, категорией, местом расположения, режимом работы, перечнем предоставляемых услуг, основными клиентами, правилами трудового распорядка</p>	6
	<p>Виды работ</p> <p>Влияние телевизионной рекламы на сознание зрителя.</p> <p>Виды и классификация телевизионной рекламы. Методы ее воздействия. Сбор иллюстративного, текстового материала, видеосюжетов для создания ролика.</p> <p>Подбор музыкальных файлов. Их обработка.</p> <p>Аспекты сценарно-драматургической основы рекламного видеосюжета, его идейно-тематическая основа.</p>	26

<p>Тема 1.1 Техника и технология рекламного видео</p>	<p>Создание оригинального сценария для разработки собственного рекламного ролика. Программа AdobePhotoshop. Назначение и основные возможности. Создание Gif-анимации для использования ее в сюжете. Особенности художественного монтажа в производстве рекламного видеоролика, его основные функции и приемы. Программа Moviemaker, основы работы в ней. Интерфейс программы Moviemaker. Вставка титров, видеоэффектов, вставка звука. Рендеринг видео. Разработка и создание рекламного видеоролика на заданную тему.</p>	
<p>Подготовка отчёта о прохождении практики и его защита. Дифференцированный зачёт.</p>	<p>Виды работ Подготовка документов к защите производственной практики (по профилю специальности).. Подготовка отзывов о прохождении практики, доклада для защиты.</p>	<p>4</p>
<p>ИТОГО ПП.02</p>		<p>108</p>
<p>ПП.03.01. Производственная практика (по профилю специальности) по ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта (2 семестр)</p>		<p>108</p>
<p>Вводное занятие</p>	<p>Виды работ Задачи практики. Ознакомление с Правилами техники безопасности, пожарной безопасности; нормами личной гигиены персонала, санитарно-гигиеническими требованиями к оборудованию, инвентарю, содержанию рекламного предприятия. Ознакомление с Правилами оказания рекламных услуг, нормативной и технической документацией (ГОСТы, ТУ, ТИ, СТП, СанПиН и др.). Инструктаж о прохождении практики: знакомство с программой практики и порядком ее проведения, с графиком перемещения студентов по рабочим местам, порядком получения и хранения спецодежды, правилами внутреннего распорядка, гигиеническими требованиями.</p>	<p>2</p>
<p>Тема 1. Ознакомление с предприятием</p>	<p>Виды работ Ознакомление с предприятием: его организационно-правовой формой, местом расположения, режимом работы, перечень предоставляемых услуг, основным контингентом клиентов, наличие филиалов. Общие сведения о предприятии: – история создания и развития, учредительные документы, режим работы, специализация; – ознакомление с видами рекламных услуг, предоставляемых в зависимости от потребностей основных клиентов; – ознакомление с организацией, ее целями и задачами, правилами трудового распорядка и функциональными обязанностями на момент прохождения производственной практики.</p>	<p>6</p>
<p>Тема 2. Организационное проектирование маркетинговой деятельности</p>	<p>Виды работ – изучение организационной структуры предприятия (РА или рекламно-маркетингового отдела СМИ); – рассмотрение системы и способа взаимодействия между подразделениями, распределения функциональных обязанностей при подготовке совместных рекламных проектов; – изучение нормативной и методической документации по соответствующим вопросам рекламной практики.</p>	<p>6</p>

	Выполнение индивидуальных практических работ по теме «Построение организационной структуры», «Разработка организационных документов (должностных инструкций, положений о структурных подразделениях).	6
Тема 3. Оценка маркетинговых показателей деятельности	Виды работ Изучение маркетинговых показателей, таких как: продажи, доля рынка предприятия (РА или СМИ), число клиентов предприятия и количество лояльных клиентов, распределение функций по структурам службы маркетинга и наличие подразделений рекламных и PR-служб, планирование и контроль рекламно-маркетинговой деятельности, анализ и оценка эффективности проводимых рекламно-маркетинговых мероприятий. Изучение и анализ основных экономических и рекламно-маркетинговых показателей по хозяйственной деятельности предприятия (РА или рекламно-маркетингового отдела СМИ).	6
	Выполнение индивидуальных практических работ по теме «Анализ эффективности деятельности рекламного предприятия».	8
Тема 4. Проведение маркетинговых исследований	Виды работ Изучение задания клиента и анализ существующей информации из вторичных источников. Инициирование и проведение (если необходимо) дополнительных исследований для более точного определения особенностей поведения потребителей и выработки стратегии бренд-коммуникаций.	8
	Виды работ Инициирование и проведение исследования первоначальных творческих концепций для определения их эффективности и релевантности целям и задачам кампании. Контроль всех предварительных тестов рекламной продукции (для уверенности в том, что смысл донесен правильно, его форма подачи уместна). Мониторинг результатов кампании бренд-коммуникаций.	8
	Выполнение индивидуальных практических работ по теме «Разработка стратегии бренд-коммуникаций».	8
Тема 5. Брифование	Виды работ Участие в разработке творческих брифов рекламных компаний. Участие в разработке творческих брифов ИМК-компаний. Участие в разработке творческих брифов на создание новой или перепозиционирование существующей торговой марки. Участие в разработке медиабрифов рекламных компаний. Участие в разработке медиабрифов ИМК-компаний.	6
	Выполнение индивидуальных практических работ по теме «Разработка творческого брифа».	6
Тема 6. Разработка стратегии бренд-коммуникаций и ее обоснование	Виды работ Участие в разработке стратегии рекламной компании. Участие в разработке стратегий различных маркетинговых коммуникаций и в их согласовании в рамках ИМК-компаний.	6

	Обсуждение результатов исследований с креативной командой и медиаотделом с целью обозначения всех сильных и слабых сторон основных идей и нахождения оптимального решения. Помощь в обосновании творческих и медийных разработок перед клиентом с целью исчерпывающего раскрытия смысла и необходимости для продвижения бренда.	
Тема 7. Проведение переговоров с клиентом	<p>Виды работ</p> <p>Участие в подготовке встреч.</p> <p>Участие в проведении переговоров с клиентом на различных этапах работы.</p> <p>Участие в документировании результатов переговоров и утверждении принятых решений сторонами.</p> <p>Участие в презентации клиенту коммуникационной стратегии развития бренда, медиастратегии, творческой стратегии, креативных работ и других проектов.</p>	6
Тема 8. Организация договорной работы рекламного предприятия	<p>Виды работ</p> <p>Рассмотрение хозяйственных договор РА.</p> <p>Рассмотрение порядка и видов ответственности субъектов предпринимательской деятельности.</p> <p>Изучение деятельности юридической службы по предупреждению хозяйственных нарушений и устранению их последствий. Сущность хозяйственных споров.</p> <p>Изучение методов урегулирования споров.</p>	6
Тема 9. Правовая работа с потребителями	<p>Виды работ</p> <p>Изучение практики соблюдения защиты потребителей от недобросовестной рекламы.</p> <p>Изучение правового регулирования отдельных видов рекламы: политической, социальной, рекламы для несовершеннолетних и др.</p> <p>Рассмотрение практики соблюдения авторских прав.</p>	6
Тема 10. Обобщающее занятие. Содержание и требования к отчету	<p>Виды работ</p> <p>В отчете по производственной практике необходимо отразить следующие позиции (примерный перечень показателей для анализа):</p> <p>1. Общие сведения о компании (организации):</p> <ul style="list-style-type: none"> - полное наименование организации, логотип, торговая марка, юридический адрес и местоположение; - организационно-правовая форма компании и её структура управления; - философия, миссия компании и основные черты корпоративной стратегии, бизнес стратегий и предпринимательской политики в области производства, исследований и разработок, маркетинга, финансов, инноваций, персонала, сбыта и др.; - основные продукты и (или) услуги, выпускаемые (предоставляемые) данной организацией, их краткую характеристику; - общий оборот реализации продукции (услуг); - общие затраты, в том числе производственные затраты, затраты на маркетинг и реализацию, административные расходы; - прибыль предприятия. <p>2. Маркетинговые показатели:</p> <ul style="list-style-type: none"> - продажи (объём и структура по товарам и рынкам); 	6

