

**Частное образовательное учреждение высшего образования
"Ростовский институт защиты предпринимателя"**

УТВЕРЖДАЮ
Ректор
_____ А.А. Паршина

ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА (ПРЕДДИПЛОМНАЯ)
программа практики

Закреплена за кафедрой **Маркетинг, реклама и туризм (СПО)**
Учебный план 42.02.01 РЕКЛАМА

Квалификация Специалист по рекламе
Форма обучения очная
Форма промежуточной аттестации Зачет с оценкой
Вид практики Производственная
Тип практики преддипломная
Форма проведения непрерывно
Объём практики 0
Продолжительность в часах/неделях 144/ 4

Распределение часов практики

| Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>) | 6(3.2) | | Итого | |
|-------------------------------------|--------|-----|-------|-----|
| | УП | РП | УП | РП |
| Вид занятий | | | | |
| Практические занятия | 144 | 144 | 144 | 144 |
| Контактная работа | 144 | 144 | 144 | 144 |
| в том числе ИКР | | | | |
| Сам. работа | | | | |
| Итого | | | 144 | 144 |

Программу составил(и):
Преод., доцент Разномазова М.А.

Рецензент(ы):
Директор ООО «Особое приглашение» Степаненко Н.В.

Программа практики
ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА (ПРЕДДИПЛОМНАЯ)

разработана в соответствии с ФГОС СПО:

Федеральный государственный образовательный стандарт среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 РЕКЛАМА (программа подготовки специалистов среднего звена). (приказ Минобрнауки России от 12.05.2014 г. № 510) составлена на основании учебного плана:

42.02.01 Реклама

утвержденного учёным советом вуза от 26.01.2023 протокол № 18 .

Программа одобрена на заседании кафедры
Маркетинг, реклама и туризм (СПО)

Протокол от 21.12.2022 г. № 5

Срок действия программы: 2023-2024 уч.г.

Директор Грищенко М.А.

ЦЕЛИ ПРАКТИКИ

| | |
|----|---|
| 1 | Рабочая программа производственной практики (преддипломной) разработана на основе требований федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом |
| 2 | Министерства образования и науки РФ от 12 мая 2014 г. N 510, Приказ Министерства науки |
| 3 | и высшего образования РФ и Министерства просвещения РФ от 5 августа 2020 г. N 885/390 "О практической подготовке обучающихся" (с изменениями и дополнениями), Положения о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы среднего профессионального образования, утвержденного образовательной организацией. |
| 4 | Производственная практика (преддипломная) направлена на формирование у обучающихся практических профессиональных умений, приобретение первоначального практического опыта, реализуется в рамках профессиональных модулей образовательной программы по основным видам профессиональной деятельности для последующего освоения ими общих |
| 5 | и профессиональных компетенций по специальности 42.02.01 Реклама. |
| 6 | Производственная практика (преддипломная) предусмотрена календарным учебным |
| 7 | графиком в течение 4 недель в рамках профессиональных модулей специальности. |
| 8 | Главной целью производственной практики (преддипломной) является: |
| 9 | - комплексное освоение |
| 10 | - обучающимися всех видов профессиональной деятельности по специальности 42.02.01 Реклама, формирование общих и профессиональных компетенций, |
| 11 | - приобретение необходимых умений и опыта практической работы по специальности 42.02.01 Реклама. |

МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

| Блок. Часть | ПДП |
|--|---|
| Требования к предварительной подготовке обучающегося: | |
| 1 | Выполнение рекламной продукции в материале |
| 2 | Основы философии |
| 3 | Проектная компьютерная графика и мультимедиа |
| 4 | Производственная практика |
| 5 | Техника и технология рекламного видео |
| 6 | Техника и технология рекламной фотографии |
| 7 | Агент рекламный |
| 8 | Правовые основы защиты инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья |
| 9 | Производственная практика |
| 10 | Производственная практика |
| 11 | Разработка и создание дизайна рекламной продукции |
| 12 | Учебная практика |
| 13 | Деловое общение |
| 14 | Живопись с основами цветоведения |
| 15 | Рисунок с основами перспективы |
| 16 | Художественное проектирование рекламного продукта |
| 17 | Экономика организации |
| 18 | Маркетинг в рекламе |
| 19 | Математика |
| 20 | Научно-исследовательская деятельность |
| 21 | Правовое обеспечение рекламной деятельности |
| 22 | Производственная практика |
| 23 | Реклама и связи с общественностью |
| 24 | Информатика |
| 25 | История |
| 26 | История изобразительного искусства |

| КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) | |
|--|---|
| 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 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 1.5.: | Создавать визуальные образы с рекламными функциями. |
| ПК 1.4.: | Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений. |
| 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. |

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен

| 1 | Знать: |
|-----|---|
| 1.1 | выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы; |
| 1.2 | приемы и принципы составления рекламного текста; |
| 1.3 | композицию, шрифтовую и художественную графики в рекламе; |

| | |
|----------|---|
| 1.4 | методы проектирования рекламного продукта; |
| 1.5 | методы психологического воздействия на потребителя; |
| 1.6 | технику, технологии и технические средства фотосъемки в рекламе; |
| 1.7 | технику, технологии и технические средства видеосъемки в рекламе; |
| 1.8 | технические и программные средства для создания печатного рекламного продукта; |
| 1.9 | технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации; |
| 1.10 | технологии создания Интернет-рекламы; |
| 1.11 | аппаратное и программное обеспечение; |
| 1.12 | задачи, цели и общие требования к рекламе; |
| 1.13 | основные направления рекламной деятельности; |
| 1.14 | виды рекламной деятельности; |
| 1.15 | структуру рекламного рынка; |
| 1.16 | экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации; |
| 1.17 | основные принципы работы организаций в условиях рыночной экономики; |
| 1.18 | пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов; |
| 1.19 | основные федеральные законы и иные нормативные правовые акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации; |
| 1.20 | аспекты планирования рекламы; |
| 1.21 | этапы принятия и реализации управленческих решений; |
| 1.22 | классификацию целей менеджмента ; |
| 1.23 | основы эстетической и этической культур; |
| 1.24 | - основы психологии общения; |
| 1.25 | - основы делового имиджа; |
| 1.26 | элементы речевого этикета и основные требования к речи; |
| 1.27 | требования к ведению деловых переговоров, делового диалога по телефону; |
| 1.28 | основные законы и нормативные акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации; |
| 1.29 | основы бухгалтерского учета; |
| 1.30 | виды рекламной деятельности; |
| 1.31 | виды рекламных средств и средств распространения рекламы; |
| 1.32 | субъекты рекламного процесса и их взаимодействие; |
| 1.33 | ответственность участников рекламного процесса за ненадлежащую рекламу; |
| 1.34 | социально-психологические основы рекламы; |
| 1.35 | стадии разработки рекламного продукта; |
| 1.36 | средства оргтехники и требования безопасности труда; |
| 1.37 | средства составления оригиналов текстовых документов; |
| 1.38 | средства копирования и оперативного размножения документов; |
| 1.39 | средства для обработки документов; |
| 1.40 | средства связи; |
| 1.41 | правила составления текстов рекламных объявлений; |
| 1.42 | основные средства компьютерной обработки графической информации; |
| 1.43 | основы цифровой фотографии; |
| 1.44 | основные технологии производства рекламного продукта; |
| 1.45 | основные виды коммуникационных технологий в рекламе; |
| 1.46 | средства информационно-коммуникационного обеспечения; |
| 1.47 | содержание рекламной информации . |
| 2 | Уметь: |
| 2.1 | осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги; |
| 2.2 | разрабатывать композиционное решение рекламного продукта; |
| 2.3 | использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы; |
| 2.4 | составлять рекламные тексты; |
| 2.5 | осуществлять фотосъемку для производства рекламного продукта; |
| 2.6 | осуществлять видеосъемку для производства рекламного продукта; |
| 2.7 | использовать компьютерные технологии при создании печатного рекламного продукта; |

