



**УТВЕРЖДАЮ**

Проректор по непрерывному  
образованию

П.П. Шкаренков

« 09 » 09 2019 г.

**Аннотации практик образовательной программы среднего профессионального образования – программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 Реклама (базовая подготовка)**

Программа учебной и производственной практики (далее программа практики) – является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама (утвержден приказом Минобрнауки России от 12.05.2014 г. № 510) в части освоения видов профессиональной деятельности (ВПД): Разработка и создание дизайна рекламной продукции, Производство рекламной продукции, Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта, Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта, Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих, Организация управления в сфере рекламной деятельности / Рекламная деятельность в сфере СМИ и массовых коммуникаций.

Результатом освоения учебной и производственной практики является освоение **общих компетенций (ОК):**

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.

**Задачи практики:**

- характеристика объекта практики;
- изучение деятельности организации;
- выявление специфики исследуемой проблемы по месту прохождения практики;
- сбор фактического и нормативного материала по теме исследования;
- анализ, систематизация и обобщение собранной информации;

- закрепление и использование специальных знаний, полученных в рамках профессионального модуля;
- преобразование приобретенных теоретических знаний в систему профессиональных умений;
- овладение современными методами сбора, анализа и обработки научной информации по проблеме;
- подбор и анализ основной и дополнительной литературы в соответствии с проблематикой работ, выполняемых во время практики.
- приобретение опыта практической работы в соответствии с требованиями, установленными ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама.

**Общий объем часов, отводимых на учебную и производственную практику – 984 часов.**

**Учебная практика** направлена на формирование у обучающихся практических профессиональных умений, приобретение первоначального практического опыта, реализуется в рамках модулей ООП СПО по основным видам профессиональной деятельности для последующего освоения ими общих и профессиональных компетенций по избранной специальности.

**Объем часов, отводимых на учебную практику – 324 часа (9 недель).**

Результатом освоения учебной практики являются следующие **профессиональные компетенции:**

*ПМ 01. Разработка и создание дизайна рекламной продукции.*

ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.

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

ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.

ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.

ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.

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

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

ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.

В результате прохождения учебной практики обучающиеся должны:

получить **практический опыт:** выбора художественной формы реализации рекламной идеи; создания визуального образа с рекламными функциями; выявления требований целевых групп потребителей; разработки средств продвижения рекламного продукта; разработки маркетинговой части бизнес-плана;

**уметь:** осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги; разрабатывать композиционное решение рекламного продукта; использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы; составлять рекламные тексты; проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей; анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп; проводить сегментирование рынка; принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта;

**знать:** выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы; приемы и принципы составления рекламного текста; композицию, шрифтовую и художественную графику в рекламе; методы проектирования рекламного продукта; методы психологического воздействия на потребителя; задачи, цели и общие требования к рекламе; основные направления рекламной деятельности; виды рекламной деятельности; структуру рекламного рынка.

Для проведения промежуточной аттестации по учебной практике обучающийся представляет следующую документацию:

1. Отчет с выполненным индивидуальным заданием. Титульный лист отчета скрепляется подписью руководителя практики от организации и руководителя практики от колледжа.

2. Дневник практики, подписанный руководителем практики от организации и заверенный печатью или штампом организации.

3. Аттестационный лист с оценкой освоенных компетенций, подписанный руководителем практики от организации с указанием занимаемой должности.

4. Отзыв-характеристику с места прохождения практики, подписанную руководителем практики от организации и заверенную печатью или штампом организации.

Промежуточная аттестация – дифференцированный зачет (зачет с оценкой).

**Производственная практика (по профилю специальности)** направлена на закрепление, расширение, углубление и систематизацию знаний, полученных при изучении специальных дисциплин, приобретение практического опыта, формирование у студента общих и профессиональных компетенций и реализуется в рамках модулей ООП СПО по каждому из видов профессиональной деятельности, предусмотренных ФГОС СПО по специальности.