	<ul style="list-style-type: none"> - доля рынка (по товарам и рынкам, сегментам рынка) и конкурентная позиция компании; - лояльность и число клиентов (покупателей), динамика их количественного роста или сокращения, число недовольных клиентов, жалобы и рекламации; - организационные структуры маркетинга, рекламы и паблик рилейшнз, распределение функций по службам; - планирование и контроль маркетинговой деятельности; - количество и характеристика проведенных маркетинговых исследований, в том числе в области рекламы и паблик рилейшнз (самостоятельно или по заказам). <p>3. Показатели рекламной и PR-политики:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ATL, BTL и PR-мероприятия (цели и затраты, график мероприятий). - Формирование имиджа компании и её товаров (услуг). - Промо-акции и другие используемые методы стимулирования сбыта. - Доля марочной продукции, узнаваемость марки. - Спонсорство. - Выставки, ярмарки. - Эмблемы, логотипы, фирменный стиль. - Расходы на рекламу и связи с общественностью. - Методы оценки эффективности рекламных мероприятий и результаты контроля. - Образцы положений о рекламной службе и её функциях положений о деятельности, должностных инструкций сотрудников. - Заключение о необходимости регламентации управления в рекламной службе с учетом специфики деятельности компании. 	
	<p>Структура отчета о производственной практике по разделам включает:</p> <p>1. Первый раздел (глава) отчета обычно носит ознакомительный характер. В нем дается общая характеристика предприятия (РА или СМИ). Соответствующие показатели для анализа приводятся в текущем разделе.</p> <p>2. Во втором разделе (главе) проводится анализ маркетинговой деятельности компании, выявляются проблемы использования этого инструмента в компании (в РА или СМИ), отмечается роль и значение рекламной деятельности.</p> <p>3. В Третьей главе отчета по практике студент должен отразить существующую рекламную политику в компании, принципы управления ею на предприятии, проблемы и перспективы использования различных средств рекламы и PR, контроль эффективности результатов проводимых мероприятий и влияние на показатели хозяйственной деятельности компании. Также в этой главе студент должен сформулировать основные требования у работодателя (в компании, агентстве, в СМИ) к студентам, обучающимся по специальности «Реклама».</p> <p>В Заключении отчета студент должен сделать выводы и указать свои рекомендации по совершенствованию рекламной и PR-политики, сделанные на основе проведенного анализа хозяйственной, маркетинговой и рекламной деятельности компании (РА или СМИ), явившейся местом прохождения производственной практики.</p>	6
Итоговое занятие	Защита производственной практики (по профилю специальности)	2
	ИТОГО ПП.03	108
ПП.04.01. ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА (по профилю специальности) по ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта (6 семестр)		36

Раздел 1. Основы рекламного менеджмента		
Вводное занятие	Виды работ Задачи практики. Ознакомление с Правилами техники безопасности, пожарной безопасности; нормами личной гигиены персонала, санитарно-гигиеническими требованиями к оборудованию, инвентарю, содержанию предприятий общественного питания.	2
	Виды работ Инструктаж о прохождении практики: знакомство с программой практики и порядком её проведения, с графиком перемещения студентов по рабочим местам, правилами внутреннего распорядка, гигиеническими требованиями.	2
Тема 1 Руководитель в системе управления рекламной организацией	Виды работ Изучение видов деятельности организации. Знакомство с перечнем предлагаемых услуг. Изучение работы руководителя рекламного предприятия. Характеристика выполняемых им ролей, Применяемых методов управления. Планирование работы руководителя	2
Тема 2. Среда рекламной организации	Виды работ Проведение анализа внешней среды организации. Определение основных субъектов рекламного рынка и оценка эффективности коммуникаций с ними рекламной организации. Проведение PEST и SWOT-анализ исследуемой организации	2
Тема 3. Организационная структура управления рекламным предприятием	Виды работ Анализ существующей организационной структуры рекламной организации. Характеристика эффективности осуществляемых в рамках данной организационной структуры коммуникаций, принятия решений. Распределение полномочий и делегирование ответственности. Изучение должностных инструкций	2
Тема 4. Мотивация в системе управления рекламным предприятием	Виды работ Тестирование персонала на оценку эффективности сложившейся системы мотивации. Анализ эффективности организации материального стимулирования в организации	2
Раздел 2 Экономические основы рекламного менеджмента		
Тема 1. Рекламная организация как экономический субъект	Виды работ Изучение особенностей деятельности рекламной организации. Анализ технико экономических показателей деятельности. Анализ рентабельности.	2
Тема 2.. Трудовые ресурсы рекламной организации	Виды работ Анализ трудовых ресурсов. По количественным и качественным критериям. Оценка эффективности использования	2
Тема 3. Планирование деятельности рекламной организации	Виды работ Изучение применяемых видов планирования. Формирование финансового плана. Анализ выполнения плановых показателей и эффективности использования финансовых и материальных ресурсов рекламной организации	2
Раздел 3. Управление процессом изготовления рекламного продукта и контроль		
Тема 4. Процесс принятия заказа. Оформление документов.	Виды работ Изучение потребностей заказчиков. Выявление особенностей рекламируемого продукта. Оформление документов сопровождающих рекламный заказ. Изучение методов оценки качества рекламного продукты и применяемых видов контроля	4
	Виды работ	6

Тема 5. Процесс создания дизайн-макета.	Создание плана-графика проведения рекламной компании предприятия, приложений к отчету. Составление рекламного текста (слогана, заголовка) с учётом концепции, рекламного носителя, приёмов. Разработка и проведение серий промо-акций в АГО.	
	Виды работ Разработка сценария проведения рекламной компании на основе разработанной концепции Разработка сценария проведения рекламной компании по целевому признаку Подготовка плана проведения рекламной компании на основе территориального признака Подготовка плана проведения рекламной компании на основе интенсивности воздействия	6
	Подготовка отчёта о прохождении практики (Доклада, презентации, характеристики, отзыва руководителя практики от организации и др.) Защита практики.	2
	ИТОГО ПП.04	36
ПП.05.01. ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА (по профилю специальности) (4 семестр) по ПМ.05 Выполнение работ по должности служащего «Агент рекламный»		36
Вводное занятие	Виды работ Задачи практики. Ознакомление с Правилами техники безопасности, пожарной безопасности; нормами личной гигиены персонала, санитарно-гигиеническими требованиями к оборудованию, инвентарю, содержанию предприятий общественного питания.	3
	Виды работ Инструктаж о прохождении практики: знакомство с программой практики и порядком её проведения, с графиком перемещения студентов по рабочим местам, правилами внутреннего распорядка, гигиеническими требованиями.	3
Тема 1. Ознакомление с предприятием	Виды работ Ознакомление с предприятием: его организационно-правовая форма, категория, место расположения, режим работы, перечень предоставляемых услуг, контингент проживающих, состав и планировка складских, производственных, торговых, административно-бытовых и технических помещений, их оборудование и оснащение; характер производства, наличие филиалов.	3
	Виды работ Общие сведения о предприятии: 1. история создания и развития, учредительные документы, режим работы, специализация; 2. классность предприятия, уровень и характер услуг, мощность, контингент заказчиков Ознакомление с видами услуг, предоставляемых рекламным агентством в зависимости от направления работ.	3
Тема 2. Организация деятельности по работе с заказчиком.	Ознакомление с организацией предоставления информации о предприятии, о потребителях, предлагаемых товарах (услугах), порядке оплаты услуг, режиме работы. Техники персональных продаж. Маркетинг. Условия и объем продаж. Предпродажная подготовка. Предпродажные услуги.	2
	Виды работ Оформление текстовых документов на ПК в программах Microsoft Office Word, Excel. Оформление договорной и финансовой документации при работе с заказчиком. Ведение переговоров с заказчиком рекламного продукта в качестве посредника. Использование офисной оргтехники, информационных и коммуникационных технологий при получении и оформлении заказа.	2

	Организация связи со средствами массовой информации.	
	Выполнение индивидуальных практических работ по теме «Потребительские предпочтения и определение техники продаж». «Оформление продаж»	2
Тема 3. Организация продаж.	Виды работ Ознакомление с работой отдела продаж. Выяснение потребностей клиента. Мотивирование клиента. Проведение переговоров о цене. Планирование продаж. Информационная поддержка продаж. Подготовка прайс-листов	2
	Выполнение индивидуальных практических работ по теме «Составление плана продаж».	2
Тема 4. Разработка рекламного материала.	Виды работ Ознакомление с субъектами рекламной деятельности. Установление взаимодействия с субъектами рекламной деятельности. Разработка слогана компании. Конкурентный анализ бренда компании. Анализ воздействия рекламы на потенциальных потребителей.	2
	Выполнение индивидуальных практических работ по теме «Разработка фирменного стиля».	4
Тема 5.Использование современной оргтехники	Виды работ Выполнение работ с использованием офисной оргтехники: - работа на ПК, принтере; - выполнение сканирования документов, - тиражирование документов; - сканирование графических текстовых документов; - сканирование прозрачных и непрозрачных оригиналов; - распознавание и обработка текста в MS Word; - сохранение документа. - работа на переплетном оборудовании; - ламинирование рекламной продукции.	6
Итоговое занятие:	Защита производственной практики (по профилю специальности)	2
	ИТОГО ПП.05	36

