



Частное профессиональное образовательное учреждение  
**«АНАПСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ ТЕХНИКУМ»**  
(ЧПОУ «Анапский индустриальный техникум»)

УТВЕРЖДАЮ

Директор техникума

В.В.Пономарев

«31» августа 2020 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ И  
ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИК**

по

**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  
проекта (продукта)»**

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

для специальности

**42.02.01. Реклама**

Год набора

**2020**

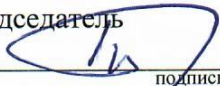
Анапа  
2020 г.

РАССМОТРЕНО

ПЦК информационно-технологических, математических дисциплин и дисциплин  
рекламы

«31» августа 2020 г. протокол № 01

Председатель

  
\_\_\_\_\_ / Ткаченко И.Л. /  
подпись расшифровка

Рассмотрена  
на заседании педагогического совета  
протокол № 01 от 31.08.2020 г.

Рабочая программа практики разработана в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования 42.02.01 «Реклама», утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 мая 2014 г. № 510, на основе Положения о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы среднего профессионального образования, утвержденного Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации (Минобрнауки России) от 18 апреля 2013 г. № 291 г. Москва

Организация-разработчик ЧПОУ «Анапский индустриальный техникум»

Разработчик: Кадничанская Д.А., преподаватель  
ЧПОУ «Анапский индустриальный техникум»

  
\_\_\_\_\_ подпись

Согласовано: Теплицкая О.Ф., генеральный директор  
ООО «Типография Флагман»

\_\_\_\_\_ должность, квалификация по диплому



## СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ И ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИК ..	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПО ПРОФИЛЮ СПЕЦИАЛЬНОСТИ) И ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИК .....	7
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (ПО ПРОФИЛЮ СПЕЦИАЛЬНОСТИ) .....	10
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПО ПРОФИЛЮ СПЕЦИАЛЬНОСТИ) И ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИК .....	22
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРАКТИКИ .....	25

# 1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ И ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИК

## 1.1 Область применения программы

Программа производственной (по профилю специальности) и преддипломной практик является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 «Реклама» в части освоения основных видов профессиональной деятельности (ВПД) по специальности и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

### **ПМ.01 «Разработка и создание дизайна рекламной продукции»**

ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.

ПК 1.2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.

ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.

ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.

ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.

И освоение следующих общих компетенций:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

### **ПМ.02 «Производство рекламной продукции»**

ПК 2.1. Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.

ПК 2.2. Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.

ПК 2.3. Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.

И освоение следующих общих компетенций:

ОК 1.-11 см. ПМ.01

### **ПМ.03 «Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта»**

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

ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.

И освоение следующих общих компетенций:

ОК 1.-11 см. ПМ.01

**ПМ.04 «Организация и управление процессом изготовления рекламного проекта (продукта)»**

ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.

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

ПК 4.3. Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.

И освоение следующих общих компетенций:

ОК 1.-11 см. ПМ.01

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

ПК 5.1. Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиентов.

ПК 5.2. Осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг.

ПК 5.3. Оформлять договорную и финансовую документацию при работе с заказчиком.

ПК 5.4. Опирается в работе на правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг.

ПК 5.5. Вести переговоры с заказчиком и производителями рекламы.

ПК 5.6. Использовать офисную оргтехнику, информационные и коммуникационные технологии при получении и оформлении заказа.

ПК 5.7. Работать в рекламных акциях в качестве исполнителя.

ПК 5.8. Контакттировать со средствами массовой информации по вопросам размещения рекламы.

И освоение следующих общих компетенций:

ОК 1.-11 см. ПМ.01

## **1.2 Цели и задачи производственной и преддипломной практики**

**Цель производственной практики** - формирование у обучающихся первичных практических умений/опыта деятельности в рамках профессиональных модулей 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 проекта (продукта)», ПМ.05 «Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих».

**Цель преддипломной практики** – приобретение обучающимися навыков по самостоятельному решению рекламных задач для повышения эффективности предприятия, конкурентоспособности, развития, увеличения спроса на услуги, повышение прибыли, в соответствии с темой выпускной квалификационной работы.

Освоение студентами всех видов профессиональной деятельности по специальности 42.02.01 «Реклама», формирование общих и профессиональных компетенций, а также приобретение необходимых умений и опыта практической работы студентами по данной специальности. Воспитание специалиста, способного осуществлять профессиональные задачи в области рекламной деятельности.

Задачи производственной (преддипломной) практики:

– подготовка специалистов к осознанному и углубленному изучению дисциплин учебных циклов и профессиональных модулей, привитие им первичных умений и навыков по избранной специальности;

– овладение профессиональной деятельностью по специальности, развитие профессионального мышления;

– закрепление, расширение, углубление и систематизация знаний, полученных при изучении дисциплин, определяющих профиль специальности;

– выполнение работ по должности рекламного агента.

- углубление навыков самостоятельной работы по организации и ведению рекламной деятельности предприятия;
- сбор и подготовка практических материалов для написания выпускной квалификационной работы.

Производственная (по профилю специальности) и преддипломная практики направлены на развитие у студента профессиональных компетенций, расширение практического опыта и реализуется в рамках профессиональных модулей ОПОП СПО по каждому из видов профессиональной деятельности, предусмотренных ФГОС СПО по специальности.

### **1.3. Количество часов на освоение рабочей программы производственной (по профилю специальности) и преддипломной практик**

Всего 17 недель, 612 часов, в том числе:

1. Производственная практика (по профилю специальности) – 13 недель – 468 часов, в том числе:

<b>В рамках освоения</b>	<b>Учебная практика</b>
ПМ.01 «Разработка и создание дизайна рекламной продукции».	108 ч. (3 нед.)
ПМ.02 «Производство рекламной продукции».	108 ч. (3 нед.)
ПМ.03 «Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта».	72 ч. (2 нед.)
ПМ.04 «Организация и управление процессом изготовления рекламного проекта (продукта)».	72 ч. (2 нед.)
ПМ.05 «Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих».	108 ч. (3 нед.)
<b>Всего:</b>	<b>468 ч. (13 нед.)</b>

2. Продолжительность преддипломной практики составляет 4 недели - 144 часов

### **1.4 Формы контроля**

Производственная практика – дифференцированный зачёт.

Преддипломная практика – дифференцированный зачёт.

## 2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПО ПРОФИЛЮ СПЕЦИАЛЬНОСТИ) И ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИК

### **ПМ.01 «Разработка и создание дизайна рекламной продукции».**

В результате прохождения учебной практики обучающийся 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 графики в рекламе;
- методы проектирования рекламного продукта;
- методы психологического воздействия на потребителя.

### **ПМ.02 «Производство рекламной продукции».**

В результате прохождения учебной практики обучающийся 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.

