

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Набережночелнинский институт (филиал) федерального государственного автономного
образовательного учреждения высшего образования
«Казанский (Приволжский) федеральный университет»
ИНЖЕНЕРНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ

УТВЕРЖДАЮ
Директор



Т.И. Бычкова

«31»

2016 г.

ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ
ПМ.01 «Разработка и создание дизайна рекламной продукции»

Специальность: 42.02.01 Реклама
Квалификация выпускника: специалист по рекламе
Форма обучения: очная
на базе основного общего образования
Язык обучения: русский
Автор: Ахметзянова Л.Р
Рецензент: Замыслова А.Ю

СОГЛАСОВАНО:

Председатель ПЦК «Дизайн и Реклама» М.М. Лоншакова

Протокол заседания ПЦК № 1 от «31» 08 2016г.

Учебно-методическая комиссия инженерно-экономического колледжа

Протокол заседания УМК № 1 от «25» 08 2016г.

Набережные Челны
2016г.

Паспорт рабочей программы производственной практики

1.1 Цели производственной практики

Целью производственной практики является разработка и создание дизайна рекламной продукции в условиях производства

1.1 Задачи производственной практики

Задачи учебной практики:

- овладение методами, приемами и принципами разработки рекламного продукта;
- воплощение производственного заказа от технического задания до его исполнения;
- осуществление выявления особенностей разработки и создания дизайна рекламной продукции в условиях производства;
- знакомство с правилами ведения отчетной документации.
- овладение навыками работы с заказчиком;

1.3 Место производственной практики в структуре ППССЗ

Производственная практика по разработке и созданию дизайна рекламной продукции для получения первоначальных профессиональных навыков осуществляется студентами в 4 семестре и входит в профессиональный модуль ПМ.01 «Разработка и создание дизайна рекламной продукции»

Производственная практика базируется на основе знаний, полученных студентами после освоения предшествующих дисциплин, таких как: «Рисунок с основами перспективы», «Живопись с основами цветоведения», «История изобразительного искусства», «Рекламная деятельность», «Документационное обеспечение управления», «Реклама в коммуникационном процессе», «Безопасность жизнедеятельности», междисциплинарных курсов «Проектная компьютерная графика и мультимедиа», «Техника и технологии рекламной фотографии», «Техника и технологии рекламного видео», «Выполнение рекламных проектов в материале», а также таких профессиональных модулей, как «Художественное проектирование рекламного продукта», «Разработка творческой концепции рекламного продукта».

Программа производственной практики для получения первоначальных профессиональных навыков по разработке и созданию дизайна рекламной продукции ориентирована на получение навыков применения и закрепления теоретических знаний в практической деятельности. Практические навыки должны быть использованы для подготовки к сдаче экзамена квалификационного по профессиональному модулю.

1.4 Формы проведения производственной практики

Производственная практика проводится в организациях в форме работы с производственной и рабочей документацией и самостоятельной работы студентов на рабочих местах в организациях, ориентированных на создание рекламной продукции.

1.5 Место и сроки проведения производственной практики

Производственная практика проводится в соответствии с учебным планом в организациях, оснащенных современным технологическим оборудованием; в организациях по разработке и созданию рекламного продукта.

№	Наименование организации	№ договора
1	Торгово-Промышленная Палата г.Наб.Челны и региона «Закамье»	14-038
2	ООО «Мебельная фабрика Премьер»	184/09-01
3	ООО «РегионТехСнаб»»	197/10-01
4	ООО "Домкор Проект"	292
5	ООО "ДОМКОР"	751/03-16

Производственная практика проводится в 4 семестре в течение 2 недель (34,5).

1.6 Компетенции, формируемые в результате прохождения производственной практики.

В процессе прохождения учебной практики обучающийся формирует и демонстрирует следующие компетенции:

Коды компетенций	Содержание компетенций
ОК	ОБЩИЕ КОМПЕТЕНЦИИ
ОК1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК4	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК7	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий.
ОК8	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
ПК	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ
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

2. Структура и содержание учебной практики

2.1 Общая трудоемкость учебной практики составляет 72 часа.

№	Виды работ на практике	Объем часов
1.	Вводный инструктаж, инструктаж по технике безопасности	2
2.	Ознакомление со структурой и с трудовым распорядком организации.	4
3.	Изучение рекламной документации	10
4.	Назначение и специализация предприятия	5
5.	Структура предприятия	5
6.	Организация и планирование работ на предприятии	5
7.	Основные задачи, решаемые на предприятии	10
8.	Изучение применяемых материалов и технологий	10
9	Выполнение практических работ (задание).	15
10	Обработка и анализ полученной информации, подготовка отчета по практике.	6
Итого		72

2.2 Методическое обеспечение производственной практики.

1. Для прохождения вводного инструктажа и инструктажа по технике безопасности на рабочем месте практиканту следует руководствоваться следующей нормативной документацией:

- СНиП 12-04-2002 «Безопасность труда»;
- СНиП 3.01.01-85* «Организация Вводный инструктаж, инструктаж по технике безопасности»

2. Ознакомление со структурой и с трудовым распорядком организации, изучение технической документации производится на основании Устава организации и комплекта документов.

3. При изучении рекламной документации руководствоваться следующей литературой:

- Рекламная деятельность: Учебник / Ю.В. Гусаров, Л.Ф. Гусарова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 313 с.: (ЭР) <http://znanium.com/go.php?id=342116>

4. Изучение назначения и специализации предприятия необходимо осуществлять, используя следующую нормативную документацию и литературу:

- Васильев Г. А. Технологии производства рекламной продукции: учебное пособие / Г. А. Васильев, В. А. Поляков, А. А. Романов. – Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2010. - 272 с. (ЭР) <http://znanium.com/bookread.php?book=196365>

5. Изучение структуры предприятия необходимо осуществлять, используя следующую нормативную документацию и литературу:

- Ткаченко О. Н. Дизайн и рекламные технологии: Учебное пособие / Под ред. Л.М. Дмитриевой; Омский гос. технический университет (ОмГТУ). - М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 176 с. (ЭР) <http://www.znanium.com/bookread.php?book=429223>

6. Изучение организации и планирование работ на предприятии необходимо осуществлять, используя следующую нормативную документацию и литературу:

- Рекламная деятельность: Учебник / Под ред. В.Д. Секерина. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 282 с. (ЭР) <http://znanium.com/go.php?id=350960>

7. Изучение основные задач, решаемых на предприятии необходимо осуществлять, используя следующую нормативную документацию и литературу:

- Шарков Ф. И. Разработка и технологии производства рекламного продукта [Текст] : учебник / Ф. И. Шарков, В. И. Гостенина ; Межд. Академия бизнеса и управления, Ин-т современных коммуникационных систем и технологий. - 4-е изд. – Москва : Дашков и К', 2011. – 408 с. : ил. – Библиогр.: с. 405-406. – Указ. Терминов: с. 360-404. – Рек. УМО. – Прил.: с. 352-359. – В пер. – ISBN 978-5-394-01143-6.

8. Изучение применяемых материалов и технологий необходимо осуществлять,

используя следующую нормативную документацию и литературу:

- Овчинникова Р. Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования: учебное пособие для СПО для специальностей: «Дизайн» и «Реклама». М.: Юнити-Дана, 2012. – 239 с. (ЭР) <http://znanium.com/bookread.php?book=390990>

9.Выполнение практических работ (задание) необходимо осуществлять, используя следующую нормативную документацию и литературу:

- Рекламная деятельность: Учебник / Под ред. В.Д. Секерина. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 282 с. (ЭР) <http://znanium.com/go.php?id=350960>
- Эйри Д. Логотип и фирменный стиль [Текст] : руководство дизайнера / Д. Эйри. - Санкт-Петербург : Питер, 2012. - 208 с. : ил. - Алф. указ.терминов: с. 193. - Указ. марок и названий организаций: с. 198. - Загл. и авт. ориг.: Logodesign love. A Guide to Creating Iconic Brand Identities / Airey D.. - ISBN 978-5-459-00289-8. - ISBN 978-0321660763.

10. Для обработки и анализа полученной информации, подготовки отчета по практике студенту необходимо руководствоваться методическими указаниями по написанию отчета по учебной практики по ПМ.01_«Разработка и создание дизайна рекламной продукции».

3. Условия реализации программы производственной практики

3.1 Образовательные технологии, используемые на производственной практике.

Во время проведения учебной практики используются следующие технологии: лекции, практикоориентируемые технологии.

3.2 Материально-техническое обеспечение производственной практики.

Материально-техническое обеспечение производственной практики основывается на материально-технической базе организаций, на которых проходит практика. Организации должны отвечать современным требованиям производства рекламной продукции. Для оформления отчета по практике необходимо:

- компьютерное оборудование с программным обеспечением MSOffice,Adobe Photoshop;Adobe Illustrator; Corel Draw S5.
- комплект производственной документации: утвержденный технический проект, смета проекту;

4. Фонды оценочных средств результатов производственной практики

4.1 Форма промежуточной аттестации – дифференцированный зачет в форме презентации и защиты отчета по итогам прохождения учебной практики.

3.2 Формы оценочных средств результатов производственной практики.

Результаты (освоенные компетенции)	Формы оценочных средств
ПК 1.1 Осуществлять поиск рекламных идей	Анализ отчета по производственной практике, развернутая беседа с обсуждением и разбором конкретных документов, чертежей.
ПК 1.2 Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы	Защита практических работ в ходе производственной практики (фото и видеоматериалы, графические документы). Отзыв руководителя практики (от организации) в виде характеристики
ПК 1.3Разрабатывать авторские рекламные проекты	Отчет по производственной практике
ПК 1.4 Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений	Отчет по производственной практике

ПК 1.5 Создавать визуальные образы с рекламными функциями	Отчет по производственной практике
ОК1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	Отчет по производственной практике
ОК2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	Отчет по производственной практике
ОК3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	Отчет по производственной практике
ОК4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Отчет по производственной практике
ОК5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	<ul style="list-style-type: none"> • Выполнение работ с использованием программ MSOffice, Adobe Photoshop; Adobe Illustrator; Corel DrawS5.
ОК6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	Отзыв руководителя практики (от организации)
ОК7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	Отзыв руководителя практики (от организации)

ОК8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	Отчет по учебной практике
ОК9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	Отчет по учебной практике

Автор: Ахметзянова Л.Р. *Ахмет*
« 31 » *августа* 2016г.

Рецензент: _____ Ген. директор «Белый глянec» Замыслова А.Ю.
(Ф.И.О., подпись)
« 31 » *08* 2016г.



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Набережночелнинский институт (филиал) федерального государственного автономного
образовательного учреждения высшего образования
«Казанский (Приволжский) федеральный университет»
ИНЖЕНЕРНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ



УТВЕРЖДАЮ

Директор

Т.И. Бычкова

08 2016 г.

ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

ПМ.02 «Производство рекламной продукции»

Специальность: 42.02.01 «Реклама»
Квалификация выпускника: Специалист по рекламе
Форма обучения: очная
на базе основного общего образования
Язык обучения: русский
Автор: Лоншакова М.М.
Рецензент: Замыслова А. Ю.

СОГЛАСОВАНО:

Председатель ПЦК «Цикл дизайна и рекламы»: Лоншакова М. М.