ПП.06.01. ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА (по профилю специальности) (6 семестр) к ПМ.06 Основы предпринимательской деятельности		36
Тема1. Особенности деятельности исследуемого предприятия	<p>Виды работ</p> <p>Инструктаж о прохождении практики: знакомство с программой практики и порядком её проведения, с графиком перемещения студентов по рабочим местам, правилами внутреннего распорядка, гигиеническими требованиями.</p> <p>Ознакомление с типом, структурой, контингентом, режимом работы, перечнем и правилами оказания основных и дополнительных услуг, нормативной и технической документацией, учредительными документами, формами обслуживания, должностной инструкцией предприятия /организации.</p> <p>Выполнение индивидуального практического задания: Построение организационной структуры</p>	2
Тема 2. Общее управление организацией	<p>Виды работ</p> <p>Изучение организационной структуры предприятия. Рассмотрение системы и способов взаимодействия между подразделениями. Распределение функциональных обязанностей при подготовке совместных проектов. Изучение нормативной и методической документации ПО соответствующим вопросам практики.</p> <p>Выполнение индивидуального практического задания: Разработка должностных инструкций, положений о структурных подразделениях предприятия.</p>	3
Тема 3. Проведение переговоров с клиентом	<p>Виды работ</p> <p>Участие в подготовке встреч. Участие в проведении переговоров с клиентом на различных этапах работы. Участие в документировании результатов переговоров и утверждении принятых сторонами решений.</p> <p>Выполнение индивидуального практического задания: Проанализировать деятельность отдела, занимающегося связями с общественностью, другими подразделениями или предприятиями: место подразделения в структуре предприятия; подчинение, порядок взаимодействия с другими подразделениями (предприятиями); целевые группы организации; методы взаимодействия с целевыми группами.</p>	3
Тема 4. Организация договорной работы	<p>Виды работ</p> <p>Рассмотрение хозяйственных договоров. Рассмотрение порядка и видов ответственности субъектов предпринимательской деятельности. Изучение деятельности юридической службы по предупреждению хозяйственных нарушений и устранению их последствий. Обсуждение хозяйственных споров и изучение методов урегулирования споров.</p> <p>Выполнение индивидуального практического задания: Подготовка типового договора на предоставление услуг</p>	6
	Виды работ	6

<p>Тема 5. Правовая работа с потребителями</p>	<p>Подготовка программы по защите потребителей от некачественных услуг. Сбор и обработка информации от потребителей о субъекте предпринимательской деятельности и производимой (реализованной) им продукции; проведение анализа текущего процесса работы с потребителями и качества их обслуживания, разработка рекомендаций по совершенствованию работы с потребителями на основании информации от потребителей, работы с претензиями (рекламациями) потребителей, инспекционного контроля.</p> <p>Выполнение индивидуального практического задания: Осуществление инспекционного контроля качества обслуживания потребителей и соблюдения законодательства о защите прав потребителей сотрудниками предприятия потребительской сферы, включая контроль качества через процедуры «тайный покупатель».</p>	
<p>Тема 6. Разработка основных разделов бизнес-плана</p>	<p>Виды работ</p> <p>Сбор и анализ исходных данных, необходимых для разработки бизнес-плана. Разработка финансово-экономической модели бизнес-плана. Согласование модели и уточнение основных показателей бизнес-плана.</p> <p>Разработка основных разделов бизнес-плана:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Возможности фирмы (резюме). 2. Виды товаров (услуг). 3. Рынки сбыта товаров (услуг). 4. Конкуренция на рынках сбыта. 5. План маркетинга. 6. Организационный план. 7. План производства. 8. Финансовый план. <p>Выполнение индивидуальных заданий практического задания: Разработка бизнес-плана по выбранной тематике.</p>	8
<p>Тема 7. Оформление и подготовка к защите бизнес-плана</p>	<p>Виды работ</p> <p>Оформление бизнес-плана к защите.</p> <p>Подготовка презентации бизнес-плана в программе PowerPoint.</p> <p>Выполнение индивидуального практического задания: Оформление бизнес-плана.</p>	4
<p>Тема 8. Обобщающее занятие. Содержание и требования к отчету</p>	<p>Виды работ</p> <p>Защита бизнес-плана по МДК 06.01 Организация предпринимательской деятельности. Защита производственной практики (по профилю специальности).</p>	4
<p>Итого по ПП 06.01. к ПМ.06 Основы предпринимательской деятельности</p>		36
<p>ИТОГО ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ (по профилю специальности)</p>		576

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (по профилю специальности)

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация рабочей программы учебной практики предполагает прохождение ее в кабинете проектирования рекламного продукта; лаборатории компьютерного дизайна.

Оборудование кабинета проектирования рекламного продукта:

- рабочее место преподавателя;
- рабочее место по количеству обучающихся;
- ПК в сборе - 1 комплект с выходом в Интернет;
- документация по рекламе (сбор и обработка информации)

Оборудование лаборатории компьютерного дизайна:

- рабочее место преподавателя;
- рабочие места по количеству обучающихся;
- компьютеры;
- принтер;
- сканер;
- проектор;
- программное обеспечение общего назначения;
- комплект учебно-методической документации.
- мультимедийное оборудование,
- интерактивная доска;
- учебные пособия.
- программный комплекс «AdobePhotoshop», «CorelDRAW», «Illustrator», «Autodesk 3dsMax».

Оборудования лаборатории информационных и коммуникационных технологий:

- рабочее место преподавателя;
- рабочие места по количеству обучающихся;
- компьютеры;
- принтер;
- сканер;
- проектор;
- программное обеспечение общего назначения;
- комплект учебно-методической документации.
- мультимедийное оборудование,
- интерактивная доска;
- учебные пособия.
- программный комплекс «AdobePhotoshop», «CorelDRAW», «Illustrator», «Autodesk 3dsMax».

4.2. Информационное обеспечение обучения

ПП.01 Производственная практика (по профилю специальности)

1 Основная литература

1. Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 514 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10539-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/456737>

2 Дополнительная литература

1. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 514 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-05261-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/432145>

3. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и PR-текста : учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 159 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04084-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/453912>

ПП.02 Производственная практика (по профилю специальности)

1. Основная литература

Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 514 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10539-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/456737>

2. Дополнительная литература

1. Самарин, Ю. Н. Полиграфическое производство : учебник для среднего профессионального образования / Ю. Н. Самарин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 503 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12601-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/447852>

2. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 514 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-05261-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/432145>

3. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и PR-текста : учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 159 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04084-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/453912>

4. Кузвесова, Н. Л. Графический дизайн: от викторианского стиля до ар-деко : учебное пособие для вузов / Н. Л. Кузвесова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство

Юрайт, 2020. — 139 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11344-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/454598>

ПП.03 Производственная практика (по профилю специальности)

1. Основная литература

1. Семенова, Л. М. Маркетинг в рекламе. Имиджбилдинг: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. М. Семенова. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 141 с. <https://urait.ru/bcode/456619>

2. Маркетинговые исследования: учебник для среднего профессионального образования / О. Н. Жильцова [и др.]; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 314 с. <https://urait.ru/bcode/448543>

3. 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, 2020. — 367 с. <https://urait.ru/bcode/452841>

4. Сосипатрова, Н.Е. Авторское право и смежные права (с практикумом): учебник / Сосипатрова Н.Е., Малахова Н.Л. — Москва: КноРус, 2021. — 280 с. <https://book.ru/book/938498>

2. Дополнительная литература

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, 2020. — 431 с. <https://urait.ru/bcode/450914>

2. Полынская, Г. А. Информационные системы маркетинга: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Г. А. Полынская. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 370 с. <https://urait.ru/bcode/442304>

3. Карпова, С. В. Рекламное дело: учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 431 с. <https://urait.ru/bcode/450914>

ПП.04 Производственная практика (по профилю специальности)

1. Основная литература

1. Зельдович, Б. З. Менеджмент в медиа индустрии : учебник для среднего профессионального образования / Б. З. Зельдович. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 293 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12565-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/457100>

2. Борисов, Е. Ф. Основы экономики : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Ф. Борисов. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 383 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-02043-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/450684>

2. Дополнительная литература

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, 2020. — 431 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11216-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/450914>

2. Цветкова, Г. С. Рекламный менеджмент : учебное пособие / Г. С. Цветкова. — Йошкар-Ола : ПГТУ, 2018. — 108 с. — ISBN 978-5-8158-1998-6. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/111715>

3. Богатырева, М. В. Основы экономики : учебник и практикум для среднего профессионального образования / М. В. Богатырева, А. Е. Колмаков, М. А. Колмаков. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 424 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10525-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/456718>

4. Основы экономики организации : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. А. Чалдаева [и др.] ; под редакцией Л. А. Чалдаевой, А. В. Шарковой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 361 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-07144-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/452254>

ПП.05 Производственная практика (по профилю специальности)

1. Основная литература

1. Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 514 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10539-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/456737>

2. Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 552 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03716-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/466183>

2. Дополнительная литература

1. Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность : учебник и практикум для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 233 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9889-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/451045>

2. Душкина, М. Р. Психология рекламы и связей с общественностью в маркетинге : учебник для вузов / М. Р. Душкина. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 259 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12786-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/448312>

3. Гуревич, П. С. Социология и психология рекламы : учебное пособие для вузов / П. С. Гуревич. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2018. — 462 с. — (Авторский учебник). — ISBN 978-5-534-02457-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/414943>

4.Ивин, А. А. Риторика : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. А. Ивин. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 278 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03849-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/452186>

ПП.06 Производственная практика (по профилю специальности)

1 Основная литература

1.Чеберко Е. Ф. Предпринимательская деятельность : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Ф. Чеберко. — М.: Юрайт, 2019. — 219 с. // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/441329>

2 Дополнительная литература

1. Морозов Г. Б. Предпринимательская деятельность : учебное пособие для среднего профессионального образования / Г. Б. Морозов. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: Юрайт, 2019. — 420 с. // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/438924>

2. Сергеев, А. А. Бизнес-планирование : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. А. Сергеев. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 475 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10216-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/442446>

4.3 Электронные ресурсы

1. ЭБС «Book.ru» <https://www.book.ru>
2. Elibrary (НЭБ) <http://elibrary.ru>
3. ЭБС «Юрайт» www.biblio-online.ru
4. ЭБС «Лань» e.lanbook.com
5. СПС «Консультант Плюс»

Информационное обеспечение обучения требует наличия залов: библиотеки, читального зала с выходом в сеть Интернет.

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса производственной практики (по профилю специальности)

Производственная практика (по профилю специальности) проходит в организациях, соответствующих профилю специальности 42.02.01 Реклама. Изучение программы производственной практики (по профилю специальности) по каждому виду завершается аттестацией в форме дифференцированного зачёта, результаты которого оцениваются на основании выполнения студентами всех зачетных мероприятий по практике.

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требование к квалификации педагогических (инженерно-педагогических) кадров, обеспечивающих проведения учебной практики:

- наличие высшего образования, соответствующего профилю преподаваемой дисциплины;
- наличие опыта деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы;
- стажировка в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

Реализация проведения учебной практики обеспечивается педагогом, имеющим высшее образование, соответствующее профилю реализуемой дисциплины.

№ п/п	Характеристика педагогических работников						
	Наименование предмета, дисциплины, модуля, профессионального модуля в соответствии с учебным планом	Фамилия, имя, отчество, должность по штатному расписанию	Какое образовательное учреждение окончил, специальность (направление подготовки) по документу об образовании	Ученая степень и ученое (почетное) звание, квалификационная категория	Стаж педагогической (научно-педагогической) работы	Основное место работы, должность	Условия привлечения к педагогической деятельности
1	ПП.01 Производственная практика (по профилю специальности)	Шпак Ольга Анатольевна, преподаватель	ФГБОУ ВО «ВГУЭС», Дизайн, дизайнер	-	3	Преподаватель филиала ФГБОУ ВО «ВГУЭС» в г. Артеме	штатный
2	ПП.02 Производственная практика (по профилю специальности)	Малых Ольга Вячеславовна	ФГБОУ ВО «ВГУЭС», Дизайн, дизайнер		8,8	Преподаватель филиала ФГБОУ ВО «ВГУЭС» в г. Артеме	штатный
3	ПП.03 Производственная практика (по профилю специальности)	Прихошко Н.В., преподаватель кафедры ЭУИТ	Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, Социально-культурный сервис и туризм, специалист по сервису и туризму	первая квалификационная категория	7 лет	Филиал ФГБОУ ВО «ВГУЭС» в г. Артеме	штатный
4	ПП.04 Производственная практика (по профилю специальности)	Словицова М.С. преподаватель	Филиал ФГБОУ ВО «ВГУЭС» в г. Артеме, Менеджмент организации		2 года	Филиал ФГБОУ ВО «ВГУЭС» в г. Артеме	штатный
5	ПП.05 Производственная практика (по профилю специальности)	Шпак Ольга Анатольевна, преподаватель	ФГБОУ ВО «ВГУЭС», Дизайн, дизайнер	-	3	Преподаватель филиала ФГБОУ ВО «ВГУЭС» в г. Артеме	штатный
6	ПП. 06.01 Производственная практика (по профилю специальности)	Забелина Татьяна Ивановна	Благовещенский технологический институт, 1980, инженер-технолог	Почетный работник СПО. преподаватель	25	Филиал ФГБОУ ВО ВГУЭС в г. Артеме	штатный

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (по профилю специальности)

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели результатов подготовки	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
Разработка и создание дизайна рекламной продукции		
ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.	Умение выбора художественной формы реализации рекламной идеи; создания визуального образа с рекламными функциями.	Текущий контроль в форме: - оценки результатов выполнения практических работ по темам МДК; - оценка выполнения пробных самостоятельных заданий; - защита индивидуальных заданий; - наблюдение за прохождением учебной практики. - защита учебной практики.
ПК 1.2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.	Умение использовать выразительные и художественно-изобразительные средства шрифтовую и художественную графику при моделировании рекламы.	Текущий контроль в форме: - оценки результатов выполнения практических работ по темам МДК; - оценка выполнения пробных самостоятельных заданий; - защита индивидуальных заданий; - наблюдение за прохождением учебной практики; -- защита учебной практики.
ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.	Соответствие авторского проекта рекламного продукта принципам и законам рекламного проектирования.	Текущий контроль в форме: - оценки результатов выполнения практических работ по темам МДК; - оценка выполнения пробных самостоятельных заданий; - защита индивидуальных заданий; - наблюдение за прохождением учебной практики; - защита учебной практики.
ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.	Правильность создания рекламного слогана на заданную тему в соответствии с основополагающими принципами и законами составления рекламного текста;- правильность составления и оформления текстов рекламных объявлений на заданную тему в соответствии с основополагающими принципами и законами составления и оформления рекламного текста.	Текущий контроль в форме: - оценки результатов выполнения практических работ по темам МДК; - оценка выполнения пробных самостоятельных заданий; - защита индивидуальных заданий; - наблюдение за прохождением учебной практики; - защита учебной практики.
ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.	Соответствие визуальных образов с рекламными функциями поставленным задачам.	Текущий контроль в форме: - оценки результатов выполнения практических работ по темам МДК; - оценка выполнения пробных самостоятельных заданий; - защита индивидуальных заданий; - наблюдение за прохождением учебной практики; -- защита учебной практики.
Производство рекламной продукции		

2.1. Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.	Демонстрировать умения при выборе и использовании инструментов, оборудования, изобразительных средств и материалов.	Текущий контроль выполнения практических заданий, устный опрос, тест-опрос, решение ситуационных задач, результаты прохождения практики, квалификационный экзамен
ПК 2.2. Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.	Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.	Текущий контроль выполнения практических заданий, устный опрос, тест-опрос, решение ситуационных задач, результаты прохождения практики, квалификационный экзамен
ПК 2.3. Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.	Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.	Текущий контроль выполнения практических заданий, устный опрос, тест-опрос, решение ситуационных задач, квалификационный экзамен, результаты прохождения практики
Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта		
ПК 3.1. Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.	<ul style="list-style-type: none"> - соответствие анкеты, разработанной для исследования предпочтений целевых групп потребителей, целям и задачам опроса и требованиям к составлению опросных анкет; - результативность проведения анкетирования целевых групп потребителей; - полнота и аргументированность составления анализа предпочтений потребителей; - обоснованность сегментирования потребительских групп 	<p>текущий контроль в форме:</p> <ul style="list-style-type: none"> - оценки результатов выполнения практических работ по темам МДК; - оценка выполнения пробных самостоятельных заданий; - защита индивидуальных заданий; - наблюдение за прохождением производственной практики; - защита производственной практики.
ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.	<ul style="list-style-type: none"> - соответствие разработки маркетинговой части бизнес-плана требованиям к маркетинговому планированию; - обоснованность отбора средств, направленных на продвижение рекламного продукта с учетом анализа предпочтений целевых групп потребителей; - адекватность разработки средств стимулирования сбыта целям и задачам продвижения рекламного продукта; - соблюдение законодательства в сфере рекламной деятельности при разработке средств продвижения рекламного продукта. 	<p>текущий контроль в форме:</p> <ul style="list-style-type: none"> - оценки результатов выполнения практических работ по темам МДК; - оценка выполнения пробных самостоятельных заданий; - защита индивидуальных заданий; - наблюдение за прохождением производственной практики; - защита производственной практики.
Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта		

