



Частное профессиональное образовательное учреждение

«АНАПСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ ТЕХНИКУМ»

(ЧПОУ «Анапский индустриальный техникум»)



УТВЕРЖДАЮ

Директор техникума

«31» августа

В.В. Пономарев

2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

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. N 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. N 291 г. Москва

Организация-разработчик ЧПОУ «Анапский индустриальный техникум»

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

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



СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ.....	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ.....	6
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ.....	9
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	22
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ.....	26

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

1.1 Область применения программы практики

Программа учебной практики 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.1

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.1

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.1

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.1

1.2 Цели практики

Цель учебной 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».

1.3 Формы контроля:

учебная практика – дифференцированный зачет.

1.4 Количество часов на освоение программы учебной практики

Учебная практика – 10 недель.

Всего часов, в том числе,

В рамках освоения	Учебная практика
ПМ.01 «Разработка и создание дизайна рекламной продукции».	72 ч. (2 нед.)
ПМ.02 «Производство рекламной продукции».	72 ч. (2 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».	72 ч. (2 нед.)
Всего:	360ч. (10нед.)

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

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.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

3.1. Объем учебной практики

Наименование профессионального модуля	Объем времени, отводимый на практику (час/нед.)
	Учебная практика
ПМ.01 «Разработка и создание дизайна рекламной продукции».	4 сем. - 72 ч. (2 нед.)
ПМ.02 «Производство рекламной продукции».	5 сем. - 36 ч. (1 нед.)
	6 сем. - 36 ч. (1 нед.)
ПМ.03 «Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта».	4 сем. - 36 ч. (1 нед.)
	7 сем. - 36 ч. (1 нед.)
ПМ.04 «Организация и управление процессом изготовления рекламного проекта (продукта)».	7 сем. - 72 ч. (2 нед.)
ПМ.05 «Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих».	7 сем. - 72 ч. (2 нед.)
Всего:	360 ч. (10 нед.)

3.2 Содержание учебной практики

Содержание учебной практики Наименование разделов и тем	Содержание видов работ	Объем часов
ПМ.01 «Разработка и создание дизайна рекламной продукции»		
4 семестр		
1. Подготовительный этап	Разработка дизайн-проекта фирменного стиля компании. Прохождение инструктажа по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, правилам внутреннего распорядка.	2
	Выполнить анализ ситуации	2
2. Исследовательский и аналитический этапы	Изложить свое понимание фирменного стиля и его составляющих: логотип (товарный знак).	2
	Основные требования к визуальному решению: визитка. Виды визиток.	2
	Основные требования к визуальному решению: бланки.	2
	Основные требования к визуальному решению: конверты, листовка	2
	Основные требования к визуальному решению: фирменная одежда	2
	Требования к визуальному решению фирменной одежды	2
	Основные требования к визуальному решению: аксессуары	2
	Определить потребителя. Найти аналоги элементов фирменного стиля. Выполнить их анализ по эстетическим и художественно-стилистическим признакам.	2

	Определить основную образную идею проекта – дизайн-концепцию, сформулировать ее смысловое содержание как идейно-тематическую основу проектного замысла (образ, текстовое содержание).	2
	Подготовить эскизы логотипа, образ, шрифтовое решение	2
	Композиционные схемы. Выбрать оптимальные выразительные и художественно-изобразительные средства для исполнения фирменного стиля.	2
	Выполнить графическое решение проекта с помощью графического редактора CorelDraw.	2
	Изложить в письменном виде обоснование идеи и средств проектного решения, выводы по проделанной работе.	2
	Подготовить презентацию проекта.	2
	Оформить пояснительную записку к проекту. Вложить макеты фирменного стиля в портфолио.	2
	Разработка дизайн-проекта серии открыток.	2
	Разработка дизайн-проекта серии упаковок.	2
	Выполнить графическое решение серии открыток в едином стиле (5 штук) при помощи программы CorelDraw.	2
	Выполнить графическое решение упаковки в едином стиле (5 штук) при помощи программы CorelDraw.	2
	Изложить в письменном виде обоснование идеи и средств проектного решения,	2
	Изложить выводы по проделанной работе.	2
	Подготовить планшет формата А1 с графическим материалом проекта.	2
	Подготовить презентацию проекта.	2
	Оформить пояснительную записку к проекту.	2
	Вложить макеты открыток и упаковок в портфолио.	2
	Подготовить защиту проекта	2
	Кратко изложить этапы проектирования	2
	Обоснование выбора художественного образа, визуальной концепции	2
	Описание вариантов и обоснование выбора одного из них	2
	Обоснование проекта.	2
3. Заключительный этап	Оформление договорной документации. Заполнение дневника практики.	2
	Оформление отчета по практике	2
	Дифференцированный зачет	2
	ИТОГО	72
ПМ.02 «Производство рекламной продукции»		
5 семестр		
1. Подготовительный этап	Прохождение инструктажа по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности	2
	Ознакомление с правилами внутреннего распорядка.	2
	Ознакомление с целями и задачами практики.	2