Протокол заседания ПЦК № 001 от «31» августа 2016г.

Учебно-методическая комиссия инженерно-экономического колледжа

Протокол заседания УМК № 1 от «19» 08 2016г.

г. Набережные Челны, 2016

1. Паспорт рабочей программы учебной практики

1.1. Цели учебной практики

Цели и задачи прохождения учебной практики по профессиональному модулю ПМ.02 «Производство рекламной продукции» соотносятся с общими целями с общими целями ППССЗ по специальности и направлению подготовки специалиста по рекламе. Основной целью учебной практики является получение опыта работы производства рекламной продукции, содействие профориентации студентов как будущих специалистов по рекламе.

Учебная практика по профилю специалиста по рекламе направлена на обобщение и совершенствование практических знаний и навыков профессиональной деятельности, закрепление и углубление знаний, полученных студентами во время аудиторных занятий, формирование общих и профессиональных компетенций в соответствии с ФГОС СПО по профессии.

Целью практики является обобщение и совершенствование знаний и умений студентов по будущей профессии, проверка возможностей самостоятельной работы будущего специалиста по рекламе.

Учебная практика закрепляет системное представление о работе специалиста по рекламе, стадиях воплощения производства рекламной продукции, заказа от технического задания до его исполнения в материале, знакомит с правилами ведения отчетной документации.

1.2. Задачи учебной практики

Учебная практика направлена на:

- разработку рекламных проектов;
- воплощение авторских проектов в материале;
- работу с заказчиком;

Учебная практика закрепляет системное представление о работе специалиста по рекламе, стадиях воплощения производственного заказа от технического задания до его исполнения в материале. Знакомит с правилами ведения отчетной документации.

1.3. Место производственной практики в структуре ППССЗ

Учебная практика студентов специальности «Реклама» очной формы обучения входит в состав профессионального модуля ПМ.02 «Производство рекламной продукции», является обязательным разделом основной профессиональной образовательной программы. Она представляет собой вид учебных занятий, обеспечивающих практико-ориентированную подготовку обучающихся.

Учебная практика проводится образовательным учреждением при освоении студентами профессиональных компетенций в рамках профессиональных модулей и может реализовываться концентрированно.

В ходе учебной практики студент использует знания, полученные при изучении таких дисциплин, как «Рисунок с основами перспективы», «Живопись с основами цветоведения», «История изобразительного искусства», «Безопасность жизнедеятельности», «Рекламная деятельность» и других. Учебная практика входит в профессиональный модуль ПМ.02 вместе с междисциплинарными курсами МДК.02.01 «Выполнение рекламных проектов в материале», МДК.02.02 «Проектная компьютерная графика и мультимедиа», МДК.02.03 «Техника и технологии рекламной фотографии», МДК.02.04 «Техника и технологии рекламного видео. И включает в себя знания, полученные ранее на МДК.01.01 «Художественное проектирование рекламного продукта», МДК.01.02 «Разработка творческой концепции рекламного продукта» входящих в профессиональный модуль «Разработка и создание дизайна рекламной продукции».

При прохождении учебной практики обращается внимание студентов на то, как и где применяются, полученные ими ранее знания, теоретические положения и практические

навыки и каким образом они могут использоваться будущими специалистами.

1.4. Формы проведения учебной практики

Учебная практика проводится в рекламных агентствах и организациях, имеющих рекламную группу в форме работы с производственной и рабочей документацией и самостоятельной работы студентов на рабочих местах в рекламных подразделениях, выполняющая работу по заказу предприятия.

1.5 Место и сроки проведения учебной практики

Учебная практика проводится в соответствии с учебным планом в организациях, оснащенных современным технологическим оборудованием, современными компьютерными программами, имеющими практический опыт выполнения рекламной продукции.

№	Наименование организации	№ договора
1	ООО «Мебельная фабрика Премьер»	184/09-01
2	ООО «КОМ»	01/2003-С
3	ЗАО «Челныводоканал»	5-120
4	ООО «Челнылифт»	1181/169-01
5	ООО «Ремонтный завод»	1195/18-01
6	ОАО Страховая компания «Итиль»	161/09-01
7	Филиал ЗАО Страхования компания «Чулпан»	162/09-01
8	ООО Страховая компания «АСКО»	163/09-01
9	Филиал ОАО «НАСКО Татарстан»	164/09-01
10	ООО «Магнолия»	182/09-01
11	ЗАО «ТАТПРОФ»	183/09-01
12	ООО «Центр АРТ-Дизайна»	01-12-12
13	ОАО «КАМАЗ» - Соглашение о сотрудничестве	0.1.55.11-73/13
14	ООО "Домкор Проект"	292
15	Журнал "Комфортное жилье"	б/н
16	Торгово-Промышленная Палата г.Наб.Челны и региона «Закамье»	14-038
17.	ООО «РегионТехСнаб»»	197/10-01

Осваивается на втором, третьем и четвертом курсе (4, 5 и 7 семестр) в течение 2-х недель в каждом семестре (по 72 часа). Общий объем часов (216 часов)

1.6 Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения производственной практики

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в результате изучения профессионального модуля должен:

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;

- разрабатывать рекламный продукт в материале;

знать:

- технику, технологии и технические средства фото- и 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.

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;

Демонстрировать способность и готовность:

применять полученные знания на практике.

В результате прохождения практики студент должен подтвердить свои общие и профессиональные компетенции, полученные в результате обобщения теоретических знаний и практического опыта, представленные в таблице:

Коды компетенций	Содержание компетенции
ОК	ОБЩИЕ КОМПЕТЕНЦИИ ВЫПУСКНИКА
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, 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 технологии 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

ПК	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ ВЫПУСКНИКА
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

2. Структура и содержание производственной практики

2.1 Общая трудоемкость практики составляет 216 часов.

№	Виды работ на практике	Объем часов
	2 курс, 4 семестр	72
1.	Вводный инструктаж. Назначение и специализация предприятия.	2
2.	Ознакомление с трудовым распорядком организации	2
3	Назначение и специализация предприятия	10
3.1	Характеристика деятельности предприятия	5
3.2	Планирование работ на предприятии. Организация труда на предприятии	5
4	Основные задачи, решаемые на предприятии	12
4.1	Ознакомление с общими задачами предприятия	6
4.2	Задачи предприятия в области рекламной деятельности	6
5	Изучение применяемых материалов и технологий	14
5.1	Изучение материалов, используемых на предприятии	6
5.2	Изучение применяемых на предприятии рекламных технологий	8
6.	Планирование собственной деятельности	14
6.1	Практическое задание. Фирменный стиль, константы и носители..	7
6.2	Практическое задание. Макет.	7
7.	Выполнение практических работ (задание)	14
7.1	Выполнение индивидуального задания	7
7.2	Выполнение приложения	7
8.	Оформление отчета	4
	3 курс, 5 семестр	72
1.	Вводный инструктаж. Назначение и специализация предприятия.	2
2.	Ознакомление с трудовым распорядком организации	2
3	Назначение и специализация предприятия	10
3.1	Характеристика деятельности предприятия	5
3.2	Планирование работ на предприятии. Организация труда на предприятии	5
4	Основные задачи, решаемые на предприятии	12
4.1	Ознакомление с общими задачами предприятия	6
4.2	Задачи предприятия в области рекламной деятельности	6
5	Изучение применяемых материалов и технологий	14
5.1	Изучение материалов, используемых в технологии и технических средств фото- и видеосъемки в рекламе.	6
5.2	Изучение применяемых на предприятии рекламных технологий, технических и программных средств для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации.	8

6.	Планирование собственной деятельности	14
6.1	Практическое задание. Осуществление фотосъемки для производства рекламного продукта	7
6.2	Практическое задание. Осуществление видеосъемки для производства рекламного продукта	7
7.	Выполнение практических работ (задание)	14
7.1	Выполнение индивидуального задания	7
7.2	Выполнение приложения	7
8.	Оформление отчета	4
4 курс 7 семестр		72
1.	Вводный инструктаж. Назначение и специализация предприятия.	2
2.	Ознакомление с трудовым распорядком организации	2
3	Назначение и специализация предприятия	10
3.1	Характеристика деятельности предприятия	5
3.2	Планирование работ на предприятии. Организация труда на предприятии	5
4	Основные задачи, решаемые на предприятии	10
4.1	Ознакомление с общими задачами предприятия	6
4.2	Задачи предприятия в области рекламной деятельности	6
5	Изучение применяемых материалов и технологий	10
5.1	Изучение материалов, используемых на предприятии	6
5.2	Изучение применяемых на предприятии рекламных технологий	8
6.	Планирование собственной деятельности	20
6.1	Практическое задание. Выполнение задания по разработке рекламного продукта.	10
6.2	Практическое задание. Выполнению рекламного проекта в материале	10
7.	Выполнение практических работ (задание)	14
7.1	Выполнение индивидуального задания	7
7.2	Выполнение приложения	7
8.	Оформление отчета	4
Итого		216

2.2 Методическое обеспечение учебной практики.

1. Для прохождения вводного инструктажа и инструктажа по технике безопасности на рабочем месте практиканту следует руководствоваться нормативной документацией.
2. Техническая документация предприятия, занимающегося разработкой и производством рекламной продукции.
3. Дизайн и рекламные технологии: Учебное пособие / О.Н. Ткаченко; Под ред. Л.М. Дмитриевой; Омский гос. технический университет (ОмГТУ). - М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 176 с.: 60x88 1/16. - (Бакалавриат). (о) ISBN 978-5-9776-0288-4, (ЭР) <http://www.znaniyum.com/bookread.php?book=429223>
4. Ильин А. И. Планирование на предприятии. Учебное пособие. Мн.: Новое знание, 2010. - 700 с.
5. Мудров А. Н. Основы рекламы.: Учебник / А.Н. Мудров. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Магистр: ИНФРА-М, 2012. - 416 с.: ил.; 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-9776-

0212-9, 1000 экз/ (ЭР) <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=332300>

6. Рекламный менеджмент: Учебное пособие / В.А. Поляков, А.А. Романов. - М.: КУРС: НИЦ Инфра-М, 2012. - 352 с.: 60х90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-905554-07-0, 1000 экз. (ЭР) <http://znanium.com/bookread.php?book=257602>

7. Сухов А.Н. Социальная психология: учеб. пособие. Рекомендовано ФГУ «ФИРО»-10е изд. «Академия», 2014. – 240 с.

8. Эрих Гамма, Ричард Хелм, Ральф Джонсон, Джон Влиссидес. Приемы объектно-ориентированного проектирования. Паттерны проектирования. Из-во: Питер, 2013. – 368 с.

9. Для обработки и анализа полученной информации, подготовки отчета по практике студенту необходимо руководствоваться методическими указаниями по написанию отчета по учебной практики по ПМ 02 «Производство рекламной продукции»

3. Условия реализации программы учебной практики

3.1 Образовательные технологии, используемые на учебной практике.

Учебная практика предполагает использование как традиционных для рекламного проектирования форм проведения занятий: сбор и анализ материала к проекту, выполнение проектного поиска, выполнение проектной графики и макета, так и инновационных образовательных технологий. В процессе разработки проекта используются активных и интерактивных формы проведения работы: выполнение ряда практических заданий с использованием профессиональных программных средств, создания и ведения электронных баз данных; мультимедийных программ, включающих подготовку и выступления студентов на защитах проектов с фото, аудио- и видеоматериалами по теме, выполнение презентаций проекта.

