

Аннотации

ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции

1.1. Область применения программы

Рабочая программа производственной практики (по профилю специальности) ПП.01 является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама (базовая подготовка) в части освоения основного вида деятельности (ВД): **Разработка и создание дизайна рекламной продукции** и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.

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

ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.

ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.

ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.

Рабочая программа производственной практики (по профилю специальности) едина для всех форм обучения и может быть использована в дополнительном профессиональном образовании (в программах повышения квалификации и переподготовки)

1.2. Цели и задачи производственной практики – требования к результатам освоения

Для овладения указанным видом деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения программы производственной практики должен:

иметь практический опыт:

выбора художественной формы реализации рекламной идеи;

создания визуального образа с рекламными функциями;

художественного конструирования рекламных продуктов по заданию;

уметь:

осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги;

разрабатывать композиционное решение рекламного продукта;

использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы;

составлять рекламные тексты;

знать:

выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы;

приемы и принципы составления рекламного текста;

композицию, шрифтовую и художественную графику в рекламе;

методы проектирования рекламного продукта;

методы психологического воздействия на потребителя.

Требования к формированию личностных результатов

Практика должна способствовать развитию личностных результатов ЛР 1-21 в соответствии с Программой воспитания обучающихся

1.3. Количество часов на освоение программы практики:

производственной практики (по профилю специальности) – 5 недель (180 ч), в том числе в форме практической подготовки 5 недель (180 ч)

Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачёта

ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

ПМ.02 Производство рекламной продукции

1.1. Область применения программы

Рабочая программа производственной практики (по профилю специальности) ПП.02 является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама (базовая подготовка) в части освоения основного вида деятельности (ВД): **Производство рекламной продукции** и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

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

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

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

Рабочая программа производственной практики (по профилю специальности) едина для всех форм обучения и может быть использована в дополнительном профессиональном образовании (в программах повышения квалификации и переподготовки).

1.2. Цели и задачи производственной практики – требования к результатам освоения

Для овладения указанным видом деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения программы производственной практики должен **иметь практический опыт:**

выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств, и материалов при исполнении рекламного продукта;

построения модели (макета, сценария) объекта с учетом выбранной технологии;

подготовки к производству рекламного продукта;

производства рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков;

уметь:

осуществлять фотосъемку для производства рекламного продукта;

осуществлять видеосъемку для производства рекламного продукта;

использовать компьютерные технологии при создании печатного рекламного продукта;

разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы;

использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео-, анимации;

использовать мультимедийные и web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта;

знать:

технику, технологии и технические средства фотосъемки в рекламе;

технику, технологии и технические средства видеосъемки в рекламе;

технические и программные средства для создания печатного рекламного продукта;

технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации;

технологии создания Интернет-рекламы;

аппаратное и программное обеспечение.

Требования к формированию личностных результатов

Практика должна способствовать развитию личностных результатов ЛР 1-21 в соответствии с Программой воспитания обучающихся

1.3. Количество часов на освоение программы практики:

производственной практики (по профилю специальности) – 11 недель (396 ч), в том числе в форме практической подготовки – 11 недель (396 ч).

Специальность 42.02.01 Реклама

Промежуточная аттестация в форме комплексного дифференцированного зачёта (с ПП.03 в 3-м семестре).

ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта

1.1. Область применения программы

Рабочая программа производственной практики (по профилю специальности) ПП.03 является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама (базовая подготовка) в части освоения основного вида деятельности (ВД): **Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта** и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

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

ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.

Рабочая программа производственной практики (по профилю специальности) едина для всех форм обучения и может быть использована в дополнительном профессиональном образовании (в программах повышения квалификации и переподготовки)

1.2. Цели и задачи производственной практики – требования к результатам освоения

Для овладения указанным видом деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения программы производственной практики должен:

иметь практический опыт:

выявления требований целевых групп потребителей;

разработки средств продвижения рекламного продукта;

разработки маркетинговой части бизнес-плана;

уметь:

проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей;

анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп;

проводить сегментирование рынка;

принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта;

знать:

задачи, цели и общие требования к рекламе;

основные направления рекламной деятельности;

виды рекламной деятельности;

структуру рекламного рынка.