| | |
|-----------------------------------|--|
| 2.8 | разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы; |
| 2.9 | использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео-, анимации; |
| 2.10 | использовать мультимедийные и web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта; |
| 2.11 | проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей; |
| 2.12 | анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп; |
| 2.13 | проводить сегментирование рынка; |
| 2.14 | принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта; |
| 2.15 | составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению |
| 2.16 | рекламного продукта; |
| 2.17 | работать с рекламой в средствах массовой информации; |
| 2.18 | проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком; |
| 2.19 | проводить презентацию рекламного продукта; |
| 2.20 | подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав; |
| 2.21 | общаться с коллегами, руководством, деловыми партнерами и клиентами; |
| 2.22 | пользоваться вербальными и невербальными средствами общения; |
| 2.23 | применять основные правила и нормы поведенческого этикета; |
| 2.24 | применять правовые знания для решения профессиональных задач; |
| 2.25 | составлять, обрабатывать и регистрировать финансовую и бухгалтерскую документацию; |
| 2.26 | выбирать и использовать различные виды средств распространения рекламы; |
| 2.27 | применять средства связи; |
| 2.28 | использовать способы оперативной полиграфии; |
| 2.29 | контактировать с производителями рекламы по вопросам производства и размещения; |
| 2.30 | пользоваться специализированным программным обеспечением для обработки графических изображений; |
| 2.31 | использовать технологии цифровой фотографии; |
| 2.32 | оцифровывать текстовую и графическую информацию |
| 3 Иметь практический опыт: | |
| 3.1 | выбора художественной формы реализации рекламной идеи; |
| 3.2 | создания визуального образа с рекламными функциями; |
| 3.3 | художественного конструирования рекламных продуктов по заданию; |
| 3.4 | выбора и использования инструмента, оборудования и основных, изобразительных |
| 3.5 | средств и материалов при исполнении рекламного продукта; |
| 3.6 | построения модели (макета, сценария) объекта с учетом выбранной технологии; |
| 3.7 | подготовки к производству рекламного продукта; |
| 3.8 | производства рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков; |
| 3.9 | выявления требований целевых групп потребителей; |
| 3.10 | разработки средств продвижения рекламного продукта; |
| 3.11 | разработки маркетинговой части бизнес-плана; |
| 3.12 | планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта; |
| 3.13 | контролирования соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя; |
| 3.14 | взаимодействия с субъектами рекламной деятельности; |
| 3.15 | подготовки документации для регистрации авторских прав; |
| 3.16 | ведения переговоров с заказчиком; |
| 3.17 | использования офисной оргтехники, информационных и коммуникационных технологий при получении и оформлении заказа; |
| 3.18 | оформления договорной и финансовой документации при работе с заказчиком; |
| 3.19 | организации связи со средствами массовой информации; |
| 3.20 | работы в рекламных акциях в качестве исполнителя; |
| 3.21 | использования современных информационных и коммуникационных средств продвижения рекламы; |
| 3.22 | использования информационных технологий для получения и несложной обработки текстовой и графической информации. |

СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

| Код занятия | Наименование разделов (этапов) и тем/вид занятия | Семестр | Часов | Компетен ции | Литература | Интра кт. | Примечания |
|-------------|--|---------|-------|--|---|-----------|------------|
| | Раздел 1. Производственная практика (преддипломная) | | | | | | |
| 1.1 | Вводный инструктаж по охране труда. Организация рабочего места /Пр/ | 6 | 2 | ОК 1.,ОК 2.,ОК 3., ОК 4.,ОК 5.,ОК 6., ОК 7.,ОК 8.,ОК 9., ОК 10.,ОК 11.,ПК 1.1., ПК 1.2.,ПК 1.3.,ПК 1.5., ПК 1.4.,ПК 2.1.,ПК 2.2., ПК 2.3.,ПК 3.1.,ПК 3.2., ПК 4.1.,ПК 4.2. | Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2 .5, Л2.6, Л2.7 | | |
| 1.2 | Ознакомление с предприятием, инструктаж по охране труда и технике безопасности на рабочем месте. Электро - и пожаробезопасность. Изучение структуры производства и управления производством. Ознакомление с технологическим циклом и работой цехов, групп и отделов предприятия /Пр/ | 6 | 17 | ОК 1.,ОК 2.,ОК 3., ОК 4.,ОК 5.,ОК 6., ОК 7.,ОК 8.,ОК 9., ОК 10.,ОК 11.,ПК 1.1., ПК 1.2.,ПК 1.3.,ПК 1.5., ПК 1.4.,ПК 2.1.,ПК 2.2., ПК 2.3.,ПК 3.1.,ПК 3.2., ПК 4.1.,ПК 4.2. | Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2 .5, Л2.6, Л2.7 | | |
| 1.3 | Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих (агент рекламный). Знакомство с должностными обязанностями рекламного агента. Работа в качестве рекламного агента /Пр/ | 6 | 18 | ОК 1.,ОК 2.,ОК 3., ОК 4.,ОК 5.,ОК 6., ОК 7.,ОК 8.,ОК 9., ОК 10.,ОК 11.,ПК 1.1., ПК 1.2.,ПК 1.3.,ПК 1.5., ПК 1.4.,ПК 2.1.,ПК 2.2., ПК 2.3.,ПК 3.1.,ПК 3.2., ПК 4.1.,ПК 4.2. | Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2 .5, Л2.6, Л2.7 | | |
| 1.4 | Знакомство с должностными обязанностями специалиста по рекламе. Работа в качестве консультанта специалиста по рекламе /Пр/ | 6 | 18 | ОК 1.,ОК 2.,ОК 3., ОК 4.,ОК 5.,ОК 6., ОК 7.,ОК 8.,ОК 9., ОК 10.,ОК 11.,ПК 1.1., ПК 1.2.,ПК 1.3.,ПК 1.5., ПК 1.4.,ПК 2.1.,ПК 2.2., ПК 2.3.,ПК 3.1.,ПК 3.2., ПК 4.1.,ПК 4.2. | Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2 .5, Л2.6, Л2.7 | | |
| 1.5 | Знакомство с должностными обязанностями исполнителя рекламной продукции. Работа в качестве исполнителя рекламной продукции /Пр/ | 6 | 18 | ОК 1.,ОК 2.,ОК 3., ОК 4.,ОК 5.,ОК 6., ОК 7.,ОК 8.,ОК 9., ОК 10.,ОК 11.,ПК 1.1., ПК 1.2.,ПК 1.3.,ПК 1.5., ПК 1.4.,ПК 2.1.,ПК 2.2., ПК 2.3.,ПК 3.1.,ПК 3.2., ПК 4.1.,ПК 4.2. | Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2 .5, Л2.6, Л2.7 | | |
| 1.6 | Разработка рекламного проекта в соответствии с заданием -Разработка технического задания - Разработка технического предложения -Разработка эскизного проекта -Разработка технического проекта - Разработка технической документации /Пр/ | 6 | 18 | ОК 1.,ОК 2.,ОК 3., ОК 4.,ОК 5.,ОК 6., ОК 7.,ОК 8.,ОК 9., ОК 10.,ОК 11.,ПК 1.1., ПК 1.2.,ПК 1.3.,ПК 1.5., ПК 1.4.,ПК 2.1.,ПК 2.2., ПК 2.3.,ПК 3.1.,ПК 3.2., ПК 4.1.,ПК 4.2. | Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2 .5, Л2.6, Л2.7 | | |