**Объем часов, отводимых на производственную практику (по профилю специальности) – 504 часа (14 недель).**

Результатом освоения производственной практики (по профилю специальности) являются следующие **профессиональные компетенции**:

*ПМ 01. Разработка и создание дизайна рекламной продукции.*

ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.

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

ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.

ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.

ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.

*ПМ. 02 Производство рекламной продукции.*

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

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

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

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

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

ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.

*ПМ. 04 Организация и управление процессом изготовления 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.

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

ПК 5.1. Осуществлять работу с клиентами: по поиску, привлечению и ведению переговоров, а также владеть технологиями продаж.

ПК 5.2. Принимать участие в рекламных акциях в качестве исполнителя или посредника по предоставлению рекламных услуг.

ПК 5.3. Обеспечивать контакты с производителями рекламы, средствами массовой информации по вопросам производства, размещения и продвижения рекламного продукта, используя современные информационные и коммуникационные средства

ПК 5.4. Использовать офисную оргтехнику, информационные и коммуникационные технологии при оформлении договорной и финансовой документации с заказчиком, применяя в работе правовые нормы рекламного законодательства, регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг.

ПК 5.5. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений с использованием компьютерных технологий для обработки текстовой информации. Владеть начальными приемами создания и обработки изображений.

*ПМ. 06 Менеджмент в рекламе*

ПК 6.1. Координировать и контролировать информационное обеспечение рекламной деятельности в Интернете, системе СМИ и массовых коммуникаций.

ПК 6.2. Владеть современными технологиями продвижения бренда.

ПК 6.3. Осуществлять планирование и организацию рекламных мероприятий.

ПК 6.4. Использовать современные управленческие технологии для повышения эффективности деятельности рекламного предприятия.

*ПМ.06 Реклама в сфере СМИ и массовых коммуникаций*

ПК 6.1. Разрабатывать авторские PR-проекты в сфере СМИ и массовых коммуникаций.

ПК 6.2. Владеть основами поиска и привлечения новых клиентов через Интернет, социальные сети и СМИ.

ПК 6.3. Владеть способами продвижения рекламной информации в социальных сетях.

В результате прохождения производственной практики (по профилю специальности) обучающиеся должны:

получить **практический опыт:** выбора художественной формы реализации рекламной идеи; создания визуального образа с рекламными функциями; художественного конструирования рекламных продуктов по заданию; выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта; построения модели (макета, сценария) объекта с учетом выбранной технологии; подготовки к производству рекламного продукта; производства рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков; выявления требований целевых групп потребителей; разработки средств продвижения рекламного продукта; разработки маркетинговой части бизнес-плана; планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта; контролирования соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя; взаимодействия с субъектами рекламной деятельности; подготовки документации для регистрации авторских прав; ведения переговоров с заказчиком; использования офисной оргтехники, информационных и коммуникационных технологий при получении и оформлении заказа; оформления договорной и финансовой документации при работе с заказчиком; организации связи со средствами массовой информации; создания и оформления простых текстов рекламных объявлений; работы в рекламных акциях в качестве исполнителя; использования современных информационных и коммуникационных средств продвижения рекламы; использования информационных технологий для обработки текстовой информации; использования информационных технологий для получения и несложной обработки графической информации; создания рекламного ролика в интернете; организации собственного интернет-сообщества с целью продвижения товара/услуги; запуска рекламной интернет-кампании; создания газетно-журнального контента; создания телепрограммы; конструирования бренда и организации брендингового процесса; использования методик исследования образа бренда; применения концепции брендинга на практике; организации event - мероприятий различных видов:

деловых, массовых, корпоративных; проектирования event – мероприятия; применения теоретических основ при планировании и проведении event – мероприятий; создания рекламного продукта; документирования работы с клиентом в рамках работы над выполнением рекламного проекта; совместной работы сотрудников рекламного предприятия; разработки авторских PR- проектов; разработки средств продвижения PR-продукта; владения основами поиска и привлечения новых клиентов через Интернет; владения способами продвижения рекламной информации в социальных сетях;