Требования к формированию личностных результатов

Практика должна способствовать развитию личностных результатов ЛР 1-21 в соответствии с Программой воспитания обучающихся

1.3. Количество часов на освоение программы практики:

производственной практики (по профилю специальности) – 2 недели (72 ч), в том числе в форме практической подготовки – 2 недели (72 ч)

Промежуточная аттестация в форме комплексного дифференцированного зачёта (с ПП.02)

ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа производственной практики (по профилю специальности) ПП.04

Специальность 42.02.01 Реклама

является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама (базовая подготовка) в части освоения основного вида деятельности (ВД): **Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта** и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.

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

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

Рабочая программа производственной практики (по профилю специальности) едина для всех форм обучения и может быть использована в дополнительном профессиональном образовании (в программах повышения квалификации и переподготовки)

1.2. Цели и задачи профессионального модуля – требования к результатам

Для овладения указанным видом деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения программы производственной практики должен **иметь практический опыт:**

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

уметь:

составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта;
работать с рекламой в средствах массовой информации;
проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком;
проводить презентацию рекламного продукта;
подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав;

знать:

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

Требования к формированию личностных результатов

Практика должна способствовать развитию личностных результатов ЛР 1-21 в соответствии с Программой воспитания обучающихся

1.3. Количество часов на освоение программы практики:

производственной практики (по профилю специальности) – 2 недели (72 ч), в том числе в форме практической подготовки – 2 недели (72 ч).

Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачёта

ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

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

1.1. Область применения рабочей программы практики

Специальность 42.02.01 Реклама

Рабочая программа учебной практики УП.05 является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама (базовая подготовка) в части освоения основного вида деятельности (ВД): **Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих.**

Рабочая программа практики разработана на основе Квалификационного справочника должностей руководителей, специалистов и других служащих (ЕКСД).

В рамках ППССЗ СПО обучающиеся осваивают рабочую профессию **20032 Агент рекламный** и соответствующие профессиональные компетенции (ПК):

ПК 5.1. Осуществлять работу по предоставлению, размещению, продвижению и сопровождению товаров, услуг, коммерческих идей.

ПК 5.2. Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиентов.

ПК 5.3. Оформлять договорную и финансовую документацию при работе с заказчиком, опираясь на правовые нормы регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг.

ПК 5.4. Владеть убедительными приемами информирования потенциальных покупателей и потребителей о новых товарах, услугах, идеях.

ПК 5.5. Контакттировать с производителями рекламы по вопросам производства и размещения рекламного продукта.

ПК 5.6. Владеть простыми приемами создания и обработки изображений.

ПК 5.7. Составлять и оформлять простые тексты рекламных объявлений.

ПК 5.8. Работать в рекламных акциях в качестве исполнителя.

Рабочая программа учебной практики едина для всех форм обучения и может быть использована в дополнительном профессиональном образовании (в программах повышения квалификации и переподготовки)

1.2. Цели и задачи учебной практики – требования к результатам освоения

Для овладения указанным видом деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения программы учебной практики должен:

иметь практический опыт:

поиска клиентов;

консультирования клиента по предлагаемому товару, услуге;

заключение договоров;

организации деятельности по работе с заказчиком по размещению и сопровождению заказа;

ведения отчетности;

продажи рекламы.