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

В результате прохождения учебной практики обучающийся 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.

**ПМ.04 «Организация и управление процессом изготовления рекламного проекта (продукта)».**

В результате прохождения учебной практики обучающийся 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.

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

В результате прохождения учебной практики обучающийся должен:

**иметь практический опыт:**

- ведения переговоров с заказчиком и производителем рекламы;



- использования офисной оргтехники, информационных и коммуникационных технологий при получении и оформлении заказа;
- оформления договорной и финансовой документации при работе с заказчиком;
- организации связи со средствами массовой информации;
- работы в рекламных акциях в качестве исполнителя;

**уметь:**

- контактировать с заказчиками рекламного продукта и вести переговоры с заказчиком;
- контактировать с производителями рекламы по вопросам производства и размещения;
- осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг;
- выбирать и использовать различные виды средств распространения рекламы;
- проводить основные мероприятия связей с общественностью;
- применять средства связи;
- использовать способы оперативной полиграфии;
- использовать вычислительные средства в рекламной деятельности;

**знать:**

- виды рекламной деятельности;
- виды рекламных средств и средств распространения рекламы;
- направления рекламной работы;
- содержание рекламной информации;
- применяемые средства рекламы;
- рекламные мероприятия;
- требования к рекламированию товаров и услуг, установленные законом;
- субъекты рекламного процесса и их взаимодействие;
- правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию рекламных услуг;
- ответственность участников рекламного процесса за ненадлежащую рекламу;
- социально-психологические основы рекламы;
- факторы и методы воздействия рекламы на человека;
- факторы, влияющие на покупку товаров;
- информационные материалы связей с общественностью, их виды;
- организационную структуру организаций;
- средства информационно-коммуникационного обеспечения;
- средства оргтехники и требования безопасности труда;
- средства составления оригиналов текстовых документов;
- средства копирования и оперативного размножения документов;
- средства для обработки документов;
- средства связи;
- вычислительные средства.

Преддипломной практики – все вышеперечисленное.

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

#### 3.1. Объем практики

Наименование профессионального модуля	Объем времени, отводимый на практику (час/нед.)
<b>Производственная практика</b>	
ПМ.01 «Разработка и создание дизайна рекламной продукции».	6 сем. - 108 ч. (3 нед.)
ПМ.02 «Производство рекламной продукции».	6 сем. - 108 ч. (3 нед.)
ПМ.03 «Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта».	4 сем. - 36 ч. (1 нед.)
	8 сем. - 36 ч. (1 нед.)
ПМ.04 «Организация и управление процессом изготовления рекламного проекта (продукта)».	8 сем. - 72 ч. (2 нед.)
ПМ.05 «Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих».	8 сем. - 108 ч. (3 нед.)
<b>Итого:</b>	<b>468 ч. (13 нед.)</b>
<b>Преддипломная практика</b>	<b>144 ч. (4 нед.)</b>
<b>ВСЕГО</b>	<b>612 (17 нед.)</b>

#### 3.2 Содержание производственной практики

Наименование разделов и тем	Содержание видов работ	Объем часов
<b>ПМ.01 «Разработка и создание дизайна рекламной продукции»</b>		
<b>6 семестр</b>		
Вводной занятие	Прохождение инструктажа по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, правилам внутреннего распорядка. Разработка дизайн-проекта фирменного стиля компании.	6
	Выполнить анализ ситуации. Изложить свое понимание фирменного стиля и его составляющих: - Логотип (товарный знак). Основные требования к визуальному решению. - Визитка. Виды визиток. - Бланки. - Конверты. - Листовка. - Фирменная одежда, аксессуары.	6
	Определить потребителя. Найти аналоги элементов фирменного стиля. Выполнить их анализ по эстетическим и художественно-стилистическим признакам.	6
	Определить основную образную идею проекта – дизайн-концепцию, сформулировать её смысловое содержание как идейно-тематическую основу проектного замысла (образ, текстовое содержание).	6
	Подготовить эскизы логотипа, образ, шрифтовое решение. Композиционные схемы. Выбрать оптимальные	6

	выразительные и художественно-изобразительные средства для исполнения фирменного стиля.	
	Выполнить графическое решение проекта с помощью графического редактора CorelDraw.	6
	Изложить в письменном виде обоснование идеи и средств проектного решения, выводы по проделанной работе.	6
	Подготовить презентацию проекта.	6
	Оформить пояснительную записку к проекту. Вложить макеты фирменного стиля в портфолио.	6
	Разработка дизайн-проекта серии открыток и упаковки.	6
	Выполнить графическое решение серии открыток в едином стиле (5 штук) и упаковки при помощи программы CorelDraw. Изложить в письменном виде обоснование идеи и средств проектного решения, выводы по проделанной работе.	6
	Подготовить планшет формата А1 с графическим материалом проекта.	6
	Подготовить презентацию проекта.	6
	Оформить пояснительную записку к проекту.	6
	Вложить макеты открыток и упаковки в портфолио.	6
	Подготовить защиту проекта: краткое изложение этапов проектирования; обоснование выбора художественного образа, визуальной концепции	6
	Подготовить защиту проекта: описание вариантов и обоснование выбора одного из них; обоснование проекта.	6
	Заполнение дневника практики. Оформление договорной документации. Оформление отчета по практике. Защита проекта. Дифференцированный зачет.	6
	<b>Итого</b>	<b>108</b>
<b>ПМ.02 «Производство рекламной продукции»</b>		
<b>6 семестр</b>		
Вводная часть	Прохождение инструктажа по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, правилам внутреннего распорядка. Приготовить тематическое портфолио «Наружная реклама» выбранной организации.	6
Аналитико-практическая часть	Изготовить печатную, рекламную продукцию: визитки, полноцветный плакат, концертную афишу, журнальную продукцию, упаковку	6
	Подготовить макет щитовой рекламы	6
	Подготовить макет рекламы, с использованием объемных букв. Подготовить макет рекламного сувенира.	6
	Нарисовать по своему созданному эскизу мультипликационный образ в графическом редакторе Corel Draw.	6
	Создать рекламный анимационный ролик в графическом редакторе Adobe Flash. Создать интернет – заставку в редакторе Adobe Flash.	6