3.3 Материально-техническое обеспечение учебной практики.

Материально-техническое обеспечение учебной практики основывается на материально-технической базе организаций, на которых проходит практика. Организации, занимающиеся разработкой и внедрением дизайн-проектов должны отвечать современным требованиям производства, применять новые технологии, материалы и оборудование.

Для оформления отчета по практике необходимо:

- 1. Компьютерное и мультимедийное оборудование;
- 2. Приборы и оборудование производственного назначения;
- Ссылки на интернет-ресурсы:

1. Сайт цифровых учебно-методических материалов ВТУЭС//abc.vvsu.ru

2. Нормативно-правовая основа рекламной деятельности.

3. Порядок управления рекламной деятельностью в соответствии с ГОСТ Р ИСО 9001:2011 п.7.2.1, 7.2.3

4. Сборник ГОСТов по разработке и созданию дизайна рекламной продукции.

Программа составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта (далее ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее СПО) 42.02.01 «Реклама» утвержденного приказом Минобрнауки России №510 от 12.05.2014г., положения об Учебной программе ФГАОУ ВПО «Казанский (Приволжский) федеральный университет» №01.1.56-06/74/11 от 23.12.2011г. и учебного плана специальности 42.02.01 «Реклама»

4. Фонды оценочных средств результатов учебной практики

4.1 Форма промежуточной аттестации – дифференцированный зачет в форме презентации и защиты отчета по итогам прохождения учебной практики.

4.2 Формы оценочных средств результатов учебной практики.

Результаты (освоенные компетенции)	Формы оценочных средств
ПК 2.1 Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы	Анализ отчета по учебной практике, развернутая беседа с обсуждением и разбором конкретных документов, требований к проекту.
ПК 2.2 Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии	Отзыв руководителя практики (от организации)
ПК 2.3 Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале	Защита практических работ в ходе производственной практики (фото и видеоматериалы, графические документы). Отзыв руководителя практики (от организации) в виде характеристики
ОК1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	Отчет по учебной практике.
ОК2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	Отчет по учебной практике
ОК3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	Отчет по учебной практике
ОК4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Отчет по учебной практике.

профессиональных задач, профессионального и личного развития.	
ОК5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	Изучение нормативной документации по оценке качества продукции и определению его уровня.
ОК6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	Отзыв руководителя практики (от организации)
ОК7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	Отзыв руководителя практики (от организации)
ОК8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	Отчет по учебной практике.
ОК9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	Отчет по учебной практике.
ОК.10 Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности	Отчет по учебной практике.
ОК.11 Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке	Отчет по учебной практике.

Автор: Лоншакова М. М.
« 31 » августа 2016г.

Рецензент: ген. директор ООО «Белый глянec» Замыслова А. Ю.

(Ф.И.О., подпись)

« 31 » августа 2016г.

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Набережночелнинский институт (филиал) федерального государственного автономного
образовательного учреждения высшего образования
«Казанский (Приволжский) федеральный университет»
ИНЖЕНЕРНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ



УТВЕРЖДАЮ

Директор

Т.И. Бычкова

« 31 » 08 2016 г.

ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

ПМ. 02 «Производство рекламной продукции»

Специальность: 42.02.01 «Реклама»
Квалификация выпускника: специалист по рекламе
Форма обучения: очная
на базе основного общего образования
Язык обучения: русский
Автор: Лоншакова М.М.
Рецензент: Замыслова А.Ю.

СОГЛАСОВАНО: Председатель ПЦК «Дизайн»: М.М. Лоншакова Лоншакова М.М.

Протокол заседания ПЦК № 601 от «31» августа, 2016г.

Учебно-методическая комиссия инженерно-экономического колледжа

Протокол заседания УМК № 14 от «29» 08 2016г.

г. Набережные Челны, 2016

1. Паспорт рабочей программы производственной практики

– Цели производственной практики

Целью производственной практики является производство рекламной продукции. Цель производственной практики «Производство рекламной продукции» соотносится с общими целями ФГОС СПО по специальности и направлению подготовки специалиста по рекламе, которые дают студенту опыт работы на производстве, сферы ее применения в рекламе и умения реализовывать проектный замысел с учетом производственных требований.

Производственная практика закрепляет системное представление о работе специалиста по рекламе, стадиях воплощения производственного заказа от технического задания до его исполнения в материале. Знакомит с правилами ведения отчетной документации. Производственная практика является подготовительной стадией к выполнению выпускной квалификационной работы.

1.2 Задачи производственной практики

- обобщение и совершенствование практических знаний и навыков профессиональной деятельности;
- закрепление и углубление знаний, полученных студентами во время аудиторных занятий;
- разработки рекламных проектов;
- воплощение авторских проектов в материале;
- работа с заказчиком;
- воспитание сознательной трудовой и производственной дисциплины.

1.3 Место производственной практики в структуре ППССЗ

Производственная практика студентов специальности 42.02.01 «Реклама» очной формы обучения входит в состав профессионального модуля ПМ.02 «Производство рекламной продукции» профессиональной подготовки СПО, осуществляется студентами в седьмом семестре, на четвертом курсе.

Производственная практика базируется на основе знаний, полученных студентами после освоения предшествующих дисциплин, таких как: «Рисунок с основами перспективы», «Живопись с основами цветоведения», «История изобразительного искусства», «Выполнение рекламных проектов в материале», «Проектная компьютерная графика и мультимедиа».

Виды профессиональной деятельности по профессиональному модулю ПМ.02 "Производство рекламной продукции»:

1. Разработки рекламных проектов;
2. Выполнения авторских проектов в материале;
3. Работы с заказчиком;

1.4 Формы проведения производственной практики

Производственная практика проводится в рекламных компаниях и организациях, ведущих рекламно-маркетинговую деятельность в форме проведения маркетингового исследования в области рекламы и самостоятельной работы студентов на рабочих местах в рекламно-маркетинговых подразделениях.

1.5 Место и сроки проведения производственной практики

Производственная практика по профилю специальности проводится в соответствии с учебным планом в рекламно-маркетинговых организациях, оснащенных современным технологическим оборудованием; в коммерческих, некоммерческих и иных организациях, имеющих рекламно-маркетинговые подразделения:

№	Наименование организации	№ договора
1	ООО «КОМ»	01/2003-С от 16.01.2003,

		бессрочный
	ООО «Мебельная фабрика Премьер»	184/09-01 от 07.09.2009, бессрочный
2	ООО «РегионТехСнаб»»	197/10-01 от 01.06.2010 бессрочный
3	ООО «Магнолия»	182/09-01 от 09.07.2009 бессрочный
4	ЗАО «ТАТПРОФ»	183/09-01 от 09.07.2009 бессрочный
5	ООО "ДОМКОР"	751/03-16 от 01.03.2016 бессрочный
6	ООО "Камский Коммерческий банк"	746 от 13.11.2014 бессрочный

Производственная практика проводится в седьмом семестре, на четвертом курсе (72 часа).

1.6 Компетенции, формируемые в результате прохождения производственной практики.

В процессе прохождения производственной практики обучающийся формирует и демонстрирует следующие компетенции:

Коды компетенций	Содержание компетенций
ОК	ОБЩИЕ КОМПЕТЕНЦИИ
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
ПК	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ
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

2. Структура и содержание производственной практики

2.1 Общая трудоемкость производственной практики составляет 72 часа.

№	Виды работ на практике	Объем часов
Раздел 1	Назначение и специализация предприятия	3
Тема 1.1	Изучение истории развития предприятия	2
Тема 1.2	Характеристика деятельности предприятия	1
Раздел 2	Структура управления предприятия	3
Тема 2.1	Изучение структуры управления предприятием	2
Тема 2.2	Службы и отделы предприятия	1
Раздел 3	Организация и планирование работ на предприятии	3
Тема 3.1	Изучение организации труда на предприятии	2
Тема 3.2	Планирование работ на предприятии	1
Раздел 4	Основные задачи, решаемые на предприятии	3
Тема 4.1	Ознакомление с общими задачами предприятия	1
Тема 4.2	Изучение задач предприятия в области рекламной деятельности	2
Раздел 5	Изучение применяемых материалов и технологий	16
Тема 5.1	Изучение материалов, используемых на предприятии	8
Тема 5.2	Изучение применяемых на предприятии рекламных технологий	8
Раздел 6	Выполнение практических работ (задание)	34
Тема 6.1	Задание	14
Тема 6.2.	Приложение	20
Тема 6.3.	Оформление отчета	10
Итого		72

2.2 Методическое обеспечение производственной практики.

1. Для прохождения вводного инструктажа и инструктажа по технике безопасности на рабочем месте практиканту следует руководствоваться

следующей нормативной документацией:

- СНиП 12-04-2002 «Безопасность труда в строительстве»;
 - 2. Ознакомление со структурой организации и изучение системы управления организацией производится на основании Устава организации и комплекта рабочей и производственной документации.
 - 3. При изучении организации и планировании работ руководствоваться следующей литературой:
 - Поляков В.А. Рекламный менеджмент: Учебное пособие / В.А. Поляков, А.А. Романов. - М.: КУРС: НИЦ Инфра-М, 2012. - 352 с.: 60х90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-905554-07-0, 1000 экз. (ЭР) <http://znanium.com/bookread.php?book=257602>
 - 4. Изучение основных задач, решаемых на предприятии, используется следующая нормативная документация и литература:
 - Эриашвили Н. Д. Правовое регулирование рекламной деятельности [Электронный ресурс]: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Юриспруденция» / [Н. Д. Эриашвили и др.] - М.: ЮНИТИДАНА: Закон и право, 2012. - 240 с. - ISBN 978-5-238-01546-0. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread.php?book=377375>
 - Малышева М. Ф. Правовое регулирование рекламной деятельности [Текст]: учебно-практическое пособие / М. Ф. Малышева, А. В. Попова ; Издательско-торговая корпорация "Дашков и К". - 2-е изд. - Москва : Дашков и К', 2010. - 160 с. - Библиогр.: с. 159. - В пер. - ISBN 978-5-394-00842-9.
 - 5. При изучении применяемых материалов и технологий следует опираться на следующую литературу:
 - 6. Васильев Г. А. Технологии производства рекламной продукции: учебное пособие / Г. А. Васильев, В. А. Поляков, А. А. Романов. – Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2011. - 272 с. (ЭР) <http://znanium.com/bookread.php?book=196365>
- 7. При выполнении практического задания используется следующая литература:
 - Дизайн и рекламные технологии: Учебное пособие / О.Н. Ткаченко; Под ред. Л.М. Дмитриевой; Омский гос. технический университет (ОмГТУ). - М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 176 с.: 60х88 1/16. - (Бакалавриат). (о) ISBN 978-5-9776-0288-4, (ЭР) <http://www.znanium.com/bookread.php?book=429223>
 - Мудров А. Н. Основы рекламы.: Учебник / А.Н. Мудров. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Магистр: ИНФРА-М, 2012. - 416 с.: ил.; 60х90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-9776-0212-9, 1000 экз/ (ЭР) <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=332300>
 - Овчинникова Р. Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования: учебное пособие для СПО для специальностей: «Дизайн» и «Реклама». Гриф УМО МО РФ. //Р. Ю. Овчинникова, М.: Юнити-Дана, 2012. – 239 с. ISSN: 978-5-238-01525-5 (15 шт.) <http://www.znanium.com/bookread.php?book=373119>
 - Дмитриева Л. М. Ткаченко, Н. В. Креативная реклама. Технологии проектирования [Электронный ресурс] : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 42.02.01 «Реклама» / Н. В. Ткаченко, О. Н. Ткаченко; под ред. Л. М. Дмитриевой. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 335 с. - (Серия «Азбука рекламы»). - ISBN 978-5-238-01568-2 . (ЭР) <http://znanium.com/bookread.php?book=376898>

7. Для обработки и анализа полученной информации, подготовки отчета по практике студенту необходимо руководствоваться методическими указаниями по написанию отчета по производственной практики по ПМ.02 "Производство рекламной продукции"

3. Условия реализации программы производственной практики

3.1 Образовательные технологии, используемые на производственной практике.