уметь:

осуществлять классификацию, сегментирование и поиск заказчиков;

осуществлять поиск различных рекламных идей;

выбирать вид рекламы для реализации рекламной идеи; организовывать работу по получению и оформлению заказа;

презентовать готовый рекламный продукт заказчику;

создавать творческий бриф;

формировать заказ на проведение фотосъемки;

проводить фотосъемку (по брифу);

обрабатывать и сохранять полученные фотоизображения в компьютере;

печатать цифровые фотографии и записывать их на цифровой носитель;

проводить презентацию фотографий заказчику;

компоновать текстовую рекламу;

исполнять статические и динамические графические изображения элементов рекламного обращения;

создавать анимированные рисованные объекты и видео вставки;

создавать рекламный баннер;

создавать, сохранять и размещать презентации в Интернет;

Специальность 42.02.01 Реклама

создавать и оформлять документы в текстовых редакторах;
использовать ресурсы Интернет при работе с заказчиком;
вести переговоры;
тестировать эффективность рекламы
работать в рекламных акциях в качестве исполнителя.

знать:

законодательство о рекламе;
структуру и содержание деятельности рекламного агентства и отделов рекламы;
основы организационной рекламной деятельности;
методы и приемы информирования потенциальных покупателей и потребителей о новых товарах, услугах, идеях;
основы организации связи со средствами массовой информации;
структуру творческого брифа;
необходимый перечень, состав и характеристики оборудования, техники и расходных материалов для выполнения фотосъемки, компьютерной обработки и цифровой печати фотоизображений;
базовые теоретические принципы построения рекламных текстов (заголовков, подписей, слоганов);
основные элементы устной презентации творческой идеи и результатов ее воплощения;
базовые и сравнительные характеристики используемых в ходе практики компьютерных программ и приложений;
сравнительные характеристики основных поисковых систем в сети Интернет;
оценку эффективности рекламы.

Требования к формированию личностных результатов

Практика должна способствовать развитию личностных результатов ЛР 1-21 в соответствии с Программой воспитания обучающихся

1.3. Количество часов на освоение программы практики:

учебной практики – 3 недели (108 ч),
в том числе в форме практической подготовки – 3 недели (108 ч).
Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачёта

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ)

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа производственной практики (преддипломной) является частью основной программы подготовки специалистов среднего звена (ППССЗ) в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама (базовая подготовка) как заключительного этапа подготовки студентов по указанной специальности к самостоятельной практике по видам деятельности (ВД) и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

ВД: 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.

ВД: Производство рекламной продукции

Специальность 42.02.01 Реклама

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.

ВД: 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.

ВД: 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.

1.2. Цели и задачи профессионального модуля – требования к результатам

Цель производственной практики (преддипломной) состоит в обобщении, расширении и совершенствовании знаний и умений студентов в соответствии с требованиями ФГОС по специальности; проверке возможности самостоятельной работы будущего специалиста в условиях конкретного предприятия, получении необходимых материалов для выполнения дипломного проекта (работы).

Задачи преддипломной практики:

- закрепление теоретических знаний, полученных студентами в процессе обучения, на основе знакомства с опытом работы конкретного предприятия (организации), в области производственной деятельности.
- приобретение профессиональных навыков самостоятельной работы в качестве специалиста в области рекламной деятельности, развитие профессионального мышления.

По итогам прохождения практики выпускник должен обладать сформированными практическим опытом, знаниями и умениями:

ПМ.01 Разработка создания дизайна рекламной продукции

иметь практический опыт:

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

уметь:

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

знать:

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

ПМ.02 Производство рекламной продукции

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;

Специальность 42.02.01 Реклама

подготовки к производству рекламного продукта;
производства рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы,
правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков;

уметь:

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

знать:

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

ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта

иметь практический опыт:

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

уметь:

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

знать:

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

ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта

иметь практический опыт:

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

уметь:

составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению
рекламного продукта;
работать с рекламой в средствах массовой информации;
проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком;
проводить презентацию рекламного продукта;
подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав;

знать:

экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации;

Специальность 42.02.01 Реклама

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.

Требования к формированию личностных результатов

Практика должна способствовать развитию личностных результатов ЛР 1-21 в соответствии с Программой воспитания обучающихся

1.3. Количество часов на освоение программы практики:

производственной практики (преддипломной) - 144 часа, в том числе в форме практической подготовки – 144 часа.

Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачёта.