

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА  
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

ПМ 04.ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССОМ  
ИЗГОТОВЛЕНИЯ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА

программы подготовки специалистов среднего звена

42.02.01 Реклама

Форма обучения: очная

Владивосток 2021

Рабочая программа производственной практики ПМ 04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта разработана в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Минобрнауки России от 12.05.2014 N 510 "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама" примерной образовательной программой.

Разработчик(и): Л.В Кузнецова, преподаватель

Рабочая программа рассмотрена и рекомендована к утверждению на заседании Методического совета СПО

от «04» 06 2021 г. протокол № 6

Председатель Методического совета СПО Александр А.Т. Бондарь

## ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

### 1.1. Место производственной практики в структуре основной профессиональной образовательной программы (далее - ОПОП).

Программа профессионального модуля (далее - программа) – является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 «Реклама» (базовый уровень) в части освоения основных видов профессиональной деятельности по модулю ПМ.04 «Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта».

Производственная практика является частью учебного процесса и направлена на формирование у студентов общих и профессиональных компетенций.

### 1.2. Цели и задачи производственной практики

Получение практического опыта:

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

Вид профессиональной деятельности: Разработка и создание дизайна рекламной продукции.

В результате прохождения производственной практики студент должен **иметь практический опыт:**

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

**уметь:**

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

**знать:**

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

**1.3. Количество недель (часов) на освоение производственной практики:** Всего: 2 недели (72 часа) программы практики

### 1.4. Формы проведения производственной практики

Производственная практика проводится в форме практической деятельности обучающихся под непосредственным руководством и контролем преподавателей профессиональных модулей (и руководителей от организации при проведении производственной практики).

### 1.5. Место и время проведения производственной практики

Производственную практику студенты проходят на предприятиях, на которых осуществляется комплексная рекламная деятельность или выполняются отдельные рекламные функции. К таким относятся:

- рекламные агентства;
- редакции газеты/журнала/интернет-ресурсы;

- издательские дома;
- типографии;
- студии web-дизайна;
- фотостудии
- видеостудии

Время прохождения производственной практики определяется графиком учебного процесса.

На обучающихся, проходящих учебную и производственную практику на базах практической подготовки, распространяются правила охраны труда и правила внутреннего трудового распорядка, действующие на базе практической подготовки.

## 2. РЕЗУЛЬТАТЫ ПРАКТИКИ

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимися профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата практики
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), за 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 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

### 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

#### 3.1. Тематический план практики

Коды формируемых компетенций	Наименование профессионального модуля	Объем времени, отведенный на практику (в неделях, часах)	Сроки проведения
ПК 4.1- 4.3 ОК 1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11	МДК 04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности	72 ч	
	МДК.04.02 Реклама и СО в сфере применения		
	<b>Квалификационный экзамен</b>		

## 3.2.

## Содержание практики

Виды деятельности	Виды работ	Содержание освоенного учебного материала, необходимого для выполнения видов работ	Наименование междисциплинарных курсов с указанием тем, обеспечивающих выполнение видов работ	Количество в часов (недель)
<b>Вводный инструктаж</b>				<b>2</b>
Организационно-ознакомительная деятельность	Ознакомиться с организацией работы, структурой и деятельностью структурных подразделений организации по месту прохождения практики, правилами внутреннего трудового распорядка, правилами и нормами охраны труда.	Действующий ФЗ о рекламе, закон «Об авторских и смежных правах», должностные инструкции и другие локальные документы организации	МДК 04.02 Тема 1.1. Планирование, организация, мотивация и контроль изготовления рекламной продукции	<b>10</b>
Креативно-исследовательская деятельность	Исследование ценовой политики производителей рекламного продукта, средств массовой информации и др. Составление личного плана работы специалиста по рекламе на основе тайм-менеджментов.	Сбор и анализ систематизированной информации по рекламному проекту. Стратегии и модели рекламного продвижения. Подготовка комплексного описания.	МДК 04.01  МДК 04.02 Тема 2.2. Структура PR-кампании Тема 2.3. Коммуникационный аудит.	<b>10</b>
Креативно-проектная деятельность	Сбор информации для презентации коммерческого предложения. Разработка сценария и проведение презентации коммерческого предложения.	Техники рекламного конструирования. Разработка творческой идеи, рекламной концепции,	МДК 04.01 Тема 1.4 Стратегические и технические планы в системе менеджмента МДК 04.02	<b>10</b>

		креативных средства рекламного сообщения (визуальные и вербальные образы).	Тема 2.4. Ситуационный анализ. Тема 2.2. Стратегическое планирование.	
Креативно-технологическая деятельность	Разработка плана-графика технического исполнения рекламного продукта. Планирование разработки и технического исполнения рекламного проекта. Составление финансовой и договорной документации по разработке, изготовлению и размещению рекламного продукта. Согласование макета рекламного продукта с заказчиком, корректировка и устранение недостатков.	Традиционные и креативные формы в современной рекламной индустрии. Современные средства распространения рекламных сообщений. Виды рекламной продукции: печатная пресса, полиграфическая продукция, наружная реклама, аудио и видео реклама, интернет-реклама и др.	МДК 04.01 Тема 1.1. Планирование, организация, мотивация и контроль изготовления рекламной продукции Тема 1.2 Организация работы предприятия Тема 1.3 Процесс управления. Цикл менеджмента.  МДК 04.02 Тема 2.4. Ситуационный анализ. Тема 2.2. Стратегическое планирование.	<b>10</b>
	Контролирование соответствия рекламного продукта требованиям рекламодателя. Установление взаимодействия с субъектами рекламной деятельности.	Компьютерная графика: растровые и векторные программы. Компьютерное художественное оформление рекламного дизайна проекта и художественное редактирование. Вербальные и визуальные	МДК 04.01 Тема 1.1. Планирование, организация, мотивация и контроль изготовления рекламной продукции Тема 1.2 Организация работы предприятия Тема 1.3 Процесс управления. Цикл менеджмента.	<b>10</b>

		рекламные жанры в компьютерном исполнении.	МДК 04.02 Тема 2.5 Стратегическое планирование. Тема 2.6 Основные мероприятия и виды информации по связям с общественностью Тема 2.7 Проведение организационно – представительских мероприятий. Виды рабочих мероприятий	
	Составление договора авторского права. Сбор и оформление документов для регистрации авторского права. Подготовка и оформление документации для регистрации авторских прав.		МДК 04.01 Тема 1.1. Планирование, организация, мотивация и контроль изготовления рекламной продукции Тема 1.2 Организация работы предприятия Тема 1.3 Процесс управления. Цикл менеджмента.  МДК 04.02 Тема 2.5 Стратегическое планирование. Тема 2.6 Основные мероприятия и виды информации по	<b>10</b>



			связям с общественностью Тема 2.7 Проведение организационно – представительских мероприятий. Виды рабочих мероприятий	
Оформление отчета				<b>6</b>
Квалификационный экзамен				<b>6</b>
<b>Всего</b>				<b>72</b>

## **4. УСЛОВИЯ ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОВЕДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ**

### **4.1. Требования к документации, необходимой для проведения практики:**

1. Положение об учебной и производственной практике студентов ВГУЭС и Колледжа Индустрии Моды и Дизайна.
2. Рабочая программа производственной практики профессионального модуля ПМ04. «Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта». по специальности 42.02.01 Реклама.
3. Календарно-тематический план.
4. График прохождения производственной практики.
5. Договоры с организациями на проведение практики.
6. Приказы о распределении студентов по местам прохождения практики и назначении руководителей практики от колледжа.

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

1. Положение о практике обучающихся.
2. Учебная литература по освоенным ранее профильным дисциплинам и модулям (см. далее список основной и дополнительной литературы).
3. Утвержденное индивидуальное задание по производственной практике.
4. Аттестационный лист по производственной практике.
5. Методические рекомендации по выполнению отчетов и презентаций по практике.
6. Программа для проведения квалификационного экзамена.

### **4.3. Требования к материально-техническому обеспечению**

В качестве баз производственной практики должны быть выбраны организации, отвечающие следующим требованиям:

- соответствовать данной специальности и виду практики;
- иметь сферы деятельности, предусмотренные программой практики;
- располагать квалифицированными кадрами для руководства практикой студентов;
- располагать необходимым материально-техническим оснащением (базой).

Реализация программы производственной практики профессионального модуля предполагает наличие в образовательном учреждении учебных, учебно-производственных кабинетов и лабораторий:

- кабинета проектирования рекламного продукта.
- кабинета шрифтовой и художественной графики;
- фото и видео лаборатории;
- компьютер с выходом в Интернет;
- аудиовизуальные средства обучения (документ-камера, интерактивная доска, колонки);
- принтер;
- мультимедийное оборудование;
- программное обеспечение общего и профессионального назначения.

### **4.4. Перечень учебных изданий, Интернет ресурсов, дополнительной литературы.**

#### **Законодательные и нормативные акты**

1. Конституция Российской Федерации;
2. Федеральный закон от 13 марта 2006 г. N 38-ФЗ "О рекламе" (с изменениями и дополнениями);

#### **Основная литература:**

1. Измайлова М.А. Психология рекламной деятельности, учебник – М., Дашков и Ко, 2011.
2. Бердышев С.Н. Рекламный текст. Методика составления и оформления, учебник –

М., Дашков и Ко, 2010 г.

3. Назайкин А.Н. Эффективный рекламный текст. М. 2011
4. Полукаров В.Л., С.Н. Рошупкин. Разработка и технология производства рекламного продукта. "Кнорус", М. 2012
5. Овчинникова Р.Ю. Дизайн в рекламе. М. 2012
6. Романов А.А. Разработка рекламного продукта. "Инфра -м", М :2011

#### **Дополнительная литература:**

1. Валладарес Дж. А. Ремесло копирайтинга, учебник – СПб.: Питер, 2009
2. Бернадская Ю.С. Рекламный текст. М., 2009
3. Геращенко Л. Азбука рекламы. М., ИД Диаграмма, 2005
4. Голубева О.Л. Основы композиции, учебник – М., Издательский дом «Искусство», 2006 год
5. Марочкина С.С., Дмитриева Л.М., Азарова Е.В. Введение в специальность. "Юнити", М., 2009
6. Назайкин А.Н. Практика рекламного текста, учебное пособие – М.: Бератор-Пресс, 2009.
7. Панкратов Ф. Г., Т. К. Серегина, В. Г. Шахурин. Рекламная деятельность. М., 2002
8. Пономарева А.М. Рекламная деятельность А. М. "Март", М: 2006
9. Рюмшина Л.И. Манипулятивные приемы в рекламе. М., Март, 2004
10. Розенсон И.А. Основы теории дизайна. "Питер", М: 2006
11. Ткаченко Н.В., Ткаченко О.Н. Креативная реклама. "Юнити", М., 2009
12. Устин В.Б., Композиция в дизайне. Методические основы композиционно-художественного формообразования в дизайнерском творчестве, учебное пособие, – М., Форум, 2007 год
13. Устин В.Б. Учебник Дизайна. Композиция, методика, практика, учебник – М., АСТ, Астрель, 2009
14. Ученова В.В., Старых Н.В. История рекламы. СПб, 2002
15. Ученова В.В. Реклама: палитра жанров. М. 2004
16. Уэллс У., Мориарти С., Бернетт Дж. Реклама. Принципы и практика "Питер", М: 2009
17. Хапенков В.Н., Сагинова О.В., Федюнин Д.В. Организация рекламной деятельности. М. Академия. 2009

#### **Интернет-ресурсы:**

1. <http://www.akarussia.ru/> - Ассоциация Коммуникационных Агентств России (АКАР)
2. [www.advertology.ru](http://www.advertology.ru)
3. [www.reklamist.com](http://www.reklamist.com) - «Энциклопедия Рекламных Знаний»
4. <http://www.iaa.ru/> - Международная рекламная ассоциация, российское отделение
5. [www.AdVesti.ru](http://www.AdVesti.ru) - о рекламе и маркетинге в России и мире
6. [www.Adindex.ru](http://www.Adindex.ru)
7. <http://www.adme.ru/>
8. <http://www.sostav.ru/>
9. <http://kak.ru/> - журнал о дизайне и рекламе
10. <http://www.prosmi.ru/> - журнал «Практика рекламы»
11. <http://www.advi.ru/> - журнал «Рекламные идеи»
12. <http://www.koob.ru/advertising/> - электронная библиотека

#### **4.3. Требования к руководителям практики от образовательного**

#### учреждения и организации

Требования к руководителям практики от образовательного учреждения:

Руководство производственной практикой осуществляется преподавателями профессионального цикла, имеющими профессиональное образование по профилю специальности, обязательная стажировка в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

Мастера производственного обучения: опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы, обязательная стажировка в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

Руководители практики от колледжа перед её началом:

- консультируют студентов о выполнении заданий программы практики и написанию отчетов;
- оказывают студентам методическую и организационную помощь при выполнении ими программы практики;
- ведут учет выхода студентов на практику.