ПК 4.1 Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.	<ul style="list-style-type: none"> - умение организации рабочего места - навык планирования, разработки и технического исполнения рекламного продукта 	<p>текущий контроль в форме:</p> <ul style="list-style-type: none"> - оценки результатов выполнения практических работ по темам МДК; - оценка выполнения пробных самостоятельных заданий; - защита индивидуальных заданий; - наблюдение за прохождением производственной практики - защита производственной практики.
ПК 4.2 Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.	<ul style="list-style-type: none"> - навык контролирования соответствия рекламного продукта требованиям рекламодателя - точность и аккуратность в составлении планов и графиков деятельности по изготовлению рекламного продукта 	<p>текущий контроль в форме:</p> <ul style="list-style-type: none"> - оценки результатов выполнения практических работ по темам МДК; - оценка выполнения пробных самостоятельных заданий; - защита индивидуальных заданий; - защита производственной практики.
ПК 4.3 Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.	<ul style="list-style-type: none"> - умение подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав 	<p>текущий контроль в форме:</p> <ul style="list-style-type: none"> - оценки результатов выполнения практических работ по темам МДК; - оценка выполнения пробных самостоятельных заданий; - защита индивидуальных заданий; - защита производственной практики.
Выполнение работ по должности служащего «Агент рекламный»		
ПК.1.1 Осуществлять поиск рекламных идей.	<ul style="list-style-type: none"> - осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги; - знать выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы; 	<p>текущий контроль в форме:</p> <ul style="list-style-type: none"> - оценки результатов выполнения практических работ по темам МДК; - оценка выполнения пробных самостоятельных заданий; - защита индивидуальных заданий; - наблюдение за прохождением учебной и производственной практики - защита учебной и производственной практики.
ПК.1.4 Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.	<ul style="list-style-type: none"> - составлять рекламные тексты; - знать приемы и принципы составления рекламного текста; 	<p>текущий контроль в форме:</p> <ul style="list-style-type: none"> - оценки результатов выполнения практических работ по темам МДК; - оценка выполнения пробных самостоятельных заданий; - защита индивидуальных заданий; - наблюдение за прохождением учебной и производственной практики - защита учебной и производственной практики.
ПК 2.1. Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.	<ul style="list-style-type: none"> - использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео-, анимации; - использовать мультимедийные и web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта; 	<p>текущий контроль в форме:</p> <ul style="list-style-type: none"> - оценки результатов выполнения практических работ по темам МДК; - оценка выполнения пробных самостоятельных заданий; - защита индивидуальных заданий; - наблюдение за прохождением учебной и производственной практики - защита учебной и производственной практики.
ПК 2.2. Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.	<ul style="list-style-type: none"> - разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы; 	<p>текущий контроль в форме:</p> <ul style="list-style-type: none"> - оценки результатов выполнения практических работ по темам МДК; - оценка выполнения пробных самостоятельных заданий; - защита индивидуальных заданий;

		<ul style="list-style-type: none"> - наблюдение за прохождением учебной и производственной практики - защита учебной и производственной практики.
ПК 2.3. Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.	<ul style="list-style-type: none"> - исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале. 	<p>текущий контроль в форме:</p> <ul style="list-style-type: none"> - оценки результатов выполнения практических работ по темам МДК; - оценка выполнения пробных самостоятельных заданий; - защита индивидуальных заданий; - наблюдение за прохождением учебной и производственной практики - защита учебной и производственной практики.
ПК 4.2. Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее	<ul style="list-style-type: none"> - навык контролирования соответствия рекламного продукта требованиям рекламодателя - точность и аккуратность в составлении планов и графиков деятельности по изготовлению рекламного продукта 	<p>Фронтальный и индивидуальный устный опрос; - дифференцированные зачеты по учебной и производственной практике</p>
Основы предпринимательской деятельности		
ПК.1.1 Осуществлять поиск рекламных идей	<ul style="list-style-type: none"> - демонстрация умений квалифицировано и грамотно отыскивать рекламные идеи и претворять их в жизнь 	<p>Оценка в рамках текущего контроля:</p> <ul style="list-style-type: none"> - результатов выполнения практических работы на практических занятиях; - результатов выполнения индивидуальных домашних заданий; - результатов тестирования. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики (по профилю специальности), итогов промежуточной аттестации</p>
ПК.1.4 Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений	<ul style="list-style-type: none"> - демонстрация умений грамотно составлять и оформлять тексты рекламных объявлений 	<p>Оценка в рамках текущего контроля:</p> <ul style="list-style-type: none"> - результатов выполнения практических работы на практических занятиях; - результатов выполнения индивидуальных домашних заданий; - результатов тестирования. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики (по профилю специальности), итогов промежуточной аттестации</p>
ПК.3.1 Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка	<ul style="list-style-type: none"> - демонстрация умений выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка - выбор методов и способов сегментирования целевых групп потребителей 	<p>Оценка в рамках текущего контроля:</p> <ul style="list-style-type: none"> - результатов выполнения практических работы на практических занятиях; - результатов выполнения индивидуальных домашних заданий; - результатов тестирования. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики (по профилю специальности), итогов промежуточной аттестации</p>

ПК.4.1 Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей	-демонстрация умений применять методы планирования как собственной деятельности так и организации работы коллектива исполнителей	Оценка в рамках текущего контроля: - результатов выполнения практической работы на практических занятиях; - результатов выполнения индивидуальных домашних заданий; - результатов тестирования. Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики (по профилю специальности), итогов промежуточной аттестации
---	--	--

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.

5.2 Контроль и оценка результатов развития общих компетенций и обеспечивающих их умений.

ОК 1 Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	- активность, инициативность в процессе освоения программы модуля; - эффективность и качество выполняемой самостоятельной работы; - участие в конкурсах профессионального мастерства, выставках-ярмарках, мастер-классах и т.п.; - демонстрация интереса к своей будущей профессии; - систематичность в изучении дополнительной, справочной литературы, периодических изданий по специальности	Экспертная оценка результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы социологический опрос; анкетирование; оценка материалов портфолио экзамен самооценка результативности и качества выполненной работы
ОК 2 Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	- результативность организации собственной деятельности для выполнения профессиональных задач; - адекватный выбор методов и способов решения профессиональных задач; - точность подбора критериев и показателей оценки эффективности и качества выполнения профессиональных задач студентом	Оценка качества выполнения индивидуального задания, практической работы, зачетного задания. Наблюдение и оценка активности учащихся при проведении учебно-воспитательных мероприятий профессиональной направленности
ОК 3 Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	- обоснованность принятия решения в нестандартных и стандартных профессиональных ситуациях	Составление самоанализа деятельности во время учебной и производственной; экспертная оценка выполнения индивидуальных заданий; наблюдение за действиями студентов на практических занятиях
ОК 4 Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач,	- обоснованность принятия решения в нестандартных и стандартных профессиональных ситуациях	Наблюдение и оценка результатов деятельности обучающегося в процессе освоения профессионального модуля на практических и семинарских занятиях, при выполнении внеаудиторных самостоятельных

<p>профессионального и личностного развития</p>		<p>работ, подготовке презентационных материалов Оценка подобранной информации по данному модулю Личная оценка</p>
<p>ОК 5 Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.</p>	<p>- своевременность решения профессиональных задач на основе самостоятельно найденной информации с использованием ИКТ; - результативность использования различных информационных источников с использованием ИКТ; - качество оформления результатов работы с использованием ИКТ</p>	<p>Экспертное наблюдение и оценка деятельности обучающегося в процессе освоения профессионального модуля на практических и семинарских занятиях, в ходе компьютерного тестирования, подготовки электронных презентаций, при выполнении индивидуальных домашних заданий. Наблюдение и оценка исполнения студентами информационных технологий при подготовке и проведении учебно-воспитательных мероприятий различной тематики</p>
<p>ОК 6 Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.</p>	<p>- ясность и аргументированность изложения собственного мнения; - правильность выбора стратегии поведения при организации работы в команде; - результативность взаимодействия с коллегами, руководством, потребителями.</p>	<p>Наблюдение и оценка результатов деятельности обучающегося в процессе освоения профессионального модуля на практических и семинарских занятиях, при выполнении внеаудиторных самостоятельных работ, подготовке презентационных материалов. Наблюдение на конкурсах профессионального мастерства, создание портфолио, участие в работе профессиональных кружков.</p>
<p>ОК 7 Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.</p>	<p>- адекватность оценки и анализа эффективности и качества результатов работы членов команды (подчиненных), ;</p>	<p>Экспертное наблюдение и оценка использования студентами методов и приемов личной организации в процессе освоения профессионального модуля на практических и семинарских занятиях, при выполнении заданий, полученных командой Экспертное наблюдение и оценка динамики достижений результатов студентами в период учебной и общественной деятельности</p>
<p>ОК 8 Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.</p>	<p>- результативность внеаудиторной самостоятельной работы; - верность выбора способов коррекции результатов собственной деятельности</p>	<p>Экспертное наблюдение и оценка использования студентами методов и приемов личной организации в процессе освоения профессионального модуля на практических и семинарских занятиях при выполнении индивидуальных домашних заданий. Экспертное наблюдение и оценка использования студентами методов и приемов личной организации при подготовке и проведении учебно-воспитательных мероприятий различной тематики. Экспертное наблюдение и оценка динамики достижений результатов студентами в период учебной и общественной деятельности</p>
<p>ОК 9 Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.</p>	<p>- систематичность в изучении дополнительной, справочной литературы, периодических изданий в области профессиональной деятельности;</p>	<p>Наблюдение и оценка результатов в процессе освоения профессионального модуля на практических и семинарских занятиях при выполнении самостоятельной работы и индивидуальных домашних заданий</p>

ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.	- точность определения порядка организации предпринимательской деятельности в профессиональной области; - точность определения видов ответственности в сфере предпринимательской деятельности в соответствии с законодательством РФ;	Экспертное наблюдение и оценка деятельности студента в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении индивидуальных домашних работ, работ по учебной и производственной практикам.
ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.	- аргументированность оценки информации с использованием ИКТ; - 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.	Экспертное наблюдение и оценка деятельности студента в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении индивидуальных домашних работ, работ по учебной и производственной практикам.