2. Исследовательский и аналитический этапы	Приготовить тематическое портфолио «Наружная реклама» выбранной организации	2	
	Изготовить печатную, рекламную продукцию: визитки, полноцветный плакат, концертную афишу, журнальную продукцию, упаковку.	2	
	Подготовить макет щитовой рекламы; рекламы, с использованием объемных букв; рекламного сувенира.	2	
	Провести фотосъемку натюрморта Провести фотосъемку архитектуры Провести фотосъемку интерьера	2	
	Провести фотосъемку пейзажа Провести фотосъемку рекламного продукта Провести фотосъемку женщин Провести фотосъемку мужчин	2	
	Провести фотосъемку детей (подростки, маленькие дети, младенцы) Провести фотосъемку животных	2	
	Написать сценарий рекламного ролика на 2-3 минуты	2	
	Написать сценарий видеосъемки рекламного ролика на 2-3 минуты	2	
	Провести видеосъемку рекламного ролика	2	
	Написать монтажный план видеоролика. Монтирование рекламного ролика в видео - редакторе	2	
	Создать видеоэффекты в рекламном ролике	2	
	Озвучить рекламный ролик Корректировать рекламный ролик.	2	
	3. Заключительный этап	Оформление договорной документации. Заполнение дневника практики	2
		Оформление отчета по практике	2
		Дифференцированный зачет	2
Итого за 5 семестр		36	
6 семестр			
1. Подготовительный этап	Прохождение инструктажа по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, правилам внутреннего распорядка.	2	
	Ознакомление с целями и задачами практики.	2	
2. Исследовательский и аналитический этапы	Провести постановочную фотосъемку Провести репортажную фотосъемку	2	
	Провести фотосъемку концерта Провести фотосъемку спортивных мероприятий	2	
	Провести ночную фотосъемку города Обработать фотографии под рекламные плакаты	2	
	Обработать фотографии под концертную афишу Обработать фотографии под обложку журнала	2	
	Обработать фотографии под рекламный баннер Обработать фотографии под обложку боксов диска, кассет.	2	
	Нарисовать по своему созданному эскизу мультипликационный образ в графическом редакторе CorelDraw.	2	
	Создать рекламный анимационный ролик в графическом	2	

	редакторе AdobeFlash.	
	Создать интернет – заставку в редакторе AdobeFlash.	2
	Создать 2 анимированные открытки на фоне авторских фотографий в графическом редакторе AdobePhotoshop.	2
	Создать рекламный ролик в 3D-редакторе на 2 минуты.	2
	Создать рекламную Web-страницу в редакторе AdobeDreamweaver.	2
3. Заключительный этап	Заполнение дневника практики	2
	Оформление отчета по практике	2
	Дифференцированный зачет	2
	Итого за 6 семестр	36
	ВСЕГО	72
ПМ.03 «Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта»		
4 семестр		
1. Подготовительный этап	Прохождение инструктажа по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, правилам внутреннего распорядка. Изучить целевую аудиторию	2
	Провести анализ целевой аудитории для вывода на рынок нового товара (по заказу рекламодателя)	2
2. Исследовательский и аналитический этапы	Составить портрет потребителя с основными социальными, психологическими и потребительскими характеристиками	2
	Разработать оригинальное креативное рекламное решение, соответствующего указанному портрету потребителя	2
	Разработать сценарий работы с фокус-группой, подтверждающий соответствие креативного решения характеристикам потребителя	2
	Проверить сценарий работы с фокус-группой, подтверждающий соответствие креативного решения характеристикам потребителя	2
	Создать рекламный продукт (макет)	2
	Изучить средства распространения рекламного продукта	2
	Выбрать средства распространения рекламного продукта	2
	Предложить средства распространения рекламного продукта	2
	Рассчитать время и способы размещения в СМИ	2
	Рассчитать рекламный бюджет данного проекта	2
	Сформировать маркетинговый раздел бизнес-плана	2
	Подготовить презентацию проекта и защитить его	2
	Принятие и рассмотрение претензий. Оформление договорной документации	2
	Оформление документации, предусматривающей ответственность за нарушение законодательства о рекламе	2
3. Заключительный этап	Оформление договорной документации. Заполнение дневника практики	2
	Оформление отчета по практике	2
	Дифференцированный зачет	2
	Итого за 4 семестр	36
7 семестр		
1. Подготовительный этап	Прохождение инструктажа по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности,	2