| | | | | | | | |
|------|--|---|----|---|--|--|--|
| 1.7 | Изготовление рекламного продукта по разработанному заданию - Составить отчёт по практике /Пр/ | 6 | 17 | ОК 1.,ОК 2.,ОК 3., ОК 4.,ОК 5.,ОК 6., ОК 7.,ОК 8.,ОК 9., ОК 10.,ОК 11.,ПК 1.1., ПК 1.2.,ПК 1.3.,ПК 1.5., ПК 1.4.,ПК 2.1.,ПК 2.2., ПК 2.3.,ПК 3.1.,ПК 3.2., ПК 4.1.,ПК 4.2. | Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2 .5, Л2.6, Л2.7 | | |
| 1.8 | Контроль за изготовлением изделий в производстве: - Осуществление контроля качества промышленной продукции - Осуществление надзора за художественно-конструкторскими решениями образцов промышленной продукции. - Осуществление надзора за воплощением дизайна проекта /Пр/ | 6 | 17 | ОК 1.,ОК 2.,ОК 3., ОК 4.,ОК 5.,ОК 6., ОК 7.,ОК 8.,ОК 9., ОК 10.,ОК 11.,ПК 1.1., ПК 1.2.,ПК 1.3.,ПК 1.5., ПК 1.4.,ПК 2.1.,ПК 2.2., ПК 2.3.,ПК 3.1.,ПК 3.2., ПК 4.1.,ПК 4.2. | Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2 .5, Л2.6, Л2.7 | | |
| 1.9 | Организация работы коллектива исполнителей: - Составлять конкретные задания для реализации рекламных проектов на основе технологических карт. - Планировать собственную деятельность. - Контролировать сроки и качество выполненных заданий. -Организовывать процесс изготовления рекламного продукта /Пр/ | 6 | 17 | ОК 1.,ОК 2.,ОК 3., ОК 4.,ОК 5.,ОК 6., ОК 7.,ОК 8.,ОК 9., ОК 10.,ОК 11.,ПК 1.1., ПК 1.2.,ПК 1.3.,ПК 1.5., ПК 1.4.,ПК 2.1.,ПК 2.2., ПК 2.3.,ПК 3.1.,ПК 3.2., ПК 4.1.,ПК 4.2. | Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2 .5, Л2.6, Л2.7 | | |
| 1.10 | Подготовка отчета. Оформление раздела отчета по практике /Пр/ | 6 | 2 | ОК 1.,ОК 2.,ОК 3., ОК 4.,ОК 5.,ОК 6., ОК 7.,ОК 8.,ОК 9., ОК 10.,ОК 11.,ПК 1.1., ПК 1.2.,ПК 1.3.,ПК 1.5., ПК 1.4.,ПК 2.1.,ПК 2.2., ПК 2.3.,ПК 3.1.,ПК 3.2., ПК 4.1.,ПК 4.2. | Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2 .5, Л2.6, Л2.7 | | |
| 1.11 | /ЗачётСОц/ | 6 | | ОК 1.,ОК 2.,ОК 3., ОК 4.,ОК 5.,ОК 6., ОК 7.,ОК 8.,ОК 9., ОК 10.,ОК 11.,ПК 1.1., ПК 1.2.,ПК 1.3.,ПК 1.5., ПК 1.4.,ПК 2.1.,ПК 2.2., ПК 2.3.,ПК 3.1.,ПК 3.2., ПК | Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2 .5, Л2.6, Л2.7 | | |

ФОРМЫ ОТЧЁТНОСТИ ПО ПРАКТИКЕ

Процедура аттестации студента по итогам практики

По окончании практики студент сдает на кафедру отчет по практике и дневник прохождения практики.

Отчет должен иметь объем 20-25 страниц формата А4 машинописного текста и при необходимости дополнительно приложение, в которое могут входить графические, табличные и прочие материалы.