5.3. Оценка индивидуальных практических достижений по итогам выполнения программы производственной практики (по профилю специальности)

Критерии оценки качества выполнения учебной практики	Качественная оценка индивидуальных практических достижений	
	балл (отметка)	вербальный аналог
91 - 100	5	отлично
76 - 90	4	хорошо
61 - 75	3	удовлетворительно
менее 61	2	неудовлетворительно

На этапе аттестации по итогам выполнения программы производственной практики (по профилю специальности) комиссией определяется интегральная оценка освоенных обучающимися профессиональных и общих компетенций как результат приобретения практического опыта по одному из видов профессиональной деятельности.

5.4 Форма отчетности

Аттестация производственной практики (по профилю специальности) проводится в форме дифференцированного зачета

К дифференцированному зачету допускаются обучающиеся, выполнившие требования программы учебной практики и предоставившие полный пакет отчетных документов:

- путевку с отметкой предприятия
- дневник практики
- отчет по практике
- отзыв-характеристику

Таблица А. – ГЛОССАРИЙ ОСНОВНЫХ ТЕРМИНОВ И ОПРЕДЕЛЕНИЙ, ИЗУЧАЕМЫХ В МОДУЛЕ

Термины	Определения
Аудитория	Численность людей или домохозяйств, охваченных данным средством массовой информации. Оценка численности аудитории не позволяет установить, читали, видели или слышали респонденты рекламу либо редакционные материалы этого средства массовой информации.
Баннер	1) Прямоугольник из винилового полотна (ткани) с нанесенным на нем рекламным текстом, используемый как транспарант-перетяжка; 2) напечатанное на виниловой ткани изображение для магистральных щитов (билбордов); 3) рекламный плакат, выполненный в виде флага с напечатанным на нем рекламным объявлением; 4) изображение или текстовый блок на веб-сайте, являющийся гиперссылкой на сайт рекламодателя, где размещено подробное описание продукта или услуги..
Веб-дизайн	Оформление веб-страниц. Для сайта играет такую же роль, как полиграфический дизайн и верстка для бумажного издания. Часто под веб-дизайном понимают не только создание графических элементов сайта, но и проектирование его структуры, навигации и иногда «движков», необходимых для работы сайта, – то есть создание сайта полностью. Дизайн как разумное устройство сайта значительно важнее, чем его «красивость»..
Годовой отчет	Ежегодно выпускаемый документ, предоставляющий наиболее полную информацию о компании. Включает в себя финансовую и нефинансовую информацию (предоставляемые услуги, успехи, перспективы, социальные программы).уг.
Дизайн	1) В широком смысле – художественное конструирование предметного мира; разработка образцов рационального построения предметной среды; 2) в узком смысле – творческая деятельность, целью которой является определение формальных качеств промышленных изделий, в том числе внешних черт изделия и особенно структурных и функциональных взаимосвязей, которые превращают изделие в единое целое с точки зрения потребителя и изготовителя.
Заказ на публикацию	Заказ от рекламодателя или от рекламного агентства издателю на публикацию рекламы определенного размера в указанное время и за оговоренную цену. Инструкции о содержании рекламы и образцы рекламных материалов могут прилагаться к заказу или направляться позже.
Идея	В художественном произведении – его основная мысль, определяющая содержание и образный строй, выраженный в соответствующей форме.
Календарь	Печатное издание, обязательно имеющее в своем составе календарную сетку. В зависимости от конструктивных особенностей и вида использования можно различить несколько видов календарей: <u>квартальный календарь</u> ; карманный календарь; <u>настольный календарь</u> , <u>настенный календарь</u> и др.
Листовка	Листовая рекламная продукция.

Макет	Модель издания или отдельных полос, которая необходима для оценки художественных решений, для предварительного согласования сложных композиционных комплексов и включает в себя шрифты, заголовки, иллюстрации, титульные листы, обложки, оформительские элементы переплета и пр. Макет является эталоном для верстки полос издания и монтажа с раскладкой полос на печатном листе, утвержденным издательством.
Наружная реклама	Размещение рекламы на рекламных щитах, объявлениях, вывесках и т.п. вне помещений, вдоль дорог, на стенах и крышах домов.
Охват	Количество лиц или домохозяйств, на которые хотя бы раз в течение некоторого периода оказывает влияние определенное средство массовой информации. Обычно измеряется за определенный период (например, за месяц). Также называется кумулятивной, недублированной или «чистой» аудиторией.
Плакат	Листовой вид печатной продукции больших форматов, не менее А3. Дизайн плаката отличается лаконичностью, используются крупные элементы, текстовой информации мало
Регистрация товарного знака	По законодательству РФ – процедура получения свидетельства о регистрации товарного знака. Регистрация дает владельцу товарного знака исключительное право пользования этим знаком. Для получения свидетельства заявителю необходимо подать заявку в Государственное патентное ведомство РФ.
Рейтинг	На телевидении и радио – доля целевой аудитории, обратившей внимание на определенную программу или на передачи станции в течение определенного времени. Для национальных телекомпаний рейтинги устанавливаются в минутах, а для местных компаний - в четвертях часа.
Реклама	Информация о товаре, правильно оформленная и доставленная в нужное время в нужное место с целью воздействия на потребительское поведение.
Сегментация рынка	Стратегия проведения разных маркетинговых программ для различных сегментов потребительского рынка, основанная на демографических особенностях или отличиях в образе жизни.
Телемаркетинг	Продажа товаров или услуг по телефону. Выделяют два вида телемаркетинга: входящий – когда потребители звонят в компанию, интересуясь определенным продуктом, и исходящий – когда телемаркетинговая фирма сама обзванивает потенциальных потребителей, предлагая им продукт.
Узнаваемость	Методика уточнения, знаком ли респондент с рекламными материалами в печатных изданиях или роликами на теле- и радиовещании. Исследователь показывает (или воспроизводит) рекламный материал и опрашивает респондентов, встречали ли они его недавно в определенном медиа. Процедура разработана компанией Daniel Starch & Associates и используется до сих пор.
Фирменный стиль	Совокупность приемов (графических, акустических, пластических, видеозаписывающих), которые обеспечивают единство внешнего вида всех объектов, изделий и мероприятий фирмы (продукции, упаковки товаров, помещений, оборудования, документации, рекламы, одежды и т.п.). Фирменный стиль способствует формированию благоприятного имиджа компании, призван усиливать эффективность,

	запоминаемость рекламных контактов с потребителями, способствовать росту репутации и известности компании на рынке. Фирменный стиль также называют корпоративным стилем.
Хит	Один показ одной веб-страницы. Количество хитов на сайте в единицу времени дает возможность оценить рекламную мощьность сайта. Как правило, количество показываемой рекламы пропорционально количеству показов страниц.
Центральный разворот	Реклама, опубликованная на двух смежных страницах в середине издания.
Частота	Среднее количество показов рекламы аудитории зрителей. Обычно называется средней частотой.
Щит для размещения рекламных плакатов	Рекламный щит – наиболее распространенная форма наружной рекламы. Стандартный щит имеет размеры от 12 до 25 футов и изготавливается из стали с применением дерева, плексигласа или металла для внешней окантовки. На таком щите размещается стандартный 24-полосный плакат.
Эффективность рекламы	Степень воздействия рекламных средств на потребителей в интересах производителя или посредника. Определяется до и после передачи рекламного обращения. Определение влияния рекламы на результаты продаж (экономическая эффективность) проводится путем относительного сравнения затрат на рекламу и объемов реализации товара по итогам деятельности в прошлом

Таблица Б. – ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ И ДОПОЛНЕНИЙ, ВНЕСЕННЫХ В ПРОГРАММУ

№ изменения, дата внесения изменения, № страницы с изменением:	
БЫЛО:	СТАЛО:
Основание: Подпись лица, внесшего изменения	
№ изменения, дата внесения изменения, № страницы с изменением:	

**ФИЛИАЛ ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО
УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА» в г. АРТЕМЕ**

Техническая экспертиза рабочей программы производственной практики (по профилю специальности) к профессиональному модулю ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции, ПМ.02 производство рекламной продукции, ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта, ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта, ПМ.05

Выполнение работы по должности служащего «Агент рекламный», ПМ.06 Основы предпринимательской деятельности программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 Реклама, представленная преподавателем кафедры транспортных процессов сервиса и дизайна Шпак О.А., преподавателем кафедры экономики, управления и информационных технологий Забелиной Т.И.