	Создать 2 анимированные открытки на фоне авторских фотографий в графическом редакторе Adobe Photoshop. Создать рекламный ролик в 3D-редакторе на 2 минуты.	6
	Создать рекламную Web-страницу в редакторе Adobe Dreamweaver. Защита проектов.	6
	Провести фотосъемку натюрморта. Провести фотосъемку архитектуры. Провести фотосъемку интерьера. Провести фотосъемку пейзажа. Провести фотосъемку рекламного продукта.	6
	Провести фотосъемку женщин. Провести фотосъемку мужчин. Провести фотосъемку детей (подростки, маленькие дети, младенцы).	6
	Провести фотосъемку животных. Провести постановочную фотосъемку. Провести репортажную фотосъемку.	6
	Провести фотосъемку концерта. Провести фотосъемку спортивных мероприятий. Провести ночную фотосъемку города.	6
	Обработать фотографии под рекламные плакаты. Обработать фотографии под концертную афишу. Обработать фотографии под обложку журнала.	6
	Обработать фотографии под рекламный баннер. Обработать фотографии под обложку боксов диска, кассет.	6
	Написать сценарий рекламного ролика на 2-3 минуты. Написать сценарий видеосъемки рекламного ролика на 2-3 минуты.	6
	Провести видеосъемку рекламного ролика. Написать монтажный план видеоролика.	6
	Монтирование рекламного ролика в видео - редакторе. Создать видеоэффекты в рекламном ролике. Озвучить рекламный ролик. Корректировать рекламный ролик.	6
Завершающая часть	Защита рекламного видеоролика. Оформление договорной документации. Заполнение дневника практики. Оформление отчета по практике. Дифференцированный зачёт.	6
	<b>Итого</b>	<b>108</b>
<b>ПМ.03 «Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта»</b>		
<b>4 семестр</b>		
Вводная часть	Прохождение инструктажа по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, правилам внутреннего распорядка. Изучить и провести анализ целевой аудитории для вывода на рынок нового товара (по заказу рекламодателя). Составить портрет потребителя с основными социальными, психологическими и потребительскими характеристиками.	6
Аналитико-практическая	Разработать оригинальное креативное рекламное решение, соответствующее указанному портрету потребителя.	6

часть	Разработать сценарий работы с фокус-группой, подтверждающий соответствие креативного решения характеристикам потребителя.	6
	Создать рекламный продукт (макет). Выбрать и предложить средства распространения рекламного продукта, время и способы размещения в СМИ.	6
	Рассчитать рекламный бюджет данного проекта. Сформировать маркетинговый раздел бизнес-плана. Подготовить презентацию проекта и защитить его.	6
Завершающая часть	Заполнение дневника практики. Оформление договорной документации. Оформление отчета по практике. Дифференцированный зачёт.	6
	<b>Итого</b>	<b>36</b>
<b>8 семестр</b>		
Вводная часть	Прохождение инструктажа по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, правилам внутреннего распорядка. Подготовить текст рекламного объявления по рекламному продукту, учитывая обязательные требования к рекламе, закрепленные ФЗ «О рекламе».	6
Аналитико-практическая часть	Подготовить правовые заключения по практическим ситуациям, взятым при изучении рекламного рынка города Анапа. Оформить заявление и необходимые документы для получения разрешения в органах местного самоуправления города Анапа для установки рекламной конструкции.	6
	Разработать договор на установку, эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности.	6
	Разработать договор на установку, эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в частной собственности. Разработать документы, необходимые для получения охранного документа (патента) на товарный знак рекламного продукта.	6
	Описать рекламные функции товарных знаков. Оформить лицензионный договор на товарный знак. Составить исковое заявление в суд общей юрисдикции о нарушении требований к рекламе лекарственных изделий. Составить исковое заявление в арбитражный суд о недостоверной рекламе, представленной рекламным агентством.	6
Завершающая часть	Заполнение дневника практики. Оформление договорной документации. Оформление отчета по практике. Дифференцированный зачёт.	6
	<b>Итого</b>	<b>36</b>
	<b>ВСЕГО</b>	<b>72</b>
<b>ПМ.04 «Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта»</b>		

<b>8 семестр</b>		
Вводная часть	Прохождение инструктажа по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, правилам внутреннего распорядка. Анализ потребительских свойств рекламируемого товара.	6
Аналитико-практическая часть	Анализ состояния рынка. Изучить и провести анализ целевой аудитории для вывода на рынок нового товара (по заказу рекламодателя).	6
Вводная часть	Разработка стратегии и тактики проведения рекламной компании.	6
Аналитико-практическая часть	Определить цели и концепцию рекламной компании, виды рекламы.	6
	Выбор средств рекламы в соответствии с рекламной идеей. Составить план творческих работ.	6
	Составить план использования видов, средств, методов, носителей рекламы.	6
	Сформировать предварительную смету затрат на изготовление рекламного продукта.	6
	Составить план-график проведения рекламной компании. Разработка и изготовление рекламного продукта (макет).	6
	Определить эффективность рекламной компании. Рассчитать рекламный бюджет данного проекта.	6
	Подготовить документацию для регистрации авторских прав.	6
	Сформировать маркетинговый раздел бизнес-плана. Подготовить презентацию проекта и защитить его.	6
Завершающая часть	Заполнение дневника практики. Оформление договорной документации. Оформление отчета по практике. Дифференцированный зачёт.	6
	<b>Итого</b>	<b>72</b>
<b>ПМ.05 «Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих»</b>		
<b>8 семестр</b>		
Вводная часть	Прохождение инструктажа по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, правилам внутреннего распорядка. Осуществление сегментирования и поиск заказчиков.	6
Аналитико-практическая часть	Организация работы по получению и оформлению заказа.	6
	Презентация готового рекламного продукта заказчику.	6
	Создание творческого брифа.	6
	Формирование заказа на проведение фотосъемки и её проведение (по брифу).	6
	Обработка и сохранение полученных фотоизображений в компьютере.	6
	Печать цифровых фотографий и их запись на цифровой носитель.	6
	Проведение презентации фотографий заказчику.	6
	Компоновка текстовой рекламы.	6
	Создание анимированных рисованных объектов	6
	Создание видеовставки.	6
	Создание рекламного баннера.	6

	Создание и сохранение презентации в Интернете.	6
	Размещение презентации в Интернете.	6
	Создание и оформление документов в текстовых редакторах.	6
	Использование ресурсов Интернет при работе с заказчиком.	6
	Все работы представить в презентации.	6
Завершающая часть	Заполнение дневника практики. Оформление договорной документации. Оформление отчета по практике. Защитить проект. Дифференцированный зачёт.	6
	<b>Итого</b>	<b>108</b>
<b>Всего производственная практика (по профилю специальности)</b>		<b>468</b>

### 3.3 Содержание преддипломной практики

До начала преддипломной практики каждый студент выбирает тему выпускной квалификационной работы и получает задание на преддипломную практику в соответствии с выбранной темой ВКР. Индивидуальное задание содержит конкретные вопросы, которые разрабатываются студентом детально и имеют научно-исследовательский характер. Задание выдается руководителем ВКР и согласовывается с руководителем практики от организации.