	Ознакомление с правилами внутреннего распорядка.	2
	Ознакомление с целями и задачами практики	2
2. Исследовательский и аналитический этапы	Анализ потребительских свойств рекламируемого товара. Анализ состояния рынка.	2
	Изучить и провести анализ целевой аудитории для вывода на рынок нового товара (по заказу рекламодателя).	2
	Разработка стратегии и тактики проведения рекламной компании.	2
	Определить цели и концепцию рекламной компании, виды рекламы.	2
	Выбор средств рекламы в соответствии с рекламной идеей.	2
	Составить план творческих работ. Составить план использования видов, средств, методов, носителей рекламы.	2
	Сформировать предварительную смету затрат на изготовление рекламного продукта.	2
	Составить план-график проведения рекламной компании.	2
	Разработка и изготовление рекламного продукта (макет).	2
	Определить эффективность рекламной компании. Рассчитать рекламный бюджет данного проекта.	2
	Подготовить документацию для регистрации авторских прав.	2
	Сформировать маркетинговый раздел бизнес-плана. Подготовить презентацию проекта.	2
3. Заключительный этап	Оформление договорной документации. Заполнение дневника практики	2
	Оформление отчета по практике	2
	Дифференцированный зачет	2
	Итого за 7 семестр	36
	ВСЕГО	72
ПМ.04 «Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта (продукта)»		
7 семестр		
1. Подготовительный этап	Прохождение инструктажа по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности,	2
	Ознакомление с правилами внутреннего распорядка.	2
	Ознакомление с целями и задачами практики.	2
2. Исследовательский и аналитический этапы	Провести анализ ценовой политики производителей рекламного продукта.	2
	Провести исследование средств массовой информации с которыми работает рекламное агентство.	2
	Определить численность персонала рекламного агентства.	2
	Сравнить показатели динамики кадров за 2019-2022гг	2
	Изучить финансовую и договорную документацию по разработке, изготовлению и размещению рекламного продукта.	2

Составить план работы специалиста по рекламе на основе тайм-менеджмента на месяц.	2
Подготовить необходимую информацию для презентации коммерческого предложения рекламного агентства.	2
Составить схему процедуры согласования макета рекламного продукта с заказчиком, для своевременной корректировки и устранения недостатков.	2
Разработать сценарий и провести презентацию коммерческого предложения с использованием основных элементов успешной презентации.	2
Составить договор авторского права.	2
Составить список необходимых документов для регистрации авторского права.	2
Составить график по техническому исполнению рекламного продукта.	2
Составить договор подряда и сметы на изготовление рекламного продукта или услуги.	2
Провести презентацию рекламного продукта или услуги, наиболее эффективным способом.	2
Составить план и график деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта.	2
Провести процедуру согласования макетов рекламного продукта с заказчиком.	2
Составить план деятельности рекламной организации на 2023 год.	2
Составить перечень факторов, определяющих наиболее эффективное средство рекламирования по продвижению образовательных услуг для детей дошкольного возраста в г. Анапе.	2
Определить миссию, цели и задачи рекламного агентства.	2
Провести анализ факторов внешней среды, влияющих на деятельность рекламного агентства.	2
Провести анализ сильных и слабых сторон рекламного агентства.	2
Определить конкурентоспособность рекламной организации.	2
Составить SWOT-анализ (сильные, слабые стороны, возможности и угрозы).	2
Определить организационную структуру рекламного агентства. Делегирование служебных полномочий.	2
Составить план хозяйственной стратегии рекламного агентства.	2
Определить основные методы планирования прибыли рекламной организации.	2
Рассчитать плановую прибыль.	2
Определить миссию, цели и задачи рекламного агентства.	2
Провести анализ факторов внешней среды, влияющих на деятельность рекламного агентства.	2
Провести анализ факторов, влияющих на деятельность рекламного агентства.	2
Разработать план-график технического исполнения рекламного продукта	2
Составить предложения по совершенствованию конкурентоспособности рекламного продукта	2