Результаты практики оценивает комиссия. Во внимание принимается качество отчета, который должен быть оформлен в соответствии с установленными требованиями письменного отчета, и отзыв руководителя практики от предприятия, а также устные ответы студента на вопросы по прохождению и результатам практики. По итогам аттестации комиссия выставляет дифференцированную оценку (отлично, хорошо, удовлетворительно).

Студенты, не выполнившие программу практики без уважительной причины или получившие по ее итогам неудовлетворительную оценку, подлежат отчислению в установленном порядке из института, как имеющие академическую задолженность.

Структура отчета

Отчет должен состоять из следующих разделов:

- введения, в котором приводится общая характеристика места практики;
- основной части, в которой описываются все результаты, полученные в ходе прохождения практики;
- заключения, в котором анализируется проведенная работа в целом и дальнейшие мероприятия в части приобретения углубленных знаний и умений по теме практики;

- приложений к отчету (при необходимости).

К отчету прилагается «Дневник практики» с отзывом-характеристикой и заполненным графиком выхода студента на работу. Дневник и отчет должны быть оформлены на месте практики и представлены для заключения и отзыва руководителю практики от предприятия.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ПРАКТИКЕ

закрепление теоретических знаний и практических навыков профессиональной деятельности в соответствии с профилем подготовки; углубление навыков самостоятельной работы по организации и ведению рекламной деятельности предприятия; сбор и подготовка практических материалов для написания выпускной квалификационной работы.

Перечень компетенций и этапы их формирования в процессе проведения практики

| Разделы (этапы) | Наименование раздела (этапа) практики | Формируемые компетенции | Вид занятий, работы | Форма контроля |
|-----------------|---------------------------------------|-------------------------|---------------------|----------------|
|-----------------|---------------------------------------|-------------------------|---------------------|----------------|

| | | | | |
|---|---|--|--|--|
| 1 | Производственная практика (преддипломная) | <p>ОК 1., ОК 2., ОК 3., ОК 4., ОК 5., ОК 6., ОК 7., ОК 8., ОК 9., ОК 10., ОК 11., ПК 1.1., ПК 1.2., ПК 1.3., ПК 1.5., ПК 1.4., ПК 2.1., ПК 2.2., ПК 2.3., ПК 3.1., ПК 3.2., ПК 4.1., ПК 4.2.</p> | <p>Вводный инструктаж по охране труда. Организация рабочего места Ознакомление с предприятием, инструктаж по охране труда и технике безопасности на рабочем месте. Электро - и пожаробезопасность. Изучение структуры производства и управления производством. Ознакомление с технологическим циклом и работой цехов, групп и отделов предприятия Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих (агент рекламный). Знакомство с должностными обязанностями рекламного агента. Работа в качестве рекламного агента Знакомство с должностными обязанностями специалиста по рекламе. Работа в качестве консультанта специалиста по рекламе Знакомство с должностными обязанностями исполнителя рекламной продукции. Работа в качестве исполнителя рекламной продукции Разработка рекламного проекта в соответствии с заданием -Разработка технического задания -Разработка технического предложения -Разработка эскизного проекта -Разработка технического проекта - Разработка технической документации Изготовление рекламного продукта по разработанному заданию - Составить отчёт по практике Контроль за изготовлением изделий в производстве: - Осуществление контроля качества промышленной продукции - Осуществление надзора за художественно- конструкторскими решениями образцов промышленной продукции. - Осуществление надзора за воплощением дизайна проекта Организация работы коллектива исполнителей: - Составлять конкретные задания для реализации рекламных проектов на основе технологических карт. - Планировать собственную деятельность. - Контролировать сроки и качество выполненных заданий. - Организовывать процесс изготовления рекламного продукта Подготовка отчета. Оформление раздела отчета по практике</p> | |
|---|---|--|--|--|