Наименование разделов и тем	Содержание видов работ	Объем часов	Компетенции
Вводная часть	Прохождение инструктажа по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, правилами внутреннего распорядка. Ознакомление с целями и задачами практики. Участие в решении организационных вопросов совместно с руководителем практики от организации.	6	ОК 1 - 11
Аналитико-практическая часть	Сбор информации об организации – базе практики. Стратегия и тактика управления предприятием. Уровень организационной культуры.	6	ПК 1.1.- 1.5; 2.1. - 2.3; 3.1. - 3.2; 4.1. - 4.3; 5.1. - 5.8.
	Изучение видов деятельности и структуры управления организации. Степень механизации и автоматизации производства и процессов управления.	6	
	Изучение и анализ основных финансовых показателей.	6	
	Изучение функций и содержания деятельности подразделения, в котором непосредственно проходит практика.	6	
	Выполнение порученных заданий в соответствии с целями и задачами практики	6	
	Сбор необходимой информации из различных источников.	6	
	Работа в библиотеке по поставленным вопросам.	6	
	Применение полученных знаний на практике путём решения соответствующих аналитических задач.	6	
	Анализ полученных знаний и данных.	6	
	Составление предварительного отчёта руководителю практики.	6	

Анализ работы рекламного отдела: успехи, достижения и ошибки специалистов отдела; примерный годовой бюджет рекламы; целевые траты рекламного бюджета.	6
Основные информационные и рекламные каналы: эффективные каналы рекламы; разбор неэффективных рекламных каналов с целью изучения причины неэффективности и последующего ее устранения	6
Изучение партнерских предприятий. Развитие сети партнерских отношений.	6
Изучение печатной продукции: предоставить образцы печатной продукции фирмы; подробно проанализировать существующую печатную продукцию (визитки, фирменные бланки, флаера, рекламные макеты; внести необходимые изменения в печатную продукцию; оценка эффективности рекламных макетов до и после изменения.	6
Оценка интернет-сайта: оценить интернет-сайт предприятия; проанализировать информативность, удобность; проанализировать конкурентоспособность; при его отсутствии подобрать подходящее решение; оценить примерную стоимость интернет-сайта.	6
Продвижение в социальных сетях: изучить количество социальных сетей, в которых представлена информация о предприятии; ознакомиться со стилем ведения сообщества фирмы в соцсети; оценить статистику просмотров; выработать рекомендации по ведению сообщества или аккаунта; разработать стратегии для улучшения представления фирмы в популярных социальных сетях; при отсутствии у предприятия официального представительства в социальных сетях — создать сообщества. Предоставить скриншоты в отчете.	6
Рекламные тексты: проанализировать рекламные тексты; разработать рекомендации по изменению текстов; создать различные варианты «продающих» рекламных текстов и лозунгов для различной целевой аудитории	6
Видеореклама фирмы: просмотреть видеорекламу предприятия; проанализировать плюсы и минусы рекламы; разработать рекомендации по улучшению сегмента видеорекламы; при отсутствии видеорекламы предложить собственные сценарии для видеорекламы; найти и проанализировать качество работы потенциальных подрядчиков для выполнения съемки и монтажа рекламного видео; рассчитать примерный бюджет 1-3 минутного видео.	6
Рекламный фотоконтент: изучить рекламный фотоконтент фирмы; рассмотреть, чем он	6



	представлен; разработать рекомендации по модернизации и улучшению; предложить свои сюжеты для иллюстрирования деятельности предприятия; -найти качественных исполнителей для обновления фотоиллюстраций деятельности фирмы; рассчитать примерный бюджет.		
	Оценка конкурентоспособности: оценить в целом конкурентоспособность фирмы, опираясь на полученные данные о фирме; оценить годовой рекламный бюджет компании и финансовое распределение по отраслям рекламы; проанализировать эффективность траты средств;	6	
	С учетом оценки и анализа предыдущего годового бюджета, составить медиа-план на будущий год с максимальной эффективностью. Спрогнозировать развитие предприятия до и после внесения ваших рекомендаций	6	
	Составление завершающего отчёта руководителю практики с детальным разбором поставленного вопроса, проблемами, возникшими в ходе его изучения и соответствующих выводах и заключений.	6	
Завершающая часть	Заполнение дневника практики. Оформление договорной документации. Оформление отчета по практике. Дифференцированный зачёт.	6	ПК 1.1.- 1.5; 2.1. - 2.3; 3.1. - 3.2; 4.1. - 4.3; 5.1. - 5.8.
	<b>Итого</b>	<b>144</b>	

### 3.4 Календарно-тематический план

№ п/п	Наименование разделов и тем	Кол-во часов на тему	Вид занятий
<b>ПМ.01 «Разработка и создание дизайна рекламной продукции».</b>			
<b>6 семестр</b>			
1.	Прохождение инструктажа по ОТ и ТБ. Разработка дизайн-проекта фирменного стиля компании.	6	ПЗ
2.	Выполнить анализ ситуации. Изложить свое понимание фирменного стиля. Основные требования к визуальному решению.	6	ПЗ
3.	Определить потребителя. Найти аналоги элементов фирменного стиля.	6	ПЗ
4.	Определить основную образную идею проекта – дизайн-концепцию	6	ПЗ
5.	Подготовить эскизы логотипа, образ, шрифтовое решение. Композиционные схемы.	6	ПЗ
6.	Выполнить графическое решение проекта с помощью графического редактора CorelDraw.	6	ПЗ
7.	Изложить в письменном виде обоснование идеи и средств проектного решения, выводы по проделанной работе.	6	ПЗ