ЭКСПЕРТНОЕ ЗАКЛЮЧЕНИЕ

№	Наименование экспертного показателя	Экспертная оценка	
		да	нет
Экспертиза оформления титульного листа и содержания			
1.	Наименование рабочей программы модуля на титульном листе совпадает с наименованием модуля в тексте ФГОС и учебном плане колледжа	да	
2.	Название филиала соответствует названию по Уставу	да	
3.	На титульном листе указан код и наименование специальности	да	
4.	Оборотная сторона титульного листа содержит все необходимые данные (выходные данные ФГОС, ФИО экспертов, сведения о согласовании программы)	да	
5.	Нумерация страниц в «Содержании» верна	да	
Экспертиза раздела 1 «Паспорт рабочей программы профессионального модуля»			
6.	Раздел 1 «Паспорт рабочей программы профессионального модуля» имеется	да	
7.	Подстрочные надписи удалены	да	
8.	Наименование программы профессионального модуля совпадает с наименованием на титульном листе	да	
9.	Пункт 1.1. «Область применения программы» заполнен	да	
10	Паспорт программы профессионального модуля содержит базовую часть	да	
11	Наименование основного вида профессиональной деятельности (ВПД) совпадает с наименованием профессионального модуля	да	

12	Перечень профессиональных компетенций (ПК) содержит все компетенции, перечисленные в тексте ФГОС	да	
13	Пункт 1.2. «Цели и задачи модуля – требования к результатам освоения модуля» заполнен	да	
14	Требования к практическому опыту, умениям и знаниям соответствуют перечисленным в тексте ФГОС	да	
15	Пункт 1.3. «Рекомендуемое количество часов на освоение программы профессионального модуля» заполнен	да	
16	Все строки и графы пункта 1.3. заполнены	да	
17	Перечислены виды самостоятельной работы	да	
18	Указанное количество часов в графе «Итого» соответствует учебному плану	да	
Экспертиза раздела 2 «Результаты освоения профессионального модуля»			
19	Раздел 2 «Результаты освоения профессионального модуля» имеется	да	
20	Перечень профессиональных компетенций совпадает с указанными в п. 1.1	да	
21	Перечень общих компетенций соответствует перечисленным в тексте ФГОС	да	
Экспертиза раздела 3 «Структура и содержание профессионального модуля»			
22	Раздел 3 «Структура и содержание профессионального модуля» имеется	да	
23	Форма таблицы 3.1. «Тематический план профессионального модуля» соответствует макету программы	да	
24	Таблица 3.1. «Тематический план профессионального модуля» заполнена	да	
25	Форма таблицы 3.2. «Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ)» соответствует макету программы	да	
26	Таблица 3.2. «Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ)» заполнена	да	
27	Количество и наименования междисциплинарных курсов совпадают с указанными в тексте ФГОС	да	
28	Перечислены виды самостоятельной работы студентов, сформулированные через деятельность	да	
29	Наименования разделов модуля в табл. 3.1 и 3.2 совпадают	да	
Экспертиза раздела 4 «Условия реализации программы профессионального модуля»			
30	Раздел 4 «Условия реализации программы профессионального модуля» имеется	да	
31	Пункт 4.1. «Требования к минимальному материально-техническому обеспечению» заполнен	да	
32	Пункт 4.2. «Информационное обеспечение обучения» заполнен в соответствии с требованиями ГОСТ по оформлению литературы	да	
33	В списке основной литературы отсутствуют издания, выпущенные более 5 лет назад	да	

34	Пункт 4.3. «Общие требования к организации образовательного процесса» заполнен	да	
35	Пункт 4.4. «Кадровое обеспечение образовательного процесса» заполнен	да	
Экспертиза раздела 5 «Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля (вида профессиональной деятельности)»			
36	Раздел 5. «Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля (вида профессиональной деятельности)» имеется	да	
37	Наименования профессиональных и общих компетенций совпадают с указанными в п. 1.1	да	
Экспертиза показателей объемов времени, отведенных на освоение ПМ, указанных в п. 1.3 раздела 1 «Паспорт рабочей программы профессионального модуля» и в табл. 3.1 и 3.2 раздела 3 «Структура и содержание профессионального модуля»			
38	Общий объем времени, отведенного на освоение модуля (всего часов), в паспорте программы, таблицах 3.1 и 3.2 совпадает	да	
39	Объем обязательной аудиторной нагрузки в паспорте программы, таблицах 3.1 и 3.2 совпадает	да	
40	Объем времени, отведенного на выполнение лабораторных и практических занятий, в таблицах 3.1 и 3.2 совпадает	да	
41	Объем времени, отведенного на практику, в паспорте программы, таблицах 3.1 и 3.2 совпадает	да	
42	Объем времени, отведенного на самостоятельную работу студентов, в паспорте программы, таблицах 3.1 и 3.2 совпадает	да	
ИТОГОВОЕ ЗАКЛЮЧЕНИЕ		да	нет
Программа профессионального модуля может быть направлена на содержательную экспертизу		да	

Замечания и рекомендации эксперта по доработке

Разработчики программы: _____

О.А. Шпак

Т.И. Забелина

СОГЛАСОВАНО

«___» _____ 2020 г.

И.о. Зав. Кафедрой _____

А.А.Власенко

Заведующий отделением _____

М.С.Словицова

Методист УМЧ _____

Т.И. Теплякова

«___» _____ 2020 г.

ФИЛИАЛ ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА» г. АРТЕМЕ

Содержательная экспертиза рабочей программы производственной практики (по профилю специальности) к профессиональному модулю ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции, ПМ.02 производство рекламной продукции, ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта, ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта, ПМ.05

Выполнение работы по должности служащего «Агент рекламный», ПМ.06 Основы предпринимательской деятельности программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 Реклама, представленная преподавателем кафедры транспортных процессов сервиса и дизайна Шпак О.А., преподавателем кафедры экономики, управления и информационных технологий Забелиной Т.И.

ЭКСПЕРТНОЕ ЗАКЛЮЧЕНИЕ

№	Наименование экспертного показателя	Экспертная оценка			Примечание
		да	нет	заключение отсутствует	
Экспертиза раздела 1 «Паспорт программы профессионального модуля»					
1.	Требования к результатам освоения модуля соответствуют перечисленным в ФГОС СПО (в т. ч. конкретизируют и/или расширяют требования ФГОС)	да			
2.	Возможности использования профессионального модуля описаны полно и точно.	да			
3.	Вариативная часть содержит требования к результатам освоения модуля (при наличии)	да			
Экспертиза раздела 2 «Результаты освоения профессионального модуля»					
4.	Перечень общих и профессиональных компетенций, представленных в разделе модуля, соответствует перечисленным компетенциям, указанным к данному модулю в ФГОС СПО.	да			
Экспертиза раздела 3 «Структура и содержание профессионального модуля»					
5.	Структура программы профессионального модуля соответствует принципу единства теоретического и практического обучения.	да			
6.	Разделы программы модуля выделены дидактически целесообразно.	да			

7.	Соотношение учебной и производственной практики соответствует дидактическим задачам модуля.	да			
8.	Выбор варианта проведения практики (концентрированно, рассредоточено, комбинированно) дидактически целесообразен.	да			
9.	Содержание практики (виды работ) соответствует требованиям к практическому опыту и умениям	да			
10.	Содержание учебного материала соответствует требованиям к знаниям и умениям.	да			
11.	Объем времени достаточен для освоения указанного в содержании учебного материала.	да			
12.	Объем и содержание лабораторных и практических работ определены дидактически целесообразно и соответствуют требованиям к умениям и знаниям и ориентированы на подготовку к овладению ПК профессионального модуля.	да			
13.	Уровни освоения соответствуют видам учебной деятельности в разделе.	да			
14.	Тематика домашних заданий определена дидактически целесообразно.	да			
15.	Содержание самостоятельной работы студентов, в т.ч. внеаудиторной, направлено на выполнение требований к результатам освоения ПМ («иметь практический опыт», «уметь», «знать»).	да			
16.	Формулировки самостоятельной работы понимаются однозначно.	да			
17.	Примерная тематика курсовых работ соответствует целям и задачам освоения профессионального модуля (пункт заполняется, если в программе дисциплины предусмотрена курсовая работа)если в программе дисциплины предусмотрена курсовая работа)	да			
18.	Содержание программы модуля предусматривает формирование перечисленных общих и профессиональных компетенций.	да			
Экспертиза раздела 4 «Условия реализации программы профессионального модуля»					
19.	Перечень учебных кабинетов (мастерских, лабораторий и др.) обеспечивает изучение междисциплинарного курса, проведение всех видов лабораторных и практических работ и	да			