**уметь:** осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги; разрабатывать композиционное решение рекламного продукта; использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы; составлять рекламные тексты; 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; проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей; анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп; проводить сегментирование рынка; принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта; 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; контактировать с заказчиками рекламного продукта и вести переговоры с заказчиком; осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг; выбирать и использовать различные виды средств распространения рекламы; проводить основные мероприятия связей с общественностью; применять средства связи; использовать способы оперативной полиграфии; использовать вычислительные средства в рекламной деятельности; контактировать с производителями рекламы по вопросам производства и размещения; пользоваться специализированным программным обеспечением для обработки графических изображений; использовать технологии цифровой фотографии; оцифровывать текстовую и графическую информацию; определять оплаченный материал в интернете; выявлять нативную рекламу и контент-маркетинг внутри интернет-наполнения любого сайта; создавать любой вид интернет-рекламы; продвигать товар/услугу в социальных сетях; отличать различные виды прессы, телеканалов, радиостанций по тематическим признакам; составлять недельную сетку вещания телеканала; использовать невербальную коммуникацию при налаживании диалога; искать необходимые данные для стабильного функционирования СМИ; понимать принципы дальнейшего развития СМИ в России; самостоятельно проводить оценку бренда; на основе анализа конкурентоспособности создавать бренд предприятия; разрабатывать стратегические планы продвижения бренда; применять методы анализа бренда; внедрять результаты анализа эффективности бренда торговой организации; рассчитывать бюджет event - мероприятия разного уровня; привлекать внимание к event - мероприятию средствами рекламы, PR и другими видами маркетинговых коммуникаций; разрабатывать этапы планирования и организации event – мероприятия; вести переговоры с партнерами и подрядчиками event-проекта; оценивать перспективы развития рекламного бизнеса; разбираться в бизнес-процессах рекламного предприятия и способах их оптимизации; классифицировать виды рекламных услуг и рекламного производства; разрабатывать этапы планирования и организации рекламных кампаний; разрабатывать авторские PR-проекты; разрабатывать средства продвижения PR- продукта; осуществлять поиск и

привлечение новых клиентов через Интернет; продвигать рекламную информацию в социальных сетях;

**знать:** выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы; приемы и принципы составления рекламного текста; композицию, шрифтовую и художественную графику в рекламе; методы проектирования рекламного продукта; методы психологического воздействия на потребителя; технику, технологии и технические средства фотосъемки в рекламе; технику, технологии и технические средства видеосъемки в рекламе; технические и программные средства для создания печатного рекламного продукта; технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации; технологию создания Интернет-рекламы; аппаратное и программное обеспечение; задачи, цели и общие требования к рекламе; основные направления рекламной деятельности; виды рекламной деятельности; структуру рекламного рынка; экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации; основные принципы работы организаций в условиях рыночной экономики; пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов; основные федеральные законы и иные нормативные правовые акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации; аспекты планирования рекламы; этапы принятия и реализации управленческих решений; классификацию целей менеджмента; виды рекламной деятельности; виды рекламных средств и средств распространения рекламы; требования к рекламированию товаров и услуг, установленные законом; субъекты рекламного процесса и их взаимодействие; правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию рекламных услуг; ответственность участников рекламного процесса за ненадлежащую рекламу; социально-психологические основы рекламы; факторы и методы воздействия рекламы на человека; факторы, влияющие на покупку товаров; информационные материалы связей с общественностью, их виды; организационную структуру организаций; средства оргтехники и требования безопасности труда; средства составления оригиналов текстовых документов; средства копирования и оперативного размножения документов; средства для обработки документов; средства связи; вычислительные средства; основные виды производства рекламного продукта; правила составления текстов рекламных объявлений; основные средства компьютерной обработки информации; основы цифровой фотографии; средства информационно-коммуникационного обеспечения; направления рекламной работы; содержание рекламной информации; применяемые средства рекламы; рекламные мероприятия; понятие о разделении рекламных функций оптовой, розничной торговли и промышленности; виды рекламы в интернете; разновидности рекламы в социальных сетях; метод «воронки продаж»; основные рекламные алгоритмы; эффективные приемы продвижения товара/услуги в интернете; особенности современного рынка интернет-рекламы; последние тенденции развития рекламной отрасли; современное состояние газетной, телевизионной и радиоиндустрии в России; элементы информационного рынка России; основные печатные издания и принципы их работы; особенности современного российского телевидения; современное состояние радиовещания в России; тенденции развития СМИ как системы в России; основные принципы создания брендов; основы стратегического брендинга; методы создания корпоративного бренд-менеджмента; виды управленческих решений, направленных на повышение эффективности бренда торговой организации; основные принципы организации event- мероприятий; типологию, классификацию и различия видов event - мероприятий; компетенции и обязанности event - менеджера; виды управленческих решений, направленных на повышение эффективности организации специальных событий; теоретические основы и принципы функционирования рекламного бизнеса; основных субъектов российского рекламного рынка и их роль в организации рекламного производства; организационно-правовые основы рекламного бизнеса; виды профессий в рекламном бизнесе и требования к ним; методику разработки авторских PR- проектов; методику разработки средств продвижения