8.	Подготовить презентацию проекта.	6	ПЗ
9.	Оформить пояснительную записку к проекту. Вложить макеты фирменного стиля в портфолио.	6	ПЗ
10.	Разработка дизайн-проекта серии открыток и упаковки.	6	ПЗ
11.	Выполнить графическое решение серии открыток в едином стиле и упаковки при помощи программы CorelDraw.	6	ПЗ
12.	Подготовить планшет формата А1 с графическим материалом проекта.	6	ПЗ
13.	Подготовить презентацию проекта.	6	ПЗ
14.	Оформить пояснительную записку к проекту.	6	ПЗ
15.	Вложить макеты открыток и упаковки в портфолио.	6	ПЗ
16.	Подготовить защиту проекта: краткое изложение этапов проектирования	6	ПЗ
17.	Описание вариантов и обоснование выбора одного из них. Обоснование проекта.	6	ПЗ
18.	Дифференцированный зачёт.	6	ПЗ
<b>ИТОГО</b>		<b>108</b>	
<b>ПМ.02 «Производство рекламной продукции»</b>			
<b>6 семестр</b>			
1.	Прохождение инструктажа по ОТ и ТБ. Приготовить тематическое портфолио «Наружная реклама» выбранной организации.	6	ПЗ
2.	Изготовить печатную, рекламную продукцию	6	ПЗ
3.	Подготовить макет щитовой рекламы	6	ПЗ
4.	Подготовить макет рекламы, с использованием объемных букв.	6	ПЗ
5.	Нарисовать по своему созданному эскизу мультипликационный образ в графическом редакторе Corel Draw.	6	ПЗ
6.	Создать рекламный анимационный ролик в графическом редакторе Adobe Flash.	6	ПЗ
7.	Создать анимированные открытки на фоне авторских фотографий в графическом редакторе Adobe Photoshop.	6	ПЗ
8.	Создать рекламную Web-страницу в редакторе Adobe Dreamweaver.	6	ПЗ
9.	Провести фотосъемку натюрморта, архитектуры, интерьера, пейзажа, рекламного продукта.	6	ПЗ
10.	Провести фотосъемку женщин, мужчин, детей	6	ПЗ
11.	Провести фотосъемку животных, постановочную фотосъемку, репортажную фотосъемку.	6	ПЗ
12.	Провести фотосъемку концерта, спортивных мероприятий, ночную фотосъемку города.	6	ПЗ
13.	Обработать фотографии под рекламные плакаты, концертную афишу, обложку журнала.	6	ПЗ
14.	Обработать фотографии под рекламный баннер, обложку боксов диска, кассет.	6	ПЗ
15.	Написать сценарий рекламного ролика. Написать сценарий видеосъемки рекламного ролика	6	ПЗ
16.	Провести видеосъемку рекламного ролика. Написать монтажный план видеоролика.	6	ПЗ
17.	Монтирование рекламного ролика в видео - редакторе. Создать видеоэффекты. Озвучить.	6	ПЗ
18.	Защита рекламного видеоролика.	6	ПЗ

	Дифференцированный зачёт.		
	<b>ИТОГО</b>	<b>108</b>	
<b>ПМ.03 «Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта»</b>			
<b>4 семестр</b>			
1.	Прохождение инструктажа по ОТ и ТБ. Изучить и провести анализ целевой аудитории для вывода на рынок нового товара.	6	ПЗ
2.	Разработать оригинальное креативное рекламное решение, соответствующего указанному портрету потребителя.	6	ПЗ
3.	Разработать сценарий работы с фокус-группой	6	ПЗ
4.	Создать рекламный продукт. Выбрать и предложить средства его распространения	6	ПЗ
5.	Рассчитать рекламный бюджет данного проекта. Сформировать маркетинговый раздел бизнес-плана.	6	ПЗ
6.	Дифференцированный зачёт.	6	ПЗ
	<b>ИТОГО</b>	<b>36</b>	
<b>8 семестр</b>			
7.	Прохождение инструктажа по ОТ и ТБ. Подготовить текст рекламного объявления по рекламному продукту	6	ПЗ
8.	Подготовить правовые заключения по практическим ситуациям, взятым при изучении рекламного рынка города Анапа.	6	ПЗ
9.	Разработать договор на установку, эксплуатацию рекламной конструкции	6	ПЗ
10.	Разработать документы, необходимые для получения охранного документа (патента) на товарный знак рекламного продукта.	6	ПЗ
11.	Описать рекламные функции товарных знаков. Оформить лицензионный договор на товарный знак.	6	ПЗ
12.	Дифференцированный зачёт.	6	ПЗ
	<b>ИТОГО</b>	<b>36</b>	
	<b>ВСЕГО</b>	<b>72</b>	
<b>ПМ.04 «Организация и управление процессом изготовления рекламного проекта (продукта)»</b>			
<b>8 семестр</b>			
1.	Прохождение инструктажа по ОТ и ТБ. Анализ потребительских свойств рекламируемого товара.	6	ПЗ
2.	Анализ состояния рынка. Изучить и провести анализ целевой аудитории для вывода на рынок нового товара	6	ПЗ
3.	Разработка стратегии и тактики проведения рекламной компании.	6	ПЗ
4.	Определить цели и концепцию рекламной компании, виды рекламы.	6	ПЗ
5.	Выбор средств рекламы в соответствии с рекламной идеей. Составить план творческих работ.	6	ПЗ
6.	Составить план использования видов, средств, методов, носителей рекламы.	6	ПЗ
7.	Сформировать предварительную смету затрат на изготовление рекламного продукта.	6	ПЗ
8.	Составить план-график проведения рекламной компании. Разработка и изготовление рекламного продукта.	6	ПЗ
9.	Определить эффективность рекламной компании. Рассчитать рекламный бюджет проекта.	6	ПЗ
10.	Подготовить документацию для регистрации авторских прав.	6	ПЗ

11.	Сформировать маркетинговый раздел бизнес-плана. Подготовить презентацию проекта.	6	ПЗ
12.	Дифференцированный зачёт.	6	ПЗ
	<b>ИТОГО</b>	<b>72</b>	
<b>ПМ.05 «Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих»</b>			
<b>8 семестр</b>			
1.	Прохождение инструктажа по ОТ и ТБ. Осуществление сегментирования и поиск заказчиков.	6	ПЗ
2.	Организация работы по получению и оформлению заказа.	6	ПЗ
3.	Презентация готового рекламного продукта заказчику.	6	ПЗ
4.	Создание творческого брифа.	6	ПЗ
5.	Формирование заказа на проведение фотосъемки и её проведение.	6	ПЗ
6.	Обработка и сохранение полученных фотоизображений в компьютере.	6	ПЗ
7.	Печать цифровых фотографий и их запись на цифровой носитель.	6	ПЗ
8.	Проведение презентации фотографий заказчику.	6	ПЗ
9.	Компоновка текстовой рекламы.	6	ПЗ
10.	Создание анимированных рисованных объектов	6	ПЗ
11.	Создание видеовставки.	6	ПЗ
12.	Создание рекламного баннера.	6	ПЗ
13.	Создание и сохранение презентации в Интернете.	6	ПЗ
14.	Размещение презентации в Интернете.	6	ПЗ
15.	Создание и оформление документов в текстовых редакторах.	6	ПЗ
16.	Использование ресурсов Интернет при работе с заказчиком.	6	ПЗ
17.	Все работы представить в презентации.	6	ПЗ
18.	Дифференцированный зачёт.	6	ПЗ
	<b>ИТОГО</b>	<b>108</b>	
	<b>ВСЕГО ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ</b>	<b>468</b>	
<b>Преддипломная практика</b>			
1.	Прохождение инструктажа по ОТ и ТБ. Ознакомление с целями и задачами практики. Участие в решении организационных вопросов	6	ПЗ
2.	Сбор информации об организации – базе практики. Стратегия и тактика управления предприятием.	6	ПЗ
3.	Изучение видов деятельности и структуры управления организации.	6	ПЗ
4.	Изучение и анализ основных финансовых показателей.	6	ПЗ
5.	Изучение функций и содержания деятельности подразделения, в котором непосредственно проходит практика.	6	ПЗ
6.	Выполнение порученных заданий в соответствии с целями и задачами практики	6	ПЗ
7.	Сбор необходимой информации из различных источников.	6	ПЗ
8.	Работа в библиотеке по поставленным вопросам.	6	ПЗ
9.	Применение полученных знаний на практике путём решения соответствующих аналитических задач.	6	ПЗ
10.	Анализ полученных знаний и данных.	6	ПЗ
11.	Составление предварительного отчёта руководителю практики.	6	ПЗ
12.	Анализ работы рекламного отдела	6	ПЗ
13.	Основные информационные и рекламные каналы	6	ПЗ