3. Заключительный этап	Оформление договорной документации. Заполнение дневника практики. Оформление отчета по практике. Дифференцированный зачет	2
	ИТОГО	72
ПМ.05 «Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих»		
7 семестр		
1. Подготовительный этап	Прохождение инструктажа по ОТ и ТБ.	2
	Установление контакта с заказчиком.	2
	Поиск и привлечение клиентов, используя СМИ.	2
2. Исследовательский и аналитический этапы	Осуществление в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг.	2
	Оформление договорной и финансовой документации при работе с заказчиком.	2
	Ведение переговоров с заказчиком.	2
	Использование офисной оргтехники (телефон, факс).	2
	Основные направления взаимодействия рекламодателя и рекламного агентства.	2
	Выполнение работ с использованием офисной оргтехники, информационных и коммуникационных технологий при получении и оформлении заказа.	2
	Выполнение работ с использованием оперативной полиграфии и вычислительных средств в рекламной деятельности.	2
	Выполнение работы в рекламных акциях в качестве исполнителя: осуществление личных продаж, паблик рилейшнз.	2
	Организация связи со средствами массовой информации	2
	Исследование организационной структуры рекламного агентства.	2
	Разработка и изготовление рекламной продукции.	2
	Поиск потенциальных клиентов.	2
	Изучение потребностей и возможностей клиента. Оработка техники опроса клиента.	2
	Отработка приемов активного слушания.	2
	Презентация коммерческого предложения клиенту.	2
	Работа с возражениями заказчика.	2
	Заключение договора с заказчиком.	2
	Исследование нормативной документацию рекламного агентства.	2
	Выявление наиболее продаваемых позиций (виды товаров, опрос заказчиков и анализ результатов опроса).	2
	Изучение потребностей и возможностей клиента.	2
	Отработка техники формирования первого впечатления.	2
	Рекламные агентства. Их функции и организационная структура.	2
	Договор. Содержание договора, договорные условия, правила их соблюдения, порядок заключения договора.	2
	Анализ работы рекламного агентства.	2
	Заполнение финансовых документов.	2
	Тональность и темп речи заказчика.	2

	Способы проведения презентации.	2
	Телефонные переговоры. Возможности и опасности при телефонных переговорах.	2
	Составление плана - схемы телефонного контакта с клиентом.	2
	Характер движений заказчика.	2
3. Заключительный этап	Оформление договорной документации. Заполнение дневника практики	2
	Оформление отчета по практике	2
	Дифференцированный зачет	2
	ИТОГО	72
ВСЕГО		360

3.3 Календарно-тематический план

№ п/п	Наименование разделов и тем	Кол-во часов на тему	Вид занятий
ПМ.01 «Разработка и создание дизайна рекламной продукции».			
4 семестр			
1.	Прохождение инструктажа по ОТ и ТБ	2	ПЗ
2.	Выполнить анализ ситуации	2	ПЗ
3.	Изложить свое понимание фирменного стиля и его составляющих	2	ПЗ
4.	Основные требования к визуальному решению: визитка. Виды визиток.	2	ПЗ
5.	Основные требования к визуальному решению: бланки.	2	ПЗ
6.	Основные требования к визуальному решению: конверты, листовка	2	ПЗ
7.	Основные требования к визуальному решению: фирменная одежда	2	ПЗ
8.	Требования к визуальному решению фирменной одежды	2	ПЗ
9.	Основные требования к визуальному решению: аксессуары	2	ПЗ
10.	Определить потребителя.	2	ПЗ
11.	Выполнить их анализ по эстетическим и художественно-стилистическим признакам.	2	ПЗ
12.	Определить основную образную идею проекта – дизайн-концепцию	2	ПЗ
13.	Подготовить эскизы логотипа, образ, шрифтовое решение	2	ПЗ
14.	Композиционные схемы.	2	ПЗ
15.	Выполнить графическое решение проекта с помощью графического редактора CorelDraw.	2	ПЗ
16.	Изложить в письменном виде обоснование идеи и средств проектного решения, выводы по проделанной работе.	2	ПЗ
17.	Подготовить презентацию проекта.	2	ПЗ
18.	Оформить пояснительную записку к проекту.	2	ПЗ
19.	Разработка дизайн-проекта серии открыток.	2	ПЗ
20.	Разработка дизайн-проекта серии упаковки.	2	ПЗ
21.	Выполнить графическое решение серии открыток в едином стиле при помощи программы CorelDraw.	2	ПЗ
22.	Выполнить графическое решение упаковки в едином при	2	ПЗ