	тем учебной практики, предусмотренных программой профессионального модуля.				
20.	Перечисленное оборудование обеспечивает изучение междисциплинарного курса, проведение всех видов лабораторных и практических работ и тем учебной практики, предусмотренных программой профессионального модуля.	да			
21.	Перечень рекомендуемой основной и дополнительной литературы включает общедоступные источники.	да			
22.	Перечисленные Интернет-ресурсы актуальны и достоверны (пункт заполняется, если нормативно-правовые акты указаны в качестве источников).	да			
23.	Перечисленные источники соответствуют структуре и содержанию программы модуля.	да			
24.	Информационные источники указаны с учетом содержания модуля.	да			
25.	Общие требования к организации образовательного процесса соответствуют модульно - компетентностному подходу.	да			
26.	Общие требования к организации образовательного процесса описаны подробно (перечислены условия проведения занятий, организация учебной практики, консультационной помощи обучающимся).	да			
27.	Дисциплины, изучение которых должно предшествовать освоению данного модуля, определены с учетом принципа систематичности и последовательности обучения.	да			
28.	Требования к кадровому обеспечению (в т.ч. к уровню квалификации преподавателей МДК и руководителя практики) позволяют обеспечить должный уровень подготовки современного рабочего (специалиста).	да			
Экспертиза раздела 5 «Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля (вида профессиональной деятельности)»					
29.	Основные показатели оценки результатов обучения позволяют однозначно диагностировать сформированность соответствующих профессиональных компетенций (ПК).	да			
	Наименование форм и методов контроля и оценки освоения ПК точно и однозначно описывает процедуру аттестации.	да			

30.	Формы и методы контроля и оценки освоения ПК позволяют оценить сформированность ПК.	да			
31.	Основные показатели оценки результата позволяют однозначно диагностировать сформированность соответствующих общих компетенций (ОК).	да			
32.	Наименование форм и методов контроля и оценки освоения ОК точно и однозначно описывает процедуру аттестации.	да			
33.	Формы и методы контроля и оценки освоения ОК позволяют оценить сформированность ОК.	да			

Итоговое заключение (из трех альтернативных позиций следует выбрать одну)	да	нет
Программа профессионального модуля может быть рекомендована к утверждению	да	
Программу профессионального модуля следует рекомендовать к доработке		
Программу профессионального модуля следует рекомендовать к отклонению		

Замечания и рекомендации эксперта по доработке _____

Разработчики программы: _____ О.А. Шпак
 _____ Т.И. Забелина
 «__» _____ 2020 г.

СОГЛАСОВАНО

И.о. Зав. Кафедрой _____ А.А.Власенко
 Заведующий отделением _____ М.С.Словикова
 Методист УМЧ _____ Т.И. Теплякова
 «__» _____ 2020 г.

ФИЛИАЛ ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА» г. АРТЕМЕ

Содержательная экспертиза рабочей программы производственной практики (по профилю специальности) к профессиональному модулю ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции, ПМ.02 производство рекламной продукции, ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта, ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта, ПМ.05

Выполнение работы по должности служащего «Агент рекламный», ПМ.06 Основы предпринимательской деятельности программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 Реклама, представленная преподавателем кафедры транспортных процессов сервиса и дизайна Шпак О.А., преподавателем кафедры экономики, управления и информационных технологий Забелиной Т.И.

ЭКСПЕРТНОЕ ЗАКЛЮЧЕНИЕ

№	Наименование экспертного показателя	Экспертная оценка			Примечание
		да	нет	заключение отсутствует	
Экспертиза раздела 1 «Паспорт программы профессионального модуля»					
1.	Требования к результатам освоения модуля соответствуют перечисленным в ФГОС СПО (в т. ч. конкретизируют и/или расширяют требования ФГОС)	да			
2.	Возможности использования профессионального модуля описаны полно и точно.	да			
3.	Вариативная часть содержит требования к результатам освоения дисциплины (при наличии)	да			
Экспертиза раздела 2 «Результаты освоения профессионального модуля»					
4.	Перечень общих и профессиональных компетенций, представленных в разделе модуля, соответствует перечисленным компетенциям, указанным к данному модулю в ФГОС СПО.	да			
Экспертиза раздела 3 «Структура и содержание профессионального модуля»					
5.	Структура программы профессионального модуля соответствует принципу единства теоретического и практического обучения.	да			
6.	Разделы программы модуля выделены дидактически целесообразно.	да			

7.	Соотношение учебной и производственной практики соответствует дидактическим задачам модуля.	да			
8.	Выбор варианта проведения практики (концентрированно, рассредоточено, комбинированно) дидактически целесообразен.	да			
9.	Содержание практики (виды работ) соответствует требованиям к практическому опыту и умениям	да			
10.	Содержание учебного материала соответствует требованиям к знаниям и умениям.	да			
11.	Объем времени достаточен для освоения указанного в содержании учебного материала.	да			
12.	Объем и содержание лабораторных и практических работ определены дидактически целесообразно и соответствуют требованиям к умениям и знаниям и ориентированы на подготовку к овладению ПК профессионального модуля.	да			
13.	Уровни освоения соответствуют видам учебной деятельности в разделе.	да			
14.	Тематика домашних заданий определена дидактически целесообразно.	да			
15.	Содержание самостоятельной работы студентов, в т.ч. внеаудиторной, направлено на выполнение требований к результатам освоения ПМ («иметь практический опыт», «уметь», «знать»).	да			
16.	Формулировки самостоятельной работы понимаются однозначно.	да			
17.	Примерная тематика курсовых работ соответствует целям и задачам освоения профессионального модуля (пункт заполняется, если в программе дисциплины предусмотрена курсовая работа)если в программе дисциплины предусмотрена курсовая работа)	да			
18.	Содержание программы модуля предусматривает формирование перечисленных общих и профессиональных компетенций.	да			
Экспертиза раздела 4 «Условия реализации программы профессионального модуля»					
19.	Перечень учебных кабинетов (мастерских, лабораторий и др.) обеспечивает изучение междисциплинарных курсов, проведение всех видов лабораторных и практических работ и тем учебной практики, предусмотренных программой профессионального модуля.	да			

20.	Перечисленное оборудование обеспечивает изучение междисциплинарных курсов, проведение всех видов лабораторных и практических работ и тем учебной практики, предусмотренных программой профессионального модуля.	да			
21.	Перечень рекомендуемой основной и дополнительной литературы включает общедоступные источники.	да			
22.	Перечисленные Интернет-ресурсы актуальны и достоверны (пункт заполняется, если нормативно-правовые акты указаны в качестве источников).	да			
23.	Перечисленные источники соответствуют структуре и содержанию программы модуля.	да			
24.	Информационные источники указаны с учетом содержания модуля.	да			
25.	Общие требования к организации образовательного процесса соответствуют модульно - компетентностному подходу.	да			
26.	Общие требования к организации образовательного процесса описаны подробно (перечислены условия проведения занятий, организация учебной практики , консультационной помощи обучающимся).	да			
27.	Дисциплины, изучение которых должно предшествовать освоению данного модуля, определены с учетом принципа систематичности и последовательности обучения.	да			
28.	Требования к кадровому обеспечению (в т.ч. к уровню квалификации преподавателей МДК и руководителя практики) позволяют обеспечить должный уровень подготовки современного рабочего (специалиста).	да			
Экспертиза раздела 5 «Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля (вида профессиональной деятельности)»					
29.	Основные показатели оценки результатов обучения позволяют однозначно диагностировать сформированность соответствующих профессиональных компетенций (ПК).	да			
	Наименование форм и методов контроля и оценки освоения ПК точно и однозначно описывает процедуру аттестации.	да			
30.	Формы и методы контроля и оценки освоения ПК позволяют оценить сформированность ПК.	да			

31.	Основные показатели оценки результата позволяют однозначно диагностировать сформированность соответствующих общих компетенций (ОК).	да			
32.	Наименование форм и методов контроля и оценки освоения ОК точно и однозначно описывает процедуру аттестации.	да			
33.	Формы и методы контроля и оценки освоения ОК позволяют оценить сформированность ОК.	да			

Итоговое заключение (из трех альтернативных позиций следует выбрать одну)	да	нет
Программа профессионального модуля может быть рекомендована к утверждению	да	
Программу профессионального модуля следует рекомендовать к доработке		
Программу профессионального модуля следует рекомендовать к отклонению		

Замечания и рекомендации эксперта по доработке _____

Разработчики программы:
 _____ О.А.Шпак
 _____ Т.И.Забелина

Эксперты:
 _____ О.В.Малых
 _____ И.Н.Стасенко

« » 2020 г.

« » 2020 г.