14.	Изучение партнерских предприятий. Развитие сети партнерских отношений.	6	ПЗ
15.	Изучение печатной продукции	6	ПЗ
16.	Оценка интернет-сайта	6	ПЗ
17.	Продвижение в социальных сетях	6	ПЗ
18.	Рекламные тексты	6	ПЗ
19.	Видеореклама фирмы	6	ПЗ
20.	Рекламный фотоконтент	6	ПЗ
21.	Оценка конкурентоспособности	6	ПЗ
22.	Составить медиа-план на будущий год с максимальной эффективностью.	6	ПЗ
23.	Составление отчёта по практике	6	ПЗ
24.	Дифференцированный зачёт.	6	ПЗ
	<b>ИТОГО</b>	<b>144</b>	

## **4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПО ПРОФИЛЮ СПЕЦИАЛЬНОСТИ) И ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИК**

### **4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению**

Производственная и преддипломная практики должны проходить в одном из подразделений предприятия (фирмы), выполняющего рекламные функции или их комплекс. Студенты знакомятся с деятельностью других подразделений по мере выполнения программы практики.

Итогом производственной и преддипломной практик является защита отчетов по практике на основании результатов, подтверждаемых отчётами и дневниками практики студентов, а также отзывами руководителей практики на студентов.

Результаты прохождения практик учитываются при проведении государственной (итоговой) аттестации.

### **4.2 Требования к учебно-методическому обеспечению:**

- комплект отчетной документации студента;
- рекомендации по ведению дневников практик;
- методические разработки для студентов по самоподготовке, самоанализу и самоконтролю.

### **4.3. Информационное обеспечение обучения. Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы**

#### **Нормативно-правовые акты:**

1. Гражданский кодекс Российской Федерации часть 2 (ГК РФ) [электронный ресурс]: федеральный закон от 26.01.1996 г (с изменениями и дополнениями)
2. О рекламе [электронный ресурс]: федеральный закон от 13 марта 2006 г N 38-ФЗ (с изменениями и дополнениями) // режим доступа: справочно-правовая система КонсультантПлюс

#### **Основные источники:**

1. Курушин В.Д. Дизайн и реклама. От теории к практике: уч. пособие \ В.Д. Курушин.- М.: Издательство Лань, 2017
2. Поляков В.А. Реклама : разработка и технологии производства. Учебник и практикум для СПО / В.А. Поляков, А.А. Романов.-М.: Издательство Лань, 2019
3. Елочкин М.Е. Основы проектной и компьютерной графики: учебник для СПО/ М.Е. Елочкин, О.М. Скиба, Л.Е. Малышев. - ИЦ Академия, 2017
4. Левкина А.В. Техника и искусство фотографии: уч. пособие - 2-е изд., 2019
5. Сафонов А.Г. Проектирование полиграфического производства: учебник/ А.В. Сафонов М.: Издательско-торговая корпорация Дашков, 2018
6. Трищенко Д.А. Техника и технология рекламного видео: учебник и практикум для СПО/ Д.А. Трищенко - М.: Издательство Лань, 2019
7. Барышев А.Ф. Маркетинг: уч. пособие для СПО/ А.Ф.Барышев - 13-е изд., стер. \_М.: ИЦ Академия, 2017
8. Матвеев Р.Ф. Правовое обеспечение профессиональной деятельности. (СПО). Уч. пособие. Матвеев Р.Ф. ТОП-50, Кнорус, 2020 г.
9. Семенова Л.М. Маркетинг в рекламе. Имиджбилдинг: учебник и практикум для СПО/ Л.М.Семенова.-М: Издательство Лань, 2019
10. Бацюн Н.В. Менеджмент в рекламе: уч. пособие для СПО / Н.В. Бацюн - М.: Издательство Лань, 2018
11. Драчева Е.Л. Менеджмент: учебник для СПО/ Е.Л. Драчева, Л.И. Юликов - 3-е изд., стер. - М.: ИЦ Академия, 2019
12. Зубкова С.А. Государственное и общественное регулирование в сфере рекламы и связей с общественностью: уч. пособие для СПО/ С.А. Зубкова.- М.: Издательство Лань, 2019

13. Панкратов Ф.Г. Основы рекламы : учебник / Ф.Г. Панкратов, В.Г. Шахурин, Ю.Г. Баженов.- 16-е изд. стер.-М.: ИТК Дашков и К, 2020.

**Дополнительные источники:**

1. Капран В.И., Капран О.В. Психология и разработка рекламной продукции: учебное пособие для высш.проф.образования. – М.: Издательский центр «Академия», 2008.

2. Логвиненко Г.М. Декоративная композиция: учебное пособие для вузов. – М.: Издательство Владос, 2008.

3. Морозова Н.С., Морозова М.А. Реклама в социокультурном сервисе и туризме: учебник для высш.проф.образования. – М.: Издательский центр «Академия», 2005.

4. Назаров М.М., Папантиму М.А. Визуальные образы в социальной и маркетинговой коммуникации: Опыт междисциплинарного исследования, 2009.

5. Смирнов С.И. Шрифт и шрифтовой плакат Москва издательство «Плакат», 1977.

6. Хапенков В.Н., Сагинова О.В. Организация рекламной деятельности: учеб.пособие для нач.проф.образования. – 5-е изд., стер. – М.: Издательский центр «Академия», 2010.

7. Шарков Ф.И. Разработка и технологии производства рекламного продукта: учебник / Ф.И.Шарков, В.И. Гостенина.-2-е изд., перер. и доп.- М.: Издательско-торговая корпорация Дашков и К, 2009

8. Заика А. Цифровая видеосъемка и видеомонтаж (+ CD-ROM), Издательство: Олма-Пресс, 2006 г. - 320 с.

9. Кнабе Г. А. Оперативная полиграфия. Организация бизнеса и эффективное управление цифровой мини-типографией. Издательства: Диалектика, Вильямс, 2006 г. - 240 с.