	помощи программы CorelDraw.		
23.	Изложить в письменном виде обоснование идеи и средств проектного решения,	2	ПЗ
24.	Изложить выводы по проделанной работе.	2	ПЗ
25.	Подготовить планшет формата А1 с графическим материалом проекта.	2	ПЗ
26.	Подготовить презентацию проекта.	2	ПЗ
27.	Оформить пояснительную записку к проекту.	2	ПЗ
28.	Вложить макеты открыток и упаковки в портфолио.	2	ПЗ
29.	Подготовить защиту проекта	2	ПЗ
30.	Кратко изложить этапы проектирования	2	ПЗ
31.	Обоснование выбора художественного образа, визуальной концепции	2	ПЗ
32.	Описание вариантов и обоснование выбора одного из них	2	ПЗ
33.	Обоснование проекта.	2	ПЗ
34.	Оформление договорной документации. Заполнение дневника практики.	2	ПЗ
35.	Оформление отчета по практике	2	ПЗ
36.	Дифференцированный зачет	2	ПЗ
	ИТОГО	72	
ПМ.02 «Производство рекламной продукции»			
5 семестр			
1.	Прохождение инструктажа по ОТ и ТБ	2	ПЗ
2.	Ознакомление с правилами внутреннего распорядка.	2	ПЗ
3.	Ознакомление с целями и задачами практики.	2	ПЗ
4.	Приготовить тематическое портфолио «Наружная реклама» выбранной организации	2	ПЗ
5.	Изготовить печатную, рекламную продукцию: визитки, полноцветный плакат, концертную афишу, журнальную продукцию, упаковку.	2	ПЗ
6.	Подготовить макет щитовой рекламы; рекламы, с использованием объемных букв; рекламного сувенира.	2	ПЗ
7.	Провести фотосъемку натюрморта, архитектуры, интерьера	2	ПЗ
8.	Провести фотосъемку пейзажа, рекламного продукта, женщин, мужчин	2	ПЗ
9.	Провести фотосъемку детей, животных	2	ПЗ
10.	Написать сценарий рекламного ролика на 2-3 минуты	2	ПЗ
11.	Написать сценарий видеосъемки рекламного ролика на 2-3 минуты	2	ПЗ
12.	Провести видеосъемку рекламного ролика	2	ПЗ
13.	Написать монтажный план видеоролика	2	ПЗ
14.	Создать видеоэффекты в рекламном ролике	2	ПЗ
15.	Озвучить рекламный ролик	2	ПЗ
16.	Оформление договорной документации	2	ПЗ
17.	Оформление отчета по практике	2	ПЗ
18.	Дифференцированный зачет	2	ПЗ
	ИТОГО	36	
6 семестр			
19.	Прохождение инструктажа по ОТ и ТБ	2	ПЗ
20.	Ознакомление с целями и задачами практики	2	ПЗ
21.	Провести постановочную фотосъемку Провести репортажную фотосъемку	2	ПЗ

22.	Провести фотосъемку концерта	2	ПЗ
23.	Провести ночную фотосъемку города	2	ПЗ
24.	Обработать фотографии под концертную афишу	2	ПЗ
25.	Обработать фотографии под обложку журнала	2	ПЗ
26.	Обработать фотографии под рекламный баннер	2	ПЗ
27.	Обработать фотографии под обложку боксов диска, кассет.	2	ПЗ
28.	Нарисовать по своему созданному эскизу мультипликационный образ в графическом редакторе CorelDraw.	2	ПЗ
29.	Создать рекламный анимационный ролик в графическом редакторе AdobeFlash.	2	ПЗ
30.	Создать интернет – заставку в редакторе AdobeFlash.	2	ПЗ
31.	Создать 2 анимированные открытки на фоне авторских фотографий в графическом редакторе AdobePhotoshop.	2	ПЗ
32.	Создать рекламный ролик в 3D-редакторе на 2 минуты.	2	ПЗ
33.	Создать рекламную Web-страницу в редакторе AdobeDreamweaver.	2	ПЗ
34.	Заполнение дневника практики	2	ПЗ
35.	Оформление отчета по практике	2	ПЗ
36.	Дифференцированный зачет	2	ПЗ
	ИТОГО	36	
	ВСЕГО	72	
ПМ.03 «Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта»			
4 семестр			
1.	Прохождение инструктажа по ОТ и ТБ	2	ПЗ
2.	Провести анализ целевой аудитории для вывода на рынок нового товара (по заказу рекламодателя)	2	ПЗ
3.	Составить портрет потребителя с основными социальными, психологическими и потребительскими характеристиками	2	ПЗ
4.	Разработать оригинальное креативное рекламное решение, соответствующего указанному портрету потребителя	2	ПЗ
5.	Разработать сценарий работы с фокус-группой, подтверждающий соответствие креативного решения характеристикам потребителя	2	ПЗ
6.	Проверить сценарий работы с фокус-группой, подтверждающий соответствие креативного решения характеристикам потребителя	2	ПЗ
7.	Создать рекламный продукт (макет)	2	ПЗ
8.	Изучить средства распространения рекламного продукта	2	ПЗ
9.	Выбрать средства распространения рекламного продукта	2	ПЗ
10.	Предложить средства распространения рекламного продукта Рассчитать время и способы размещения в СМИ	2	ПЗ
11.	Рассчитать рекламный бюджет данного проекта	2	ПЗ
12.	Сформировать маркетинговый раздел бизнес-плана	2	ПЗ
13.	Подготовить презентацию проекта и защитить его	2	ПЗ
14.	Принятие и рассмотрение претензий. Оформление договорной документации	2	ПЗ
15.	Оформление документации, предусматривающей ответственность за нарушение законодательства о рекламе	2	ПЗ
16.	Оформление договорной документации	2	ПЗ
17.	Оформление отчета по практике	2	ПЗ
18.	Дифференцированный зачет	2	ПЗ
	ИТОГО	36	
7 семестр			
19.	Прохождение инструктажа по ОТ и ТБ	2	ПЗ

20.	Ознакомление с правилами внутреннего распорядка.	2	ПЗ
21.	Ознакомление с целями и задачами практики	2	ПЗ
22.	Анализ потребительских свойств рекламируемого товара. Анализ состояния рынка.	2	ПЗ
23.	Изучить и провести анализ целевой аудитории для вывода на рынок нового товара (по заказу рекламодателя).	2	ПЗ
24.	Разработка стратегии и тактики проведения рекламной компании.	2	ПЗ
25.	Определить цели и концепцию рекламной компании, виды рекламы.	2	ПЗ
26.	Выбор средств рекламы в соответствии с рекламной идеей.	2	ПЗ
27.	Составить план творческих работ.	2	ПЗ
28.	Сформировать предварительную смету затрат на изготовление рекламного продукта.	2	ПЗ
29.	Составить план-график проведения рекламной компании.	2	ПЗ
30.	Разработка и изготовление рекламного продукта	2	ПЗ
31.	Определить эффективность рекламной компании. Рассчитать рекламный бюджет данного проекта.	2	ПЗ
32.	Подготовить документацию для регистрации авторских прав.	2	ПЗ
33.	Сформировать маркетинговый раздел бизнес-плана.	2	ПЗ
34.	Оформление договорной документации.	2	ПЗ
35.	Оформление отчета по практике	2	ПЗ
36.	Дифференцированный зачет	2	ПЗ
	Итого за 6 семестр	36	
	ВСЕГО	72	
ПМ.04 «Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта (продукта)»			
7 семестр			
1.	Прохождение инструктажа по ОТ и ТБ	2	ПЗ
2.	Ознакомление с правилами внутреннего распорядка.	2	ПЗ
3.	Ознакомление с целями и задачами практики.	2	ПЗ
4.	Провести анализ ценовой политики производителей рекламного продукта.	2	ПЗ
5.	Провести исследование средств массовой информации с которыми работает рекламное агентство.	2	ПЗ
6.	Определить численность персонала рекламного агентства.	2	ПЗ
7.	Сравнить показатели динамики кадров за 2019-2022 гг.	2	ПЗ
8.	Изучить финансовую и договорную документацию по разработке, изготовлению и размещению рекламного продукта.	2	ПЗ
9.	Составить план работы специалиста по рекламе на основе тайм-менеджмента на месяц.	2	ПЗ
10.	Подготовить необходимую информацию для презентации коммерческого предложения рекламного агентства.	2	ПЗ
11.	Составить схему процедуры согласования макета рекламного продукта с заказчиком, для своевременной корректировки и устранения недостатков.	2	ПЗ
12.	Разработать сценарий и провести презентацию коммерческого предложения с использованием основных элементов успешной презентации.	2	ПЗ
13.	Составить договор авторского права.	2	ПЗ
14.	Составить список необходимых документов для регистрации	2	ПЗ

	авторского права.		
15.	Составить график по техническому исполнению рекламного продукта.	2	ПЗ
16.	Составить договор подряда и сметы на изготовление рекламного продукта или услуги.	2	ПЗ
17.	Провести презентацию рекламного продукта или услуги, наиболее эффективным способом.	2	ПЗ
18.	Составить план и график деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта.	2	ПЗ
19.	Провести процедуру согласования макетов рекламного продукта с заказчиком.	2	ПЗ
20.	Составить план деятельности рекламной организации на 2023 год.	2	ПЗ
21.	Составить перечень факторов, определяющих наиболее эффективное средство рекламирования	2	ПЗ
22.	Определить миссию, цели и задачи рекламного агентства.	2	ПЗ
23.	Провести анализ факторов внешней среды, влияющих на деятельность рекламного агентства.	2	ПЗ
24.	Провести анализ сильных и слабых сторон рекламного агентства.	2	ПЗ
25.	Определить конкурентоспособность рекламной организации.	2	ПЗ
26.	Составить SWOT-анализ	2	ПЗ
27.	Определить организационную структуру рекламного агентства	2	ПЗ
28.	Составить план хозяйственной стратегии рекламного агентства.	2	ПЗ
29.	Определить основные методы планирования прибыли рекламной организации.	2	ПЗ
30.	Рассчитать плановую прибыль.	2	ПЗ
31.	Определить миссию, цели и задачи рекламного агентства.	2	ПЗ
32.	Провести анализ факторов внешней среды, влияющих на деятельность рекламного агентства.	2	ПЗ
33.	Провести анализ факторов, влияющих на деятельность рекламного агентства.	2	ПЗ
34.	Разработать план-график технического исполнения рекламного продукта	2	ПЗ
35.	Составить предложения по совершенствованию конкурентоспособности рекламного продукта	2	ПЗ
36.	Оформление договорной документации. Дифференцированный зачет	2	ПЗ
		72	
ПМ.05 «Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих»			
7 семестр			
1.	Прохождение инструктажа по ОТ и ТБ	2	ПЗ
2.	Установление контакта с заказчиком.	2	ПЗ
3.	Поиск и привлечение клиентов, используя СМИ.	2	ПЗ
4.	Осуществление в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг.	2	ПЗ
5.	Оформление договорной и финансовой документации при работе с заказчиком.	2	ПЗ
6.	Ведение переговоров с заказчиком.	2	ПЗ
7.	Использование офисной оргтехники	2	ПЗ
8.	Основные направления взаимодействия рекламодателя и рекламного агентства.	2	ПЗ
9.	Выполнение работ с использованием офисной оргтехники,	2	ПЗ

	информационных и коммуникационных технологий		
10.	Выполнение работ с использованием оперативной полиграфии и вычислительных средств в рекламной деятельности.	2	ПЗ
11.	Выполнение работы в рекламных акциях в качестве исполнителя	2	ПЗ
12.	Организация связи со средствами массовой информации	2	ПЗ
13.	Исследование организационной структуры рекламного агентства.	2	ПЗ
14.	Разработка и изготовление рекламной продукции.	2	ПЗ
15.	Поиск потенциальных клиентов.	2	ПЗ
16.	Изучение потребностей и возможностей клиента	2	ПЗ
17.	Отработка приемов активного слушания.	2	ПЗ
18.	Презентация коммерческого предложения клиенту.	2	ПЗ
19.	Работа с возражениями заказчика.	2	ПЗ
20.	Заключение договора с заказчиком.	2	ПЗ
21.	Исследование нормативной документацию рекламного агентства.	2	ПЗ
22.	Выявление наиболее продаваемых позиций	2	ПЗ
23.	Изучение потребностей и возможностей клиента.	2	ПЗ
24.	Отработка техники формирования первого впечатления.	2	ПЗ
25.	Рекламные агентства. Их функции и организационная структура.	2	ПЗ
26.	Договор. Содержание договора, договорные условия, правила их соблюдения, порядок заключения договора.	2	ПЗ
27.	Анализ работы рекламного агентства.	2	ПЗ
28.	Заполнение финансовых документов.	2	ПЗ
29.	Тональность и темп речи заказчика.	2	ПЗ
30.	Способы проведения презентации.	2	ПЗ
31.	Телефонные переговоры. Возможности и опасности при телефонных переговорах.	2	ПЗ
32.	Составление плана - схемы телефонного контакта с клиентом.	2	ПЗ
33.	Характер движений заказчика.	2	ПЗ
34.	Оформление договорной документации.	2	ПЗ
35.	Оформление отчета по практике	2	ПЗ
36.	Дифференцированный зачет	2	ПЗ
	ИТОГО	72	
	ВСЕГО ПО УЧЕБНОЙ ПРАКТИКЕ	360	

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Учебная практика проводится в оснащенных кабинетах, специализированных помещениях: кабинете проектирования рекламной продукции; лаборатории компьютерной графики и видеомонтажа; фотолaborатории; полигоне мини-типографии; видеостудии и фотостудии.