PR- продукта; основы поиска и привлечения новых клиентов через Интернет; способы продвижения рекламной информации в социальных сетях.

Для проведения промежуточной аттестации по производственной практике (по профилю специальности) обучающийся представляет следующую документацию:

1. Отчет с выполненным индивидуальным заданием. Титульный лист отчета скрепляется подписью руководителя практики от организации и руководителя практики от колледжа.

2. Дневник практики, подписанный руководителем практики от организации и заверенный печатью или штампом организации.

3. Аттестационный лист с оценкой освоенных компетенций, подписанный руководителем практики от организации с указанием занимаемой должности.

4. Отзыв-характеристику с места прохождения практики, подписанную руководителем практики от организации и заверенную печатью или штампом организации.

Промежуточная аттестация – дифференцированный зачет (зачет с оценкой).

**Производственная практика (преддипломная)** направлена на углубление первоначального профессионального опыта, развитие общих и профессиональных компетенций, проверку готовности обучающегося к самостоятельной трудовой деятельности, а также на подготовку к выполнению выпускной квалификационной (дипломной) работы в организациях различных организационно-правовых форм; подборку материала, практических, статистических данных по теме дипломной работы; поиск информационных и документальных источников; сбору и обработке практического материала; сбору и обработке статистических данных.

При прохождении преддипломной практики обучающийся использует полученные на предыдущих этапах обучения знания и опыт использования инновационных технологий работы для решения профессиональных задач; ведения организационно-управленческой и практической деятельности на различных объектах профессиональной деятельности; организовывать на основе современных методов получение, обработку и хранение научной информации; проводить исследовательскую работу по анализу основных тенденций развития теории и практики в сфере профессиональной деятельности; выбирать необходимые методы исследования, исходя из задач конкретного исследования; опыт обработки полученных результатов, анализа и осмысления их с учетом имеющихся научных данных; пользоваться автоматизированными информационными системами и современными технологиями сбора, анализа, диагностики; умение кратко, логично и аргументировано излагать материал в выпускной квалификационной работе.

**Объем часов, отводимых на производственную практику (преддипломную) – 144 часа (4 недели).**

Для проведения промежуточной аттестации по производственной практике (преддипломной) обучающийся представляет следующую документацию:

1. Отчет с выполненным индивидуальным заданием. Титульный лист отчета скрепляется подписью руководителя практики от организации и руководителя практики от колледжа.

2. Дневник практики, подписанный руководителем практики от организации и заверенный печатью или штампом организации.

3. Аттестационный лист с оценкой выполненных заданий, подписанный руководителем практики от организации с указанием занимаемой должности.

4. Отзыв-характеристику с места прохождения практики, подписанную руководителем практики от организации и заверенную печатью или штампом организации.

Промежуточная аттестация – дифференцированный зачет (зачет с оценкой).