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**6.1. Рекомендуемая литература****6.1.1. Основная литература**

| | Авторы, составители | Заглавие | Издательство, год |
|------|---|--|---------------------------------------|
| Л1.1 | Марусева И. В., Кокарева А. В. | Менеджмент и маркетинг в сервисе (PR и реклама как инструментарий): учебное пособие. | Москва, Берлин: Директ-Медиа, 2019 |
| Л1.2 | Панкратов Ф. Г., Баженов Ю. К., Шахурин В. Г. | Основы рекламы: учебник. | Москва: Дашков и К°, 2019. |
| Л1.3 | Антипов К. В. | Основы рекламы: учебник. | Москва: Дашков и К°, 2020. |
| Л1.4 | Баландин А. С., Мишанин С. Н. | Рекламное дело: шпаргалка: учебное пособие. | Саратов: Научная книга, 2020. |

6.1.2. Дополнительная литература

| | Авторы, составители | Заглавие | Издательство, год |
|------|---|--|---|
| Л2.1 | Кузнецов П. А. | Современные технологии коммерческой рекламы: практическое пособие. | Москва: Дашков и К°, 2018. |
| Л2.2 | Андреев А. С., Васильев А. Н., Балканский А. А., Безбах Ю. И., Махлай Д. О. | Освещение в искусстве, фотографии и 3D-графике: учебно-методическое пособие. | Санкт-Петербург: Университет ИТМО, 2019. |
| Л2.3 | Моуат Д. | Видеомаркетинг. Стратегия, контент, производство: практическое руководство. | Москва: Альпина Паблишер, 2019. |
| Л2.4 | Молочков В. П. | Основы цифровой фотографии: научно-популярное издание. | Москва: Национальный Открытый Университет «ИНТУИТ», 2016. |
| Л2.5 | Карцева Е. А. | Реклама и PR. Смена стратегий в новую эпоху: монография. | Москва, Берлин: Директ-Медиа, 2021. |
| Л2.6 | Милюкова А. Г. | Теория и практика связей с общественностью и рекламы (внутрикорпоративный PR): учебное пособие. | Барнаул: Алтайский государственный университет, 2020. |
| Л2.7 | Милюкова А. Г. | Теория и практика связей с общественностью и рекламы. Антикризисный PR: методические материалы и кейсы: практикум. | Саратов: Вузовское образование, 2020. |

6.3.1 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства**6.3.2 Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем**

| | |
|---------|---|
| 6.3.2.1 | Справочная Правовая Система КонсультантПлюс |
| 6.3.2.2 | Информационная справочная система «Гарант» |

7. МТО (оборудование и технические средства обучения)

| № | Назначение | Оборудование | ПО | Адрес |
|---|---|--|--|--|
| 4 | помещение для самостоятельной работы. учебная аудитория для проведения занятий учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, Лаборатория информационных технологий, помещение для самостоятельной работы | Демонстрационное оборудование, учебно-наглядные пособия Специализированная мебель: стол – 19 шт., стул – 36 шт., доска – 1 шт., компьютеры – 10 шт, проектор – 1 шт., доступ в Интернет | Операционная система Microsoft Windows 10 home Приложение Офис2016 Антивирус Nod 5 academic Интернет фильтр UserGade Система тестирования MyTestx.lc Предприятие 1С 8.3 Бухгалтерия 1С 8.3 Документооборот 1С 8.3 Комплект для обучения в высших и средних учебных заведений. 1С 8.3 | 344029, Ростовская область, г. Ростов-на-Дону, Первомайский район, ул. Сержантова, 2/104 |

| | | | | |
|----|---|--|-----|--|
| 18 | учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации | Демонстрационное оборудование, учебно-наглядные пособия Специализированная мебель: стол – 14 шт., стул – 26 шт., доска – 1 шт. | нет | 344029, Ростовская область, г. Ростов-на-Дону, Первомайский район, ул. Сержантова, 2/104 |
|----|---|--|-----|--|