Во время проведения учебной практики используются следующие технологии: лекции, практикоориентированные технологии.

3.2 Материально-техническое обеспечение производственной практики.

Материально-техническое обеспечение производственной практики основывается на материально-технической базе организаций, на которых проходит практика. Рекламные организации должны отвечать современным требованиям производства рекламной продукции, применять новые технологии, материалы, механизмы и оборудование.

Для оформления отчета по практике необходимо:

- компьютерное оборудование с программным обеспечением MSOffice, Autodesk AutoCAD, Аскон КОМПАС;
- комплект технологической и производственной документации: - отчеты по рекламной деятельности, анализ и отчет маркетингового исследования, организационная структура предприятия, устав предприятия, номенклатура рекламной продукции, журналы работ.

4. Фонды оценочных средств результатов производственной практики

4.1 Форма промежуточной аттестации – дифференцированный зачет в форме презентации и защиты отчета по итогам прохождения производственной практики.

3.3 Формы оценочных средств результатов производственной практики.

Результаты (освоенные компетенции)		Формы оценочных средств
ПК 2.1	Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы	Выполнение рекламного проекта
ПК 2.2	Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом	Выполнение рекламного проекта. Отчет по производственной практике
ПК 2.3	Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале	Выполнение рекламного проекта в материале. Отчет по производственной практике
ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	Анализ отчета по производственной практике, развернутая беседа с обсуждением и разбором конкретных отчетов и разработок.
ОК 2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	Защита практических работ в ходе производственной практики (фото и видеоматериалы, анкеты). Отзыв руководителя практики (от организации) в виде характеристики
ОК 3	Принимать решения в стандартных и нестандартных	Отчет по производственной практике

	ситуациях и нести за них ответственность	
ОК 4	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	Отчет по производственной практике
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	Отчет по производственной практике
ОК 6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	Отчет по производственной практике
ОК 7	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий	Выполнение маркетингового исследования
ОК 8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	Отзыв руководителя практики (от организации)

	ненных), результат выполнения заданий	
ОК 8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	Отзыв руководителя практики (от организации)
ОК 9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	Отзыв руководителя практики (от организации)
ОК 10	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности	Отзыв руководителя практики (от организации)
ОК 11	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке	Отзыв руководителя практики (от организации)

Автор: Лоншакова М.М.

«31» августа 2016г.

Рецензент: ген. директор ООО «Белый глянец» Замыслова А.Ю.

«31» августа 2016г.

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Набережночелнинский институт (филиал) федерального государственного автономного
образовательного учреждения высшего образования
«Казанский (Приволжский) федеральный университет»
ИНЖЕНЕРНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ



УТВЕРЖДАЮ

Директор

Т.И. Бычкова

« 31 » 08 2016 г.

ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

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

Специальность: 42.02.01 «Реклама»
Квалификация выпускника: специалист по рекламе
Форма обучения: очная
на базе основного общего образования
Язык обучения: русский
Автор: Романов С.В.

СОГЛАСОВАНО:

Председатель ПКЦ «Цикл дизайна и рекламы» М.М. Лоншакова

Протокол заседания ПКЦ № 001 от «31» августа 2016 г.

Учебно-методическая комиссия инженерно-экономического колледжа

Протокол заседания УМК № 01 от «29» 08 2016 г.

г. Набережные Челны, 2016 г.

1. Паспорт рабочей программы производственной практики

1.1 Цели производственной практики

Целью производственной практики является обобщение и совершенствование знаний и умений студентов по будущей профессии, проверка возможностей самостоятельной работы будущего специалиста, подготовка материалов к выпускной квалификационной работе. В результате ее прохождения (по профилю специальности) студент должен иметь практический опыт:

- маркетинговых исследований в рекламе;
- дифференцирования понятий и видов субъектов рекламных отношений;
- правового регулирования рекламной деятельности;
- контроля за соблюдением законодательства о рекламе и ответственность за его нарушение;
- работы с заказчиком;

1.2 Задачи производственной практики

Задачи производственной практики:

- закрепление и углубление знаний, полученных студентами во время аудиторных занятий;
- формирование общих и профессиональных компетенций в соответствии с ФГОС СПО по профессии;
- приобретение практического опыта по виду профессиональной деятельности;
- воспитание сознательной трудовой и производственной дисциплины.

1.3 Место производственной практики в структуре ППССЗ

Производственная практика студентов специальности 42.02.01 «Реклама» очной формы обучения входит в состав профессионального модуля ПМ.03 «Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта» профессиональной подготовки СПО. Она представляет собой вид учебных занятий, обеспечивающих практико-ориентированную подготовку обучающихся.

Производственная практика (по профилю специальности) проводится образовательным учреждением при освоении студентами профессиональных компетенций в рамках профессиональных модулей и может реализовываться концентрированно.

В ходе производственной практики студент использует знания, полученные при изучении таких дисциплин, как «Рекламная деятельность», «Документационное обеспечение управления», «Реклама в коммуникационном процессе», «Художественное проектирование рекламного продукта», «Правовое обеспечение рекламной деятельности», «Ценообразование на рынке рекламных услуг», «Экономика организации», «Рисунок с основами перспективы», «Живопись с основами цветоведения», «История изобразительного искусства», «Безопасность жизнедеятельности», а также, таких профессиональных модулей, как «Разработка и создание дизайна рекламной продукции», «Производство рекламной продукции», «Маркетинг в рекламе».

При прохождении производственной практики обращается внимание студентов на то, как и где применяются, полученные ими ранее знания, теоретические положения и практические навыки и каким образом они могут использоваться будущими специалистами.

1.4 Формы проведения производственной практики

Производственная практика проводится в различных организациях в форме работы с документацией и самостоятельной работы студентов на рабочих местах в рекламных и маркетинговых подразделениях (отделах).

1.5 Место и сроки проведения производственной практики

Производственная практика проводится в соответствии с учебным планом в различных организациях:

	Наименование организации	№ договора
	ООО «Мебельная фабрика Премьер»	№193/10-01 от 22.01.2010
	ООО «РегионТехСнаб»»	№01-12-03 от 11.03.2012
	ООО «Магнолия»	№01/13-01 от 10.01.2013
	ЗАО «ТАТПРОФ»	№434 от 04.05.2015
	ОАО «ВАМИН-Татарстан»	№485 от 20.05.2015

Производственная практика проводится в 6 семестре в течение 4 недель (144 часа).

1.6 Компетенции, формируемые в результате прохождения производственной практики

В процессе прохождения производственной практики обучающийся формирует и демонстрирует следующие общие и профессиональные компетенции, полученные в результате обобщения теоретических знаний и практического опыта, представленные в таблице 1.

Таблица 1 – Перечень компетенций

Коды компетенций	Содержание компетенции
1	2
ОК	ОБЩИЕ КОМПЕТЕНЦИИ ВЫПУСКНИКА
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
ПК	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ ВЫПУСКНИКА

ПК 3.1	Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка
ПК 3.2	Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта

2. Структура и содержание производственной практики

2.1 Общая трудоемкость производственной практики составляет 144 часа.

Виды работ на практике представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Виды работ на практике

Наименование разделов и тем		Кол-во часов
1	2	3
Раздел 1	Назначение и специализация предприятия	8
Тема 1.1	История развития предприятия	4
Тема 1.2	Характеристика деятельности предприятия	4
Раздел 2	Структура предприятия	8
Тема 2.1	Структура управления предприятием	4
Тема 2.2	Службы и отделы предприятия	4
Раздел 3	Организация и планирование работ на предприятии	8
Тема 3.1	Организация труда на предприятии	4
Тема 3.2	Планирование работ на предприятии	4
Раздел 4	Основные задачи, решаемые на предприятии	8
Тема 4.1	Общие задачи	4
Тема 4.2	Задачи предприятия в области дизайна	4
Раздел 5	Изучение применяемых материалов и технологий	18
Тема 5.1	Материалы	6
Тема 5.2	Технологии	12
Раздел 6	Выполнение практических работ (задание)	42
Тема 6.1	Задание	42
Тема 6.2	Приложение	40
Тема 6.3	Оформление отчета	8
	Практические занятия	4
	Всего часов	144

2.2 Методическое обеспечение производственной практики

1. Для прохождения вводного инструктажа и инструктажа по технике безопасности на рабочем месте практиканту следует руководствоваться следующей нормативной документацией:

- ГОСТ 12.0.004-90 «Организация обучения безопасности труда»;
- Постановление Минтруда РФ и Минобразования РФ №1/29 от 13 января 2003 г. «Об утверждении порядка обучения по охране труда и проверки знаний требований охраны труда работников организаций».

2. Ознакомление со структурой и с трудовым распорядком организации производится на основании Устава организации, должностных инструкций и комплекта рабочей документации.

ЛИТЕРАТУРА

7.1. Основная литература:

1. Мазилкина Е. И. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Текст]: учебник / Е. И. Мазилкина. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2014. - 332 с. - (Высшее образование). - Библиогр.: с. 330. - Гриф УМО. - В пер. - ISBN 978-5-222-18945-0.

2. [Мудров А. Н. Основы рекламы.: Учебник / А.Н. Мудров. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Магистр: ИНФРА-М, 2012. - 416 с.: ил.; 60х90 1/16. \(переплет\) ISBN 978-5-9776-0212-9, 1000 экз/ \(ЭР\) http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=332300](http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=332300)

3. Поляков В.А. Рекламный менеджмент: Учебное пособие / В.А. Поляков, А.А. Романов. - М.: КУРС: НИЦ Инфра-М, 2012. - 352 с.: 60х90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-905554-07-0, 1000 экз. (ЭР) <http://znanium.com/bookread.php?book=257602>

7. 2. Дополнительная литература:

4. Малышева М. Ф. Правовое регулирование рекламной деятельности [Текст]: учебно-практическое пособие / М. Ф. Малышева, А. В. Попова ; Издательско-торговая корпорация "Дашков и К". - 2-е изд. - Москва : Дашков и К', 2010. - 160 с. - Библиогр.: с. 159. - В пер. - ISBN 978-5-394-00842-9.