10. Майкл Лэнгфорд, Bible. Искусство фотографии для профессионалов. Издательство: Эксмо, 2008 г. - 368 с.

11. Стефанов Стефан Полиграфия и технологии печати, Издательство: Либроком, 2009 г. - 144 с.

12. Гавриленко Н.И. Маркетинг: учебник для высш. проф. образования (бакалавриат). – 2-е изд., перераб. – М: Издательский центр «Академия», 2011.

13. Малышева Р.Ф. Правовое регулирование рекламной деятельности: Учебно-практическое пособие. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2009.

14. Мамонова Е.А. Правовое регулирование рекламы. – М.: ИТК «Дашков и К», 2008.

15. Морозова Н.С., Морозова М.А. Реклама в социокультурном сервисе и туризме: учебник для высш. проф.образования. – М.: Издательский центр «Академия», 2007.

16. Мурахтанова Н.М., Еремина Е.И. Маркетинг: учебное пособие для сред. проф. образования. – 6-е изд., стер. – М: Издательский центр «Академия», 2009.

17. Мурахтанова Н.М., Еремина Е.И. Маркетинг: сборник практических задач и ситуаций: учебное пособие для сред. проф. образования. – 7-е изд., стер. – М: Издательский центр «Академия», 2010.

18. Назаров М.М., Папантиму М.А. Визуальные образы в социальной и маркетинговой коммуникации: Опыт междисциплинарного исследования, 2009.

19. Румынина В.В. Правовое обеспечение профессиональной деятельности-7-е изд., стер.- М.: Издательский центр «Академия», 2010.

20. Менеджмент: учебник для учреждений сред.проф.образования / Драчева Е.Л., Юликов Л.И. – 11-е изд., стер. – М.: Издательский центр «Академия», 2010.

21. Основы экономики: учеб. пособие для студ. сред. проф. учеб. заведений / под ред. Кожевникова Н.Н. – 5-е изд., стер. – М.: Издательский центр «Академия», 2010.

22. Основы экономики и управления: учеб. пособие для студ. сред. проф. учеб. заведений / под ред. Кожевникова Н.Н. – 4-е изд., стер. – М.: Издательский центр «Академия», 2007.

23. Киселев С.В., Нелипович О.Н. Офисное оборудование: учебник для нач. проф. образования. – М.: Издательский центр «Академия», 2008.

24. Хапенков В.Н. Организация рекламной деятельности: учеб. пособие для нач. проф. образования. – 4-е изд., стер. – М.: Издательский центр «Академия», 2008.

25. Шеламова Г.М. Деловая культура и психология общения: Учебник для нач. проф. образования; Учеб. пособие для сред. проф. образования. – 9-е изд., перераб. – М.: Издательский центр «Академия», 2009

#### **Интернет-ресурсы:**

1. Интернет-сайт on-line библиотеки: дизайн, PR, реклама, полиграфия, web «Книги по дизайну и о дизайне для дизайнера». Форма доступа: <http://de-lib.narod.ru>
2. Интернет-сайт «Школа рекламиста [Adv]schoolRu»: новости, статьи, книги о рекламе, маркетинге, PR и дизайне. Форма доступа: <http://www.advschool.ru/>
3. Сайт группы компаний «F-FOTO». Оборудование для фотосъёмки. Обзоры и статьи. Форма доступа: <http://www.f-foto.ru/>
4. Сайт "MADEART - все для дизайнера". Проект команды «Media-kit». Проект посвящен дизайну и всему, что с ним связано. Все новости в мире дизайна, уроки, конкурсы, выставки, а так же работа для дизайнеров и многое другое. Форма доступа: <http://made-art.ru/>
5. Интернет сайт "PROGIMP". Уроки, статьи и файлы по графическому редактору GIMP. Форма доступа: <http://www.progimp.ru/>
6. Информационно-правовой портал «Гарант». Форма доступа: <http://www.garant.ru/>
7. Официальный сайт компании «Консультант плюс». Форма доступа: <http://www.consultant.ru/>
8. Официальный сайт Федеральной антимонопольной службы. Раздел «Контроль рекламы и недобросовестной конкуренции». Форма доступа: <http://fas.gov.ru/spheres/advertising.html>
9. Интернет-сайт «Школа рекламиста [Adv]schoolRu»: новости, статьи, книги о рекламе, маркетинге, PR и дизайне. Форма доступа: <http://www.advschool.ru/>
10. Интернет-сайт консалтинговой группы «MD». Маркетинговый план, маркетинговое планирование. Статья. Форма доступа: <http://md-hr.ru/articles/html/article10147.html>
11. Интернет-сайт маркетинговой компании «My market». Маркетинговые исследования и консультации. Раздел «Маркетологам»: маркетинговое обоснование бизнес-плана. Форма доступа: [http://www.my-market.ru/market\\_186.html](http://www.my-market.ru/market_186.html)
12. Электронный ресурс «Законодательство. Экономика». Форма доступа: <http://lawecon.ru/>
13. Электронный ресурс «Экономика и управление на предприятии» (учебные материалы для студентов). Форма доступа: <http://eumtp.ru/>
14. Электронная библиотека учебных материалов «Экономика.Info» (лекции, учебники, рефераты, статьи по экономике). Форма доступа: <http://www.economika.info/>
15. Вспомогательный учебный сайт «ZAV». Раздел «Лекции» (теория и практика рекламы, менеджмент в рекламе, организация отдела рекламы, организация деятельности рекламной службы фирмы). Форма доступа: <http://www.zav.su/lectures/>
16. Интернет-сайт «Библиотека менеджмента». Статья «Рекламный менеджмент». Форма доступа: <http://www.managment.aanet.ru/management/reklmnedjment.php>
17. Интернет-сайт «Школа рекламиста [Adv]schoolRu»: новости, статьи, книги о рекламе, маркетинге, PR и дизайне. Форма доступа: <http://www.advschool.ru/>
18. Специализированный Интернет - портал Рекламного центра БРЭНД-медиа. Основы рекламного агентства, структура рекламного агентства и т.д. Форма доступа: <http://www.brandmedia.ru/>
19. Интернет-сайт «Фес Хауз» Образовательные статьи в разделе «Рекламное дело». Форма доступа: [http://fes-house.com/catalog/section/reklamnoe\\_delo/](http://fes-house.com/catalog/section/reklamnoe_delo/)
20. Интернет-портал «Справочник рекламодателя» (каталог рекламной индустрии Иркутска). Форма доступа: <http://www.reklamno.ru/>
21. Сайт Дальневосточного государственного университета. Курс лекций по «Современным средствам оргтехники». Форма доступа: <http://dvgu.ru/meteo/intra/Orgtech.htm>



## 5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРАКТИКИ

Контроль и оценка результатов освоения практики осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий и приёма отчётов, а также сдачи обучающимися зачёта.