Требования к руководителям практики от организации:

Руководители практики от предприятия организуют прохождение практики студентом:

- знакомят с организацией и методами коммерческой работы на конкретном рабочем месте, с охраной труда;
- помогают выполнить все задания и консультирует по вопросам практики;
- проверяют ведение студентом дневника и подготовку отчета о прохождении практики;
- осуществляют постоянный контроль за практикой студентов;
- составляют характеристики, содержащие данные о выполнении программы практики и индивидуальных заданий, об отношении студентов к работе.

Обязательным условием допуска к практике по профилю специальности в рамках профессионального модуля Разработка и создание дизайна рекламной продукции является освоение учебного материала для получения комплекса знаний и первичных навыков.

#### 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы методы контроля и оценка
ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей	Демонстрация умений поиска рекламных идей. Полнота и точность мониторинга рекламных идей. Обоснованность решений о поиске идей с использованием первичных источников. Аргументированность выбора рекламной идеи.	Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики.
ПК 4.2. Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее	Аргументированность выбора изобразительных средств рекламы. Точность и обоснованность выбора оптимальных изобразительных средств рекламы. Демонстрация знаний об	Экспертная оценка при выполнении индивидуального

	изобразительных средств рекламы. Демонстрация умения художественного эскизирования средств рекламы.	задания по практике  Оценка полноты и правильности оформления и защита отчета, экзамен (квалификационный) по производственной практике
ПК 4.3. Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт	Полнота и точность составления проекта брифа. Демонстрация знаний о характеристиках и составе рекламных проектов в рамках задания учебной практики. Обоснованность решений при разработке рекламных проектов (методов и технологий). Демонстрация умений представить свою работу. Демонстрация знаний элементов состава рекламного проекта. Аргументированность выбора элементов оптимального состава рекламного проекта.	

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только сформированные профессиональные компетенции, но и развитие общие компетенций, обеспечивающих их умений.

<b>Результаты (освоенные общие компетенции)</b>	<b>Основные показатели оценки результата</b>	<b>Формы и методы контроля и оценки</b>
ОК.1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	Анализ деятельности обучающихся при выполнении работ в ходе практики, анализ скорости и эффективности выполненной работы.	Оценка деятельности обучающихся в процессе выполнения работ на различных этапах производственной практики.  Экспертная оценка при выполнении индивидуального задания по практике  Оценка полноты и правильности оформления и защита отчета, экзамен (квалификационный) по производственной практике
ОК.2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	- выбор и применение методов и способов решения профессиональных задач в области документирования и оформление этапов работы; - оценка эффективности и качества выполнения задач	
ОК.3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	- анализ поведения обучающихся в стандартных и нестандартных ситуациях при решении профессиональных задач	
ОК.4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	-анализ эффективности поиска необходимой информации, использования различных источников, включая Интернет, при прохождении различных этапов практики.	
ОК.5. Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности руководством,	-анализ использование различных видов программного обеспечения, в том числе специального, при оформлении отчетов по различным этапам практики.	

потребителями	
ОК.6. Работать в коллективе и в команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами	Анализ эффективности взаимодействия - с обучающимися при выполнении индивидуальных заданий, с преподавателями, в ходе выполнения заданий,- с потребителями в ходе практики.
ОК.7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий	самоанализ и коррекция результатов собственной деятельности при выполнении заданий руководителя практики - ответственность за результат выполнения заданий.
ОК.8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	планирование самостоятельной работы при прохождении различных этапов практики, - определение этапов и содержание работы по реализации самообразования.
ОК.9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	- адаптация к изменяющимся условиям профессиональной деятельности, - проявление профессиональной маневренности при прохождении различных этапов практики.
ОК.10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности	- применение полученных профессиональных знаний (для юношей)
ОК.12. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке	Анализ проявления экологической, информационной и коммуникативной культуры, применения знаний иностранных языков при выполнении заданий