5. Эриашвили Н. Д. Правовое регулирование рекламной деятельности [Электронный ресурс]: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Юриспруденция» / [Н. Д. Эриашвили и др.] - М.: ЮНИТИДАНА: Закон и право, 2012. - 240 с. - ISBN 978-5-238-01546-0. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread.php?book=377375>

3. Условия реализации программы производственной практики

3.1 Образовательные технологии, используемые на производственной практике

Во время проведения производственной практики используются следующие технологии: лекции, практикоориентированные технологии.

3.4 Материально-техническое обеспечение производственной практики

В основном обеспечивается производственным предприятием, на котором студент-практикант проходит данную практику.

Перечень наглядных и других пособий:

1. Компьютерное и мультимедийное оборудование;
2. Приборы и оборудование производственного назначения;
3. Ссылки на интернет-ресурсы:
 1. Сайт цифровых учебно-методических материалов ВТУЭС//abc.vvsu.ru
 2. Нормативно-правовая основа рекламной деятельности.
 3. Порядок управления рекламной деятельностью в соответствии с ГОСТ Р ИСО 9001:2011 п.7.2.1, 7.2.3
 4. Сборник ГОСТов по проектированию дизайн объекта.

4. Фонды оценочных средств результатов производственной практики

4.1 Форма промежуточной аттестации – дифференцированный зачет в форме презентации и защиты отчета по итогам прохождения производственной практики.

4.2 Формы оценочных средств результатов производственной практики

Результаты (освоенные компетенции)	Формы оценочных средств
ПК.3.1 Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка	Анализ отчета по производственной практике, развернутая беседа с обсуждением процесса выявления целевых групп потребителей. Отзыв руководителя практики (от организации) в виде характеристики.
ПК 3.2 Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта	Анализ отчета по производственной практике. Отзыв руководителя практики (от организации) в виде характеристики. Развернутая беседа с обсуждением процесса разработки средства продвижения рекламного продукта.
ОК 1 Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	Отчет по производственной практике.
ОК 2 Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	Отчет по производственной практике.
ОК 3 Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	Отчет по производственной практике.
ОК 4 Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	Отчет по производственной практике.
ОК 5 Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	Отчет по производственной практике.
ОК 6 Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	Отзыв руководителя практики (от организации).
ОК 7 Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий	Отзыв руководителя практики (от организации).
ОК 8 Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	Отчет по производственной практике.

планировать повышение квалификации	
ОК 9 Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	Отчет по производственной практике.

5. Методы обучения для обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья выбор мест прохождения практик должен учитывать состояние здоровья и требования по доступности.

Автор: Романов С.В. 
« 28 » 08 2016г.

Рецензент: _____
(Ф.И.О., подпись)
« ____ » _____ 2016г.

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Набережночелнинский институт (филиал) федерального государственного автономного
образовательного учреждения высшего образования
«Казанский (Приволжский) федеральный университет»
ИНЖЕНЕРНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ

УТВЕРЖДАЮ
Директор



Т.И. Бычкова

2016 г.

ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

ПМ.04 «Организация и управление процессом изготовления рекламного
продукта»

Специальность: 42.02.01 «Реклама»

Квалификация выпускника: Специалист по рекламе

Форма обучения: очная

на базе основного общего образования

Язык обучения: русский

Автор: Ахметова А.М.

Рецензент: Замыслова А. Ю.

СОГЛАСОВАНО:

Председатель ПЦК «Цикл дизайна и рекламы»:

Лоншакова М. М.

Протокол заседания ПЦК № 1 от «31» 08 2016г.

Учебно-методическая комиссия инженерно-экономического колледжа

Протокол заседания УМК № 1 от «29» 08 2016г.

г. Набережные Челны, 2016

1. Паспорт рабочей программы производственной практики

1.1. Цели производственной практики

Цели прохождения производственной практики «Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта» соотносятся с общими целями ППССЗ по специальности и направлению подготовки специалиста по рекламе, которые дают студенту опыт работы на производстве, сферы ее применения в рекламе и умения реализовывать проектный замысел с учетом производственных требований. Производственная практика (по профилю специальности) направлена на:

Основной целью производственной практики является содействие профориентации студентов как будущих специалистов по рекламе.

- обобщение и совершенствование практических знаний и навыков профессиональной деятельности;
- сбор материалов по теме выпускной квалификационной работы;
- закрепление и углубление знаний, полученных студентами во время аудиторных занятий;
- воспитание сознательной трудовой и производственной дисциплины.

1.2. Задачи производственной практики

Производственная практика (по профилю специальности) направлена на:

- разработку рекламных проектов;
- воплощение авторских проектов в материале;
- работу с заказчиком;

Производственная практика закрепляет системное представление о работе специалиста по рекламе, стадиях воплощения производственного заказа от технического задания до его исполнения в материале. Знакомит с правилами ведения отчетной документации. Производственная практика является подготовительной стадией к выполнению выпускной квалификационной работы.

1.3. Место производственной практики в структуре ППССЗ

Производственная практика студентов специальности «Реклама» очной формы обучения входит в состав профессионального модуля ПМ.04 «Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта», является обязательным разделом основной профессиональной образовательной программы. Она представляет собой вид учебных занятий, обеспечивающих практико-ориентированную подготовку обучающихся.

Производственная практика (по профилю специальности) проводится образовательным учреждением при освоении студентами профессиональных компетенций в рамках профессиональных модулей и может реализовываться концентрированно.

В ходе производственной практики студент использует знания, полученные при изучении таких дисциплин, как «Рекламная деятельность», «Документационное обеспечение управления», «Реклама в коммуникационном процессе», «Художественное проектирование рекламного продукта», «Правовое обеспечение рекламной деятельности», «Ценообразование на рынке рекламных услуг», «Экономика организации», «Рисунок с основами перспективы», «Живопись с основами цветоведения», «История изобразительного искусства», «Безопасность жизнедеятельности», а также, таких профессиональных модулей, как «Разработка и создание дизайна рекламной продукции», «Производство рекламной продукции», «Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта».

При прохождении производственной практики обращается внимание студентов на то, как и где применяются, полученные ими ранее знания, теоретические положения и практические навыки и каким образом они могут использоваться будущими специалистами.

1.4. Формы проведения производственной практики

Производственная практика проводится в организациях, имеющих рекламную группу или бюро в форме работы с производственной и рабочей документацией и самостоятельной работы студентов на рабочих местах в рекламных подразделениях, выполняя работу по заказу предприятия.

1.5 Место и сроки проведения производственной практики

Производственная практика проводится в соответствии с учебным планом на промышленных предприятиях, оснащенных современным технологическим оборудованием, современными компьютерными программами, в организациях, имеющих практический опыт выполнения рекламной продукции.

№	Наименование организации	№ договора
1	ООО «Мебельная фабрика Премьер»	№184/09-01
2	ООО «КОМ»	01/2003-С
3	ЗАО «Челныводоканал»	5-120
4	ООО «Челнылифт»	1181/169-01
5	ООО «Ремонтный завод»	1195/18-01
6	ОАО Страховая компания «Итиль»	161/09-01
7	Филиал ЗАО Страхования компания «Чулпан»	162/09-01
8	ООО Страховая компания «АСКО»	163/09-01
9	Филиал ОАО «НАСКО Татарстан»	164/09-01
10	ООО «Магнолия»	182/09-01
11	ЗАО «ТАТПРОФ»	183/09-01
12	ООО «Центр АРТ-Дизайна»	01-12-12
13	ОАО «КАМАЗ» - Соглашение о сотрудничестве	0.1.55.11-73/13
14	ООО "Домкор Проект"	292
15	Журнал "Комфортное жилье"	б/н
16	Торгово-Промышленная Палата г.Наб.Челны и региона «Закамье»	14-038

Осваивается на четвертом курсе (8 семестр) в течение 4-х недель (144 часа).

1.7 Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения производственной практики

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в результате изучения профессионального модуля должен:

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 организации 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.

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;

Демонстрировать способность и готовность:
применять полученные знания на практике.

В результате прохождения практики студент должен подтвердить свои общие и профессиональные компетенции, полученные в результате обобщения теоретических знаний и практического опыта, представленные в таблице:

Коды компетенций	Содержание компетенции
ОК	ОБЩИЕ КОМПЕТЕНЦИИ ВЫПУСКНИКА
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, 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 технологии 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
ПК	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ ВЫПУСКНИКА
ПК 4.1	Составлять конкретные задания для реализации дизайн-проекта на основе технологических карт
ПК 4.2	Планировать собственную деятельность
ПК 4.3	Контролировать сроки и качество выполнения заданий

2. Структура и содержание производственной практики

2.1 Общая трудоемкость практики составляет 144 часа.

	Виды работ на практике	Объем часов
.	Вводный инструктаж. Назначение и специализация предприятия.	8
.	Ознакомление с характеристикой деятельности и трудовым распорядком организации	2
	Организация и планирование работ на предприятии	10
.1	Организация труда на предприятии	5
.2	Планирование работ на предприятии	5
	Основные задачи, решаемые на предприятии	20
.1	Общие задачи	16
.2	Задачи предприятия в области дизайна	20
	Изучение применяемых материалов и технологий	16
.1	Материалы	6
.2	Технологии	10
.	Планирование собственной деятельности	38
.1	Планирование и прогнозирование	7
.2	Стратегическое планирование	7
.3	Бизнес-планирование	8
.4	Организация взаимодействия на стадии выполнения планов	8
.5	Самоменеджмент	8
	Выполнение практических работ (задание)	46
	Выполнение задания	36
	Приложение	10
.	Оформление отчета	4
	Итого	144

2.2. Методическое обеспечение производственной практики

1. Дизайн и рекламные технологии: Учебное пособие / О.Н. Ткаченко; Под ред. Л.М. Дмитриевой; Омский гос. технический университет (ОмГТУ). - М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 176 с.: 60x88 1/16. - (Бакалавриат). (о) ISBN 978-5-9776-0288-4, (ЭР) <http://www.znaniium.com/bookread.php?book=429223>

2. Ильин А. И. Планирование на предприятии. Учебное пособие. Мн.: Новое

знание, 2010. - 700 с.

3. Мудров А. Н. Основы рекламы.: Учебник / А.Н. Мудров. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Магистр: ИНФРА-М, 2012. - 416 с.: ил.; 60х90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-9776-0212-9, 1000 экз/ (ЭР) <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=332300>

4. Рекламный менеджмент: Учебное пособие / В.А. Поляков, А.А. Романов. - М.: КУРС: НИЦ Инфра-М, 2012. - 352 с.: 60х90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-905554-07-0, 1000 экз. (ЭР) <http://znanium.com/bookread.php?book=257602>

5. Сухов А.Н. Социальная психология: учеб. пособие. Рекомендовано ФГУ «ФИРО»-10е изд. «Академия», 2014. – 240 с.

6. Эрих Гамма, Ричард Хелм, Ральф Джонсон, Джон Влиссидес. Приемы объектно-ориентированного проектирования. Паттерны проектирования. Из-во: Питер, 2013. – 368 с.

3. Условия реализации программы производственной практики

3.1 Образовательные технологии, используемые на производственной практике.

Производственная практика предполагает использование как традиционных для рекламного проектирования форм проведения занятий: сбор и анализ материала к проекту, выполнение проектного поиска, выполнение проектной графики и макета, так и инновационных образовательных технологий. В процессе разработки проекта используются активных и интерактивных формы проведения работы: выполнение ряда практических заданий с использованием профессиональных программных средств, создания и ведения электронных баз данных; мультимедийных программ, включающих подготовку и выступления студентов на защитах проектов с фото, аудио- и видеоматериалами по теме, выполнение презентаций проекта.

3.5 Материально-техническое обеспечение производственной практики.

Материально-техническое обеспечение производственной практики основывается на материально-технической базе организаций, на которых проходит практика. Организации, занимающиеся разработкой и внедрением дизайн-проектов должны отвечать современным требованиям производства, применять новые технологии, материалы и оборудование.

Для оформления отчета по практике необходимо:

- 1. Компьютерное и мультимедийное оборудование;
 - 2. Приборы и оборудование производственного назначения;
 - Ссылки на интернет-ресурсы:
5. Сайт цифровых учебно-методических материалов ВТУЭС//abc.vvsu.ru
 6. Нормативно-правовая основа рекламной деятельности.
 7. Порядок управления рекламной деятельностью в соответствии с ГОСТ Р ИСО 9001:2011 п.7.2.1, 7.2.3
 8. Сборник ГОСТов по проектированию дизайн объекта.

Программа составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта (далее ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее СПО) 42.02.01 «Реклама» утвержденного приказом Минобрнауки России №510 от 12.05.2014г., положения об Учебной программе ФГАОУ ВПО «Казанский (Приволжский) федеральный университет» №01.1.56-06/74/11 от 23.12.2011г. и учебного плана специальности 42.02.01 «Реклама»

4. Фонды оценочных средств результатов производственной

практики

4.1 Форма промежуточной аттестации – дифференцированный зачет в форме презентации и защиты отчета по итогам прохождения производственной практики.

ВОПРОСЫ К ДИФФЕРЕНЦИРОВАННОМУ ЗАЧЕТУ:

1. Базы, цели и задачи производственной практики специалиста по рекламе.
2. Особенности, роль и функции технического задания. Составить техническое задание (бриф) к проекту с постановкой задач на проектирование.
3. Функция, структура, этапы и технология разработки рекламного продукта.
4. Руководство проектированием и разработкой технических требований к рекламному продукту в условиях производства.
5. Проблемно-целевой блок в проектировании рекламного продукта.
6. Формирование задания и решение задач по рекламному проектированию с учетом психологии и пожеланий заказчика и общества в целом. Особенности работы с заказчиками и потребителями.
7. Аналог и прототип рекламного продукта. Особенности работы с конкретными проектными материалами: архивными документами, предшествующими проектами других авторов (аналогами) в условиях производства.
8. Организационно-управленческая структура предприятия. Материалы и оборудование производственной среды. Технологические требования на производстве.
9. Организация планирования, разработки и выполнения рекламного проекта.
10. Цели и задачи предпроектного исследования. Моделирование и анализ проблемных ситуаций.
11. Методы решения проектных задач в составе группы специалистов по рекламе и других специалистов на производстве.
12. Функциональные, художественные и технические задачи рекламного проекта.
13. Средства и системы визуальной информации при разработке рекламного проекта.
14. Технологический процесс производства и продвижения рекламного продукта. Правила оформления и подачи рекламных проектов.
15. Художественное решение при проектировании рекламного продукта. Выполнение эскиза с учетом использования техники и технологий и программных средств компьютерной обработки графики.
16. Анализ процесса продвижения рекламного продукта, услуги как товара. Оценка эффективности рекламной кампании.
17. Инструменты и рабочее место специалиста по рекламе на производстве. Описать особенности и требования к нему и построить эргономическую схему.
18. Место и роль рекламной службы в повышении эффективности работы организации.
19. Современные методы изготовления рекламного продукта на базе программных средств компьютерной обработки. Способы визуализации объекта проектирования.
20. Опасные и вредные производственные факторы. Требования к технике безопасности.
21. Портфолио специалиста по рекламе. Описать необходимые требования к нему. Составить собственное портфолио.
22. Вопросы психологического воздействия рекламы на состояние человека в среде.
23. Способы визуализации объекта проектирования.
24. Подготовка авторской документации для регистрации авторских прав.
25. Анализ и систематизация информационного материала, полученного на производственной практике. Структура отчета по производственной практике. Описать содержание и последовательность работы.

4.3 Формы оценочных средств результатов производственной практики.

Результаты (освоенные компетенции)	Формы оценочных средств
ПК 4.1 Составлять конкретные задания для реализации дизайн-проекта на основе технологических карт	Анализ отчета по производственной практике, развернутая беседа с обсуждением и разбором конкретных документов, требований к проекту.
ПК 4.2. Планировать собственную деятельность	Отзыв руководителя практики (от организации)
ПК 4.3. Контролировать сроки и качество выполнения заданий	Защита практических работ в ходе производственной практики (фото и видеоматериалы, графические документы). Отзыв руководителя практики (от организации) в виде характеристики
ОК1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	Отчет по производственной практике.
ОК2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	Отчет по производственной практике
ОК3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	Отчет по производственной практике
ОК4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Отчет по производственной практике.
ОК5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	Изучение нормативной документации по оценке качества продукции и определению его уровня.
ОК6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	Отзыв руководителя практики (от организации)
ОК7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	Отзыв руководителя практики (от организации)
ОК8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	Отчет по производственной практике.

осознанно планировать повышение квалификации.	
ОК9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	Отчет по производственной практике.

Автор: Ахметова А.М. *Ахмет*
« 31 » августа 2016г.

Рецензент: ген. директор ООО «Белый глинаец» Замыслова А. Ю.
« 31 » 08 2016г.



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Набережночелнинский институт (филиал) федерального государственного автономного
образовательного учреждения высшего образования
«Казанский (Приволжский) федеральный университет»
ИНЖЕНЕРНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ



УТВЕРЖДАЮ
Директор

 Т.И. Бычкова
« 31 » 08 2016 г.

ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

ПМ.05 «Выполнение работ по должности агент рекламный»

Специальность: 42.02.01 «Реклама»
Квалификация выпускника: специалист по рекламе
Форма обучения: очная
на базе основного общего образования
Язык обучения: русский
Автор: Романов С.В.

СОГЛАСОВАНО:

Председатель ПКЦ «Цикл дизайна и рекламы»  М.М. Лоншакова

Протокол заседания ПКЦ № 001 от « 31 » августа 2016 г.

Учебно-методическая комиссия инженерно-экономического колледжа

Протокол заседания УМК № 01 от « 29 » 08 2016 г.

г. Набережные Челны, 2016 г.

1. Паспорт рабочей программы учебной практики

1.1 Цели учебной практики

Целью учебной практики является выполнение работ по должности агент рекламный.

1.2 Задачи учебной практики

Задачи учебной практики:

- закрепление и углубление знаний, полученных студентами во время аудиторных занятий;
- формирование общих и профессиональных компетенций в соответствии с ФГОС СПО по профессии;
- приобретение практического опыта по виду профессиональной деятельности;
- воспитание сознательной трудовой и производственной дисциплины.

1.3 Место учебной практики в структуре ППССЗ

Учебная практика по выполнению работ по должности агент рекламный для получения первоначальных профессиональных навыков осуществляется студентами на третьем семестре и входит в профессиональный модуль ПМ.05 «Выполнение работ по должности агент рекламный».

В ходе производственной практики студент использует знания, полученные при изучении таких дисциплин, как «Рекламная деятельность», «Документационное обеспечение управления», «Реклама в коммуникационном процессе», «Художественное проектирование рекламного продукта», «Правовое обеспечение рекламной деятельности», «Ценообразование на рынке рекламных услуг», «Экономика организации», «Рисунок с основами перспективы», «Живопись с основами цветоведения», «История изобразительного искусства», «Безопасность жизнедеятельности», а также, таких профессиональных модулей, как «Разработка и создание дизайна рекламной продукции», «Производство рекламной продукции», «Маркетинг в рекламе».

Программа учебной практики для получения первоначальных профессиональных навыков по выполнению работ по должности агент рекламный ориентирована на получение навыков применения и закрепления теоретических знаний в практической деятельности. Практические навыки должны быть использованы для подготовки к сдаче квалификационного экзамена по профессиональному модулю.

1.4 Формы проведения учебной практики

Учебная практика проводится в организациях в форме работы с документацией и самостоятельной работы студентов на рабочих местах в рекламных и маркетинговых подразделениях (отделах).

1.5 Место и сроки проведения учебной практики

Учебная практика проводится в соответствии с учебным планом в организациях:

	Наименование организации	№ договора
	ООО «Мебельная фабрика Премьер»	№193/10-01 от 22.01.2010
	ООО «РегионТехСнаб»	№01-12-03 от 11.03.2012
	НЧИ КФУ Инженерно-экономический колледж	№01/13-01 от 10.01.2013
	ООО «Магнолия»	№434 от 04.05.2015
	ЗАО «ТАТПРОФ»	№485 от 20.05.2015

Учебная практика проводится в 5 семестре в течение 4 недель (144 часа).

1.6 Компетенции, формируемые в результате прохождения учебной практики

В процессе прохождения учебной практики обучающийся формирует и демонстрирует следующие общие и профессиональные компетенции, полученные в результате обобщения теоретических знаний и практического опыта, представленные в таблице 1.

Таблица 1 – Перечень компетенций

Коды компетенций	Содержание компетенции
1	2
ОК	ОБЩИЕ КОМПЕТЕНЦИИ ВЫПУСКНИКА
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
ПК	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ ВЫПУСКНИКА
ПК 5.1	Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиентов
ПК 5.2	Вести переговоры с заказчиками, производителями рекламы и средствами массовой информации в качестве посредника по предоставлению
ПК 5.3	Оформлять договорную и финансовую документацию при работе с заказчиком с использованием офисной оргтехники, информационных и коммуникационных технологий
ПК 5.4	Использовать современные информационные и коммуникационные средства продвижения рекламы

ПК 5.5	Работать в рекламных акциях в качестве исполнителя
---------------	--

2. Структура и содержание учебной практики

2.1 Общая трудоемкость учебной практики составляет 144 часа.

Виды работ на практике представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Виды работ на практике

Наименование разделов и тем		Кол-во часов
1	2	3
Раздел 1	Организационно-экономическая характеристика предприятия	10
Тема 1.1	Организационно-правовая форма предприятия	5
Тема 1.2	Виды деятельности и общая схема структурного построения и управления деятельностью рекламного агентства	5
Раздел 2	Комплекс маркетинга, его оценка	10
Тема 2.1	Наличие маркетинговой политики и стратегии РА	5
Тема 2.2	Распространение, наличие политики распределения и продвижения, каналы, формы и методы распределения, наличие и организация работы службы рекламных агентов, оценка рациональности имеющейся системы распространения	5
Раздел 3	Организация и планирование работ на предприятии	10
Тема 3.1	Организация труда на предприятии	5
Тема 3.2	Планирование работ на предприятии	5
Раздел 4	Основные задачи, решаемые на предприятии	10
Тема 4.1	Общие задачи	5
Тема 4.2	Задачи предприятия в области рекламы	5
Раздел 5	Изучение применяемых материалов и технологий	28
Тема 5.1	Материалы	10
Тема 5.2	Технологии	18
Раздел 6	Выполнение практических работ (задание)	54
Тема 6.1	Задание	4
Тема 6.2	Приложение	50
Тема 6.3	Оформление отчета	18
	Практические занятия	4
	Всего часов	144

2.3 Методическое обеспечение учебной практики

2. Для прохождения вводного инструктажа и инструктажа по технике безопасности на рабочем месте практиканту следует руководствоваться следующей нормативной документацией:

- ГОСТ 12.0.004-90 «Организация обучения безопасности труда»;

- Постановление Минтруда РФ и Минобразования РФ №1/29 от 13 января 2003 г. «Об утверждении порядка обучения по охране труда и проверки знаний требований охраны труда работников организаций».

2. Ознакомление со структурой и с трудовым распорядком организации производится на основании Устава организации, должностных инструкций и комплекта рабочей документации.

ЛИТЕРАТУРА

7.1. Основная литература:

1. Мазилкина Е. И. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Текст]: учебник / Е. И. Мазилкина. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2014. - 332 с. - (Высшее образование). - Библиогр.: с. 330. - Гриф УМО. - В пер. - ISBN 978-5-222-18945-0.

2. [Мудров А. Н. Основы рекламы.: Учебник / А.Н. Мудров. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Магистр: ИНФРА-М, 2012. - 416 с.: ил.; 60х90 1/16. \(переплет\) ISBN 978-5-9776-0212-9, 1000 экз/ \(ЭР\) <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=332300>](#)

3. Поляков В.А. Рекламный менеджмент: Учебное пособие / В.А. Поляков, А.А. Романов. - М.: КУРС: НИЦ Инфра-М, 2012. - 352 с.: 60х90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-905554-07-0, 1000 экз. (ЭР) <http://znanium.com/bookread.php?book=257602>

7. 2. Дополнительная литература:

4. Малышева М. Ф. Правовое регулирование рекламной деятельности [Текст]: учебно-практическое пособие / М. Ф. Малышева, А. В. Попова ; Издательско-торговая корпорация "Дашков и К". - 2-е изд. - Москва : Дашков и К', 2010. - 160 с. - Библиогр.: с. 159. - В пер. - ISBN 978-5-394-00842-9.

5. Эриашвили Н. Д. Правовое регулирование рекламной деятельности [Электронный ресурс]: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Юриспруденция» / [Н. Д. Эриашвили и др.] - М.: ЮНИТИДАНА: Закон и право, 2012. - 240 с. - ISBN 978-5-238-01546-0. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread.php?book=377375>

3. Условия реализации программы учебной практики

3.1 Образовательные технологии, используемые на учебной практике

Во время проведения учебной практики используются следующие технологии: лекции, практикоориентируемые технологии.

3.6 Материально-техническое обеспечение учебной практики

В основном обеспечивается производственным предприятием, на котором студент-практикант проходит данную практику.

Перечень наглядных и других пособий:

1. Компьютерное и мультимедийное оборудование;
2. Приборы и оборудование производственного назначения;
3. Ссылки на интернет-ресурсы:
 9. Сайт цифровых учебно-методических материалов ВТУЭС//abc.vvsu.ru
 10. Нормативно-правовая основа рекламной деятельности.
 11. Порядок управления рекламной деятельностью в соответствии с ГОСТ Р ИСО 9001:2011 п.7.2.1, 7.2.3
 12. Сборник ГОСТов по проектированию дизайн объекта.

4. Фонды оценочных средств результатов учебной практики

4.1 Форма промежуточной аттестации – дифференцированный зачет в форме презентации и защиты отчета по итогам прохождения учебной практики.

4.3 Формы оценочных средств результатов учебной практики

Результаты (освоенные компетенции)	Формы оценочных средств
ПК.5.1 Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиентов	Анализ отчета по учебной практике, развернутая беседа с обсуждением порядка поиска и привлечения клиентов. Отзыв руководителя практики (от организации) в виде характеристики.
РК.5.2 Вести переговоры с заказчиками, производителями рекламы и средствами массовой информации в качестве посредника по предоставлению	Анализ отчета по учебной практике. Отзыв руководителя практики (от организации) в виде характеристики.
ПК.5.3 Оформлять договорную и финансовую документацию при работе с заказчиком с использованием офисной оргтехники, информационных и коммуникационных технологий	Анализ отчета по учебной практике, развернутая беседа с обсуждением порядка оформления договорной и финансовой документации. Отзыв руководителя практики (от организации) в виде характеристики.
ПК 5.4 Использовать современные информационные и коммуникационные средства продвижения рекламы	Анализ отчета по учебной практике. Отзыв руководителя практики (от организации) в виде характеристики.
ПК.5.5 Работать в рекламных акциях в качестве исполнителя	Анализ отчета по учебной практике, развернутая беседа с обсуждением работы в рекламных акциях в качестве исполнителя. Отзыв руководителя практики (от организации) в виде характеристики.
ОК 1 Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	Отчет по учебной практике.
ОК 2 Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	Отчет по учебной практике.

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	Отчет по учебной практике.
ОК 3 Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	Отчет по учебной практике.
ОК 4 Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	Отчет по учебной практике.
ОК 5 Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	Отчет по учебной практике.
ОК 6 Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	Отзыв руководителя практики (от организации).
ОК 7 Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий	Отзыв руководителя практики (от организации).
ОК 8 Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	Отчет по учебной практике.
ОК 9 Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	Отчет по учебной практике.
ОК 10 Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности	Отзыв руководителя практики (от организации).
ОК 11 Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке	Отчет по учебной практике.

5. Методы обучения для обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья выбор мест прохождения практик должен учитывать состояние здоровья и требования по доступности.

Автор: Романов С.В. *С.В. Романов*
«21» *08* 2016г.

Рецензент: _____
(Ф.И.О., подпись)
«31» *август* 2016г.

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Набережночелнинский институт (филиал) федерального государственного автономного
образовательного учреждения высшего образования
«Казанский (Приволжский) федеральный университет»
ИНЖЕНЕРНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ



УТВЕРЖДАЮ
Директор

Т.И. Бычкова

« 31 » 08 2016 г.

ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ)

Специальность: 42.02.01 «Реклама»
Квалификация выпускника: Специалист по рекламе
Форма обучения: очная
на базе основного общего образования
Язык обучения: русский
Автор: Лоншакова М.М.
Рецензент: Замыслова А. Ю.

СОГЛАСОВАНО:

Председатель ПЦК «Цикл дизайна и рекламы»: М.М. Лоншакова

Протокол заседания ПЦК № 004 от « 31 » августа 2016г.

Учебно-методическая комиссия инженерно-экономического колледжа

Протокол заседания УМК № 01 от « 29 » 08 2016г.

г. Набережные Челны, 2016

1. Паспорт рабочей программы производственной (преддипломной) практики

1.1. Цели производственной (преддипломной) практики

Цели прохождения производственной (преддипломной) практики соотносятся с общими целями ФГОС СПО по специальности и направлению подготовки специалиста по рекламе, которые дают студенту опыт работы на производстве, сферы ее применения в рекламе и умения реализовывать проектный замысел с учетом производственных требований. Производственная (преддипломная) практика проводится с целью закрепления и расширения теоретических и практических знаний студентов, приобретения профессиональных навыков работы по специальности, сбора материала для выпускной квалификационной работы. Сроки проведения и продолжительность практики определяются учебным планом специальности 42.02.01 «Реклама».

Производственная (преддипломная) практика закрепляет системное представление о работе специалиста по рекламе, стадиях воплощения производственного заказа от технического задания до его исполнения в материале. Знакомит с правилами ведения отчетной документации. Производственная практика является подготовительной стадией к выполнению выпускной квалификационной работы и практической деятельности специалиста по рекламе.

1.2. Задачи производственной (преддипломной) практики

В результате ее прохождения (по профилю специальности) студент должен иметь практический опыт:

- маркетинговых исследований в рекламе;
- дифференцирования понятий и видов субъектов рекламных отношений;
- правового регулирования рекламной деятельности;
- контроля за соблюдением законодательства о рекламе и ответственность за его нарушение;
- работы с заказчиком;
- сбор материалов по теме выпускной квалификационной работы;

1.3. Место производственной (преддипломной) практики в структуре ПСССЗ

Производственная (преддипломная) практика студентов специальности 42.02.01 «Реклама» очной формы обучения представляет собой вид деятельности, обеспечивающей практико-ориентированную подготовку обучающихся.

Производственная практика (преддипломная) проводится образовательным учреждением при освоении студентами профессиональных компетенций в рамках профессиональных модулей и может реализовываться концентрированно.

В ходе производственной практики (преддипломной) студент использует знания, полученные при изучении таких дисциплин, как «Рекламная деятельность», «Документационное обеспечение управления», «Реклама в коммуникационном процессе», «Художественное проектирование рекламного продукта», «Правовое обеспечение рекламной деятельности», «Ценообразование на рынке рекламных услуг», «Экономика организации», «Рисунок с основами перспективы», «Живопись с основами цветоведения», «История изобразительного искусства», «Безопасность жизнедеятельности», а также, таких профессиональных модулей, как «Разработка и создание дизайна рекламной продукции», «Производство рекламной продукции», «Маркетинг в рекламе».

Места и базы практики определяются договорами, заключаемыми колледжем и предприятиями, условиями контрактов, заявками предприятий, организаций,

учреждений, собственным выбором места практики обучающимися.

При прохождении производственной практики (преддипломной) обращается внимание студентов на то, как и где применяются, полученные ими ранее знания, теоретические положения и практические навыки и каким образом они могут использоваться будущими специалистами.

Осваивается на четвертом курсе (8 семестр).

1.4. Формы проведения производственной (преддипломной) практики

Производственная (преддипломная) практика проводится в рекламных агентствах и организациях, имеющих рекламную группу в форме работы с производственной и рабочей документацией и самостоятельной работы студентов на рабочих местах в рекламных подразделениях, выполняя работу по заказу предприятия.

1.5 Место и сроки проведения производственной (преддипломной) практики

Производственная (преддипломная) практика проводится в соответствии с учебным планом в организациях, оснащенных современным технологическим оборудованием, современными компьютерными программами, имеющими практический опыт выполнения рекламной продукции.

№	Наименование организации	№ договора
1	ООО «Мебельная фабрика Премьер»	184/09-01
2	ООО «КОМ»	01/2003-С
3	ЗАО «Челныводоканал»	5-120
4	ООО «Челнылифт»	1181/169-01
5	ООО «Ремонтный завод»	1195/18-01
6	ОАО Страховая компания «Итиль»	161/09-01
7	Филиал ЗАО Страхования компания «Чулпан»	162/09-01
8	ООО Страховая компания «АСКО»	163/09-01
9	Филиал ОАО «НАСКО Татарстан»	164/09-01
10	ООО «Магнолия»	182/09-01
11	ЗАО «ТАТПРОФ»	183/09-01
12	ООО «Центр АРТ-Дизайна»	01-12-12
13	ОАО «КАМАЗ» - Соглашение о сотрудничестве	0.1.55.11-73/13
14	ООО "Домкор Проект"	292
15	Журнал "Комфортное жилье"	б/н
16	Торгово-Промышленная Палата г.Наб.Челны и региона «Закамье»	14-038
17.	ООО «РегионТехСнаб»	197/10-01
18.	ОАО «КАМГЭСЭНЕРГОСТРОЙ»	234
19.	ООО "ДОМКОР"	751/03-16
20	ООО «Строймеханизация-МА»	288

Осваивается на четвертом курсе (8семестр) в течение 4-х недель. Общий объем часов (216 час.)

1.8 Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения производственной практики

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в результате изучения

профессионального модуля должен:

уметь:

- 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:

- профессиональные права и обязанности;
- способы защиты прав и обязанностей;
- права и обязанности работника и работодателя;
- основные принципы работы организации 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 маркетинга.

иметь практический опыт:

- контроля соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя;
 - взаимодействия с субъектами рекламной деятельности;
 - подготовки документации для регистрации авторских прав;
 - 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;
- Демонстрировать способность и готовность:
применять полученные знания на практике.

Специалист по рекламе должен обладать общими компетенциями, включающими в себя способность (по углубленной подготовке)

В результате прохождения практики студент должен подтвердить свои общие и профессиональные компетенции, полученные в результате обобщения теоретических знаний и практического опыта, представленные в таблице:

Коды компетенции	Содержание компетенции
ОК	ОБЩИЕ КОМПЕТЕНЦИИ ВЫПУСКНИКА
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, 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 технологии 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
ПК	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ ВЫПУСКНИКА
ПК 1.1	Осуществлять поиск рекламных идей
ПК 1.2	Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы
ПК 1.3	Разрабатывать авторские рекламные проекты
ПК 1.4	Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений
ПК 1.5	Создавать визуальные образы с рекламными функциями
ПК 2.1	Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы
ПК 2.2	Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии
ПК 2.3	Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале
ПК 3.1	Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка
ПК 3.2	Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта
ПК 4.1	Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей
ПК 4.2	Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее
ПК 4.3	Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт

2. Структура и содержание производственной (преддипломной) практики

2.1 Общая трудоемкость практики составляет 144 часа.

№	Виды работ на практике	Объем часов
1	2	3
Раздел 1	Назначение и специализация предприятия	8
1.1	История развития предприятия	4
1.2	Характеристика деятельности предприятия	4
Раздел 2	Структура предприятия	8
2.1	Структура управления предприятием	4

2.2	Службы и отделы предприятия	4
Раздел 3	Организация и планирование работ на предприятии	8
3.1	Организация труда на предприятии	4
3.2	Планирование работ на предприятии	4
Раздел 4	Основные задачи, решаемые на предприятии	8
4.1	Общие задачи	4
4.2	Задачи предприятия в области дизайна	4
Раздел 5	Изучение применяемых материалов и технологий	18
5.1	Материалы	6
5.2	Технологии	12
Раздел 6	Сбор практического материала для выполнения выпускной квалификационной работы (задание)	84
6.1	Задание	42
6.2	Приложение	40
6.3	Обработка и систематизация информации в соответствии с утвержденным планом дипломной работы. Оформление отчета.	8
7	Практические занятия	4
Всего часов		144

2.2 Методическое обеспечение производственной (преддипломной) практики.

10. Для прохождения вводного инструктажа и инструктажа по технике безопасности на рабочем месте практиканту следует руководствоваться нормативной документацией.

11. Техническая документация предприятия, занимающегося разработкой и производством рекламной продукции.

12. Дизайн и рекламные технологии: Учебное пособие / О.Н. Ткаченко; Под ред. Л.М. Дмитриевой; Омский гос. технический университет (ОмГТУ). - М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 176 с.: 60x88 1/16. - (Бакалавриат). (о) ISBN 978-5-9776-0288-4, (ЭР) <http://www.znaniyum.com/bookread.php?book=429223>

13. Ильин А. И. Планирование на предприятии. Учебное пособие. Мн.: Новое знание, 2010. - 700 с.

14. Мудров А. Н. Основы рекламы.: Учебник / А.Н. Мудров. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Магистр: ИНФРА-М, 2012. - 416 с.: ил.; 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-9776-0212-9, 1000 экз/ (ЭР) <http://znaniyum.com/catalog.php?bookinfo=332300>

15. Рекламный менеджмент: Учебное пособие / В.А. Поляков, А.А. Романов. - М.: КУРС: НИЦ Инфра-М, 2012. - 352 с.: 60x90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-905554-07-0, 1000 экз. (ЭР) <http://znaniyum.com/bookread.php?book=257602>

16. Сухов А.Н. Социальная психология: учеб. пособие. Рекомендовано ФГУ «ФИРО»-10е изд. «Академия», 2014. – 240 с.

17. Эрих Гамма, Ричард Хелм, Ральф Джонсон, Джон Влиссидес. Приемы объектно-ориентированного проектирования. Паттерны проектирования. Из-во: Питер, 2013. – 368 с.

18. Мазилкина Е. И. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Текст]: учебник / Е. И. Мазилкина. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2014. - 332 с. - (Высшее образование). - Библиогр.: с. 330. - Гриф УМО. - В пер. - ISBN 978-5-222-18945-0.

19. Мудров А. Н. Основы рекламы.: Учебник / А.Н. Мудров. - 3-е изд., перераб. и

доп. - М.: Магистр: ИНФРА-М, 2012. - 416 с.: ил.; 60х90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-9776-0212-9, 1000 экз./ (ЭР) <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=332300>

20. Поляков В.А. Рекламный менеджмент: Учебное пособие / В.А. Поляков, А.А. Романов. - М.: КУРС: НИЦ Инфра-М, 2012. - 352 с.: 60х90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-905554-07-0, 1000 экз. (ЭР) <http://znanium.com/bookread.php?book=257602>

21. Малышева М. Ф. Правовое регулирование рекламной деятельности [Текст]: учебно-практическое пособие / М. Ф. Малышева, А. В. Попова ; Издательско-торговая корпорация "Дашков и К". - 2-е изд. - Москва : Дашков и К', 2011. - 160 с. - Библиогр.: с. 159. - В пер. - ISBN 978-5-394-00842-9.

22. Эриашвили Н. Д. Правовое регулирование рекламной деятельности [Электронный ресурс]: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Юриспруденция» / [Н. Д. Эриашвили и др.] - М.: ЮНИТИДАНА: Закон и право, 2012. - 240 с. - ISBN 978-5-238-01546-0. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread.php?book=377375>

23. Для обработки и анализа полученной информации, подготовки отчета по практике студенту необходимо руководствоваться методическими указаниями по написанию отчета по учебной практики по ПМ 02 «Производство рекламной продукции»

3. Условия реализации программы проведения производственной (преддипломной) практики

3.1 Образовательные технологии, используемые на производственной (преддипломной) практике.

Преддипломная практика предполагает использование как традиционных для рекламного проектирования форм проведения занятий: сбор и анализ материала к проекту, выполнение проектного поиска при разработке рекламного продукта, выполнение проектной графики и макета, так и инновационных образовательных технологий. В процессе разработки проекта используются активных и интерактивных формы проведения работы: выполнение ряда практических заданий с использованием профессиональных программных средств, создания и ведения электронных баз данных; мультимедийных программ, включающих подготовку и выступления студентов на защитах проектов с фото, аудио- и видеоматериалами по теме, выполнение презентаций проекта. Преддипломная практика дает представление о работе специалиста по рекламе, стадиях воплощения производственного заказа от технического задания до его исполнения в материале. Знакомит с правилами ведения отчетной документации. Преддипломная практика позволяет собрать материал по теме и подготовить выпускную квалификационную работу.

3.7 Материально-техническое обеспечение производственной (преддипломной) практики.

Материально-техническое обеспечение производственной практики основывается на материально-технической базе организаций, на которых проходит практика. Организации, занимающиеся разработкой и внедрением рекламных проектов должны отвечать современным требованиям производства, применять новые технологии, материалы и оборудование.

Для оформления отчета по практике необходимо:

1. *Компьютерное и мультимедийное оборудование;*
2. *Приборы и оборудование производственного назначения;*
3. *Ссылки на интернет-ресурсы:*

13. Сайт цифровых учебно-методических материалов ВТУЭС//abc.vvsu.ru

14. Нормативно-правовая основа рекламной деятельности.

15. Порядок управления рекламной деятельностью в соответствии с ГОСТ Р ИСО 9001:2011 п.7.2.1, 7.2.3

16. Сборник ГОСТов по разработке и созданию и продвижению рекламной продукции.

Программа составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта (далее ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее СПО) 42.02.01 «Реклама» утвержденного приказом Минобрнауки России №510 от 12.05.2014г., положения об Учебной программе ФГАОУ ВПО «Казанский (Приволжский) федеральный университет» №01.1.56-06/74/11 от 23.12.2011г. и учебного плана специальности 42.02.01 «Реклама»

4. Фонды оценочных средств результатов проведения производственной (преддипломной) практики

4.1 Форма промежуточной аттестации – дифференцированный зачет в форме презентации и защиты отчета по итогам прохождения учебной практики.

4.4 Формы оценочных средств результатов проведения производственной (преддипломной) практики.

Результаты (освоенные компетенции)	Формы оценочных средств
ПК 1.1 Осуществлять поиск рекламных идей	Выполнение практических работ
ПК 1.2 Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы	Выполнение практических работ (эскизов) средствами рекламы.
ПК 1.3 Разрабатывать авторские рекламные проекты	Выполнение практических работ в ходе производственной практики (фото и видеоматериалы, графические материалы, макеты).
ПК 1.4 Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений	Выполнение практических работ
ПК 1.5 Создавать визуальные образы с рекламными функциями	Выполнение практических работ
ПК 2.1 Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы	Анализ отчета по производственной (преддипломной) практике, развернутая беседа с обсуждением и разбором конкретных документов, требований к проекту.
ПК 2.2 Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии	Отзыв руководителя практики (от организации)
ПК 2.3 Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале	Защита практических работ в ходе производственной практики (фото и видеоматериалы, графические материалы, макеты). Отзыв руководителя практики (от организации) в виде характеристики
ПК 3.1 Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка	Проведение маркетингового исследования. Отчет по производственной (преддипломной) практике.

ПК 3.2 Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта	Разработка средств для продвижения авторского рекламного продукта
ПК 4.1 Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей	Анализ отчета по учебной практике, развернутая беседа с обсуждением и разбором конкретных документов, требований к проекту.
ПК 4.2 Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее	Анализ отчета по производственной (преддипломной) практике, развернутая беседа с обсуждением и разбором конкретных документов, требований к проекту.
ПК 4.3 Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт	Подготовка документации
ОК1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	Отчет по производственной (преддипломной) практике.

проявлять к ней устойчивый интерес.	
ОК2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	Отчет по производственной (преддипломной) практике.
ОК3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	Отчет по производственной (преддипломной) практике.
ОК4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Отчет по производственной (преддипломной) практике.
ОК5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	Изучение нормативной документации по оценке качества продукции и определению его уровня.
ОК6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	Отзыв руководителя практики (от организации)
ОК7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	Отзыв руководителя практики (от организации)
ОК8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	Отчет по производственной (преддипломной) практике.
ОК9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	Отчет по производственной (преддипломной) практике.
ОК.10 Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности	Отзыв руководителя практики (от организации). Отчет по производственной (преддипломной) практике.
ОК.11 Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке	Отзыв руководителя практики (от организации).

Автор: Лоншакова М. М.

«31» августа 2016г.

Рецензент: ген. директор ООО «Белый глянec» Замыслова А. Ю.

(Ф.И.О., подпись)

«31» августа 2016г.