Компетенции	Результаты обучения (приобретение практического опыта, освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
<b>ПМ.01 «Разработка и создание дизайна рекламной продукции»</b>		
ОК 1-11 ПК 1.1.- 1.5	<p>В результате прохождения учебной практики обучающийся должен:</p> <p><b>иметь практический опыт:</b> выбора художественной формы реализации рекламной идеи; создания визуального образа с рекламными функциями; художественного конструирования рекламных продуктов по заданию;</p> <p><b>уметь:</b> 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;</p> <p><b>знать:</b> выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы; приемы и принципы составления рекламного текста; композицию, шрифтовую и художественную графики в рекламе; методы проектирования рекламного продукта; методы психологического воздействия на потребителя.</p>	<p>- накопительная оценка результатов выполнения практических работ на практике; - оценка защиты отчёта по практике</p>
<b>ПМ.02 «Производство рекламной продукции»</b>		
ОК 1-11 ПК 2.1. - 2.3	<p>В результате прохождения учебной практики обучающийся должен:</p> <p><b>иметь практический опыт:</b> 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</p>	<p>- накопительная оценка результатов выполнения практических работ на практике; - оценка защиты отчёта по практике</p>

	<p>обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков;</p> <p><b>уметь:</b>  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;</p> <p><b>знать:</b>  технику, технологии и технические средства фотосъемки в рекламе;  технику, технологии и технические средства видеосъемки в рекламе;  технические и программные средства для создания печатного рекламного продукта;  технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации;  технологии создания Интернет-рекламы;  аппаратное и программное обеспечение.</p>	
	<b>ПМ.03 «Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта»</b>	
ОК 1-11 ПК 3.1. - 3.2	<p>В результате прохождения учебной практики обучающийся должен:</p> <p><b>иметь практический опыт:</b>  выявления требований целевых групп потребителей;  разработки средств продвижения рекламного продукта;  разработки маркетинговой части бизнес-плана;</p> <p><b>уметь:</b>  проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей;  анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп;  проводить сегментирование рынка;  принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта;</p> <p><b>знать:</b>  задачи, цели и общие требования к рекламе;  основные направления рекламной деятельности;  виды рекламной деятельности;  структуру рекламного рынка.</p>	<p>- накопительная оценка результатов выполнения практических работ на практике;  - оценка защиты отчёта по практике</p>
	<b>ПМ.04 «Организация и управление процессом изготовления рекламного проекта (продукта)»</b>	

<p>ОК 1-11 ПК 4.1. - 4.3</p>	<p>В результате прохождения учебной практики обучающийся должен:</p> <p><b>иметь практический опыт:</b> планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта; контролирования соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя; взаимодействия с субъектами рекламной деятельности; подготовки документации для регистрации авторских прав;</p> <p><b>уметь:</b> 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;</p> <p><b>знать:</b> 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.</p>	<p>- накопительная оценка результатов выполнения практических работ на практике; - оценка защиты отчёта по практике</p>
<p><b>ПМ.05 «Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих»</b></p>		
<p>ОК 1-11 ПК 5.1. - 5.8.</p>	<p>В результате прохождения учебной практики обучающийся должен:</p> <p><b>иметь практический опыт:</b> ведения переговоров с заказчиком и производителем рекламы; использования офисной оргтехники, информационных и коммуникационных технологий при получении и оформлении заказа; оформления договорной и финансовой документации при работе с заказчиком; организации связи со средствами массовой информации; работы в рекламных акциях в качестве исполнителя;</p> <p><b>уметь:</b></p>	<p>- накопительная оценка результатов выполнения практических работ на практике; - оценка защиты отчёта по практике</p>

	<p>контактировать с заказчиками рекламного продукта и вести переговоры с заказчиком;</p> <p>контактировать с производителями рекламы по вопросам производства и размещения;</p> <p>осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг;</p> <p>выбирать и использовать различные виды средств распространения рекламы;</p> <p>проводить основные мероприятия связей с общественностью;</p> <p>применять средства связи;</p> <p>использовать способы оперативной полиграфии;</p> <p>использовать вычислительные средства в рекламной деятельности;</p> <p><b>знать:</b></p> <p>виды рекламной деятельности;</p> <p>виды рекламных средств и средств распространения рекламы;</p> <p>направления рекламной работы;</p> <p>содержание рекламной информации;</p> <p>применяемые средства рекламы;</p> <p>рекламные мероприятия;</p> <p>требования к рекламированию товаров и услуг, установленные законом;</p> <p>субъекты рекламного процесса и их взаимодействие;</p> <p>правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию рекламных услуг;</p> <p>ответственность участников рекламного процесса за ненадлежащую рекламу;</p> <p>социально-психологические основы рекламы;</p> <p>факторы и методы воздействия рекламы на человека;</p> <p>факторы, влияющие на покупку товаров;</p> <p>информационные материалы связей с общественностью, их виды;</p> <p>организационную структуру организаций;</p> <p>средства информационно-коммуникационного обеспечения;</p> <p>средства оргтехники и требования безопасности труда;</p> <p>средства составления оригиналов текстовых документов;</p> <p>средства копирования и оперативного размножения документов;</p> <p>средства для обработки документов;</p> <p>средства связи;</p> <p>вычислительные средства.</p>	
<b>Преддипломная практика</b>		
<p>ОК 1-11 ПК 1.1.- 1.5; 2.1. - 2.3;.</p>	<p>Вышеперечисленные знания, умения и практический опыт</p>	<p>- накопительная оценка результатов выполнения практических</p>

3.1. - 3.2; 4.1. - 4.3; 5.1. - 5.8.		работ на практике; - оценка защиты отчёта по практике
---	--	---

**Критерии оценки практики:**

**«5» (отлично)** – соблюден график практики; выполнены все задания, отсутствие замечаний по оформлению дневника и изложению материала; дневник заверен в установленном порядке, имеется положительная рецензия.

**«4» (хорошо)** – соблюден график практики; выполнено 80% от общего числа заданий, несущественные замечания/отсутствие замечаний по оформлению дневника и изложению материала; дневник заверен в установленном порядке, имеется положительная рецензия.

**«3» (удовлетворительно)** – соблюден график практики; выполнено 70% от общего числа заданий, имеются замечания по оформлению дневника и изложению материала, помарки, исправления; дневник заверен в установленном порядке, имеется рецензия с замечаниями.

**«2» (неудовлетворительно)** – соблюден график практики; выполнено менее 70% от общего числа заданий, имеются грубые ошибки в изложении материала, замечания по оформлению дневника, помарки, исправления; отсутствует печать базы практики и отметка руководителя практики, рецензия негативная или отсутствует.