Итогом учебной практики является защита отчетов учебной практики на основании результатов, подтверждаемых отчётами и дневниками практики студентов, а также отзывами руководителей практики на студентов.

Результаты прохождения учебной практики 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. Бацион Н.В. Менеджмент в рекламе: уч. пособие для СПО / Н.В. Бацион - 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 «Мymarket». Маркетинговые исследования и консультации. Раздел «Маркетологам»: маркетинговое обоснование бизнес-плана. Форма доступа: 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/
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 УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Контроль и оценка результатов освоения учебной 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
ПМ.01 «Разработка и создание дизайна рекламной продукции»		
ОК 1 - 11 ПК 1.1 – 1.5	<p>В результате прохождения учебной практики обучающийся должен:</p> <p>иметь практический опыт: выбора художественной формы реализации рекламной идеи; создания визуального образа с рекламными функциями; художественного конструирования рекламных продуктов по заданию;</p> <p>уметь: осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги; разрабатывать композиционное решение рекламного продукта; использовать выразительные и художественно-образительные средства при моделировании рекламы; составлять рекламные тексты;</p> <p>знать: выразительные и художественно-образительные средства рекламы; приемы и принципы составления рекламного текста; композицию, шрифтовую и художественную графику в рекламе; методы проектирования рекламного продукта; методы психологического воздействия на потребителя.</p>	<p>- накопительная оценка результатов выполнения практических работ на учебной практике;</p> <p>- оценка защиты отчёта по учебной практике</p>
ПМ.02 «Производство рекламной продукции»		
ОК 1 - 11 ПК 2.1 – 2.3	<p>В результате прохождения учебной практики обучающийся должен:</p> <p>иметь практический опыт: выбора и использования инструмента, оборудования и основных образительных 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</p>	<p>- накопительная оценка результатов выполнения практических работ на учебной практике;</p> <p>- оценка защиты отчёта по учебной практике</p>

	<p>аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков;</p> <p>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;</p> <p>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; технологии создания Интернет-рекламы; аппаратное и программное обеспечение.</p>	
ПМ.03 «Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта»		
<p>ОК 1 - 11 ПК 3.1 – 3.2</p>	<p>В результате прохождения учебной практики обучающийся должен:</p> <p>иметь практический опыт: выявления требований целевых групп потребителей; разработки средств продвижения рекламного продукта; разработки маркетинговой части бизнес-плана;</p> <p>уметь: проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей; анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп; проводить сегментирование рынка; принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта;</p> <p>знать: 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 учебной практике; - оценка защиты отчёта по учебной практике</p>

ПМ.04 «Организация и управление процессом изготовления рекламного проекта (продукта)»		
ОК 1 - 11 ПК 4.1 – 4.3	<p>В результате прохождения учебной практики обучающийся должен:</p> <p>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;</p> <p>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;</p> <p>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.</p>	<p>- накопительная оценка результатов выполнения практических работ на учебной практике; - оценка защиты отчёта по учебной практике</p>
ПМ.05 «Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих»		
ОК 1 - 11 ПК 5.1 – 5.8	<p>В результате прохождения учебной практики обучающийся должен:</p> <p>иметь практический опыт: ведения переговоров с заказчиком и производителем рекламы; использования офисной оргтехники, информационных и коммуникационных технологий при получении и оформлении заказа;</p>	<p>- накопительная оценка результатов выполнения практических работ на учебной практике; - оценка защиты отчёта по учебной практике</p>

	<p>оформления договорной и финансовой документации при работе с заказчиком; организации связи со средствами массовой информации; работы в рекламных акциях в качестве исполнителя;</p> <p>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;</p> <p>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;</p>	
--	---	--

	средства копирования и оперативного размножения документов; средства для обработки документов; средства связи; вычислительные средства.	
--	---	--

Критерии оценки учебной 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.