

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

УТВЕРЖДАЮ
Ректор
_____ А.А. Паршина

**Производственная практика
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
Форма проведения непрерывно
Объем практики 0
Продолжительность в часах/неделях 144/ 4

Распределение часов практики

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	2(1.2)		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

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

Рабочая программа производственной практики является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама.

МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Блок. Часть | ПП.03.01

Требования к предварительной подготовке обучающегося:

1	Информатика
2	История
3	История изобразительного искусства
4	Русский язык и культура речи

Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной практики необходимо как предшествующее:

1	Агент рекламный
2	Экономика организации
3	Выполнение рекламной продукции в материале
4	Правовые основы защиты инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья
5	Проектная компьютерная графика и мультимедиа
6	Производственная практика
7	Производственная практика
8	Техника и технология рекламного видео
9	Техника и технология рекламной фотографии
10	Учебная практика
11	Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности
12	Основы философии
13	Производственная практика
14	Безопасность жизнедеятельности
15	Документационное обеспечение управления (в т.ч. деловое письмо)
16	Защита выпускной квалификационной работы
17	Интернет-реклама
18	Подготовка выпускной квалификационной работы
19	Производственная практика
20	ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА (ПРЕДДИПЛОМНАЯ)
21	Экологические основы природопользования

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.

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

ПК 3.2.: Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен

1 Знать:
1.1 технику, технологии и технические средства фотосъемки в рекламе;
1.2 технику, технологии и технические средства видеосъемки в рекламе;
1.3 технические и программные средства для создания печатного рекламного продукта;
1.4 технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации;
1.5 технологию создания Интернет-рекламы;
1.6 аппаратное и программное обеспечение.
2 Уметь:
2.1 осуществлять фотосъемку для производства рекламного продукта;
2.2 осуществлять видеосъемку для производства рекламного продукта;
2.3 использовать компьютерные технологии при создании печатного рекламного продукта;
2.4 разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы;
2.5 использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео-, анимации;
2.6 использовать мультимедийные и web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта.
3 Иметь практический опыт:
3.1 выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта;
3.2 построения модели (макета, сценария) объекта с учетом выбранной технологии;
3.3 подготовки к производству рекламного продукта;
3.4 производства рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков.

СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

Код занятия	Наименование разделов (этапов) и тем/вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература	Интра кт.	Примечания
	Раздел 1. Производственная практика ПП.03.01						
1.1	Постановка целей и задач практики. Определение сроков и места прохождения практики. Инструктаж по ведению дневника практики, оформлению отчета по практике. Организационные вопросы прохождения практики. Проведение инструктажа по охране труда, правилам пожарной безопасности, производственной санитарии /Пр/	2	6	ОК 1., ОК 2., ОК 3., ОК 4., ОК 5., ОК 6., ОК 7., ОК 8., ОК 9., ПК 3.1., ПК 3.2.	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2		
1.1	Медиа - средства прямого маркетинга: почтовая реклама; каталоги; телефонный маркетинг. Управление базами данных. Интегрированный прямой маркетинг. Планирование, разработка и техническое исполнение рекламного проекта. /Пр/	2	24	ОК 1., ОК 2., ОК 3., ОК 4., ОК 5., ОК 6., ОК 7., ОК 8., ОК 9., ПК 3.1., ПК 3.2.	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2		
1.1	Организация и проведение исследований покупательского поведения и отношения к рекламируемым продуктам компании. Производство рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков. /Пр/	2	24	ОК 1., ОК 2., ОК 3., ОК 4., ОК 5., ОК 6., ОК 7., ОК 8., ОК 9., ПК 3.1., ПК 3.2.	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2		
1.1	Стимулирование сбыта, направленного на потребителей: купоны; конкурсы и лотереи; возврат и возмещение денег; премии; испытание образцов. Другие виды стимулирования. Спонсорство и маркетинг специальных мероприятий; совместные маркетинговые программы. Разработка средств продвижения рекламного продукта. /Пр/	2	24	ОК 1., ОК 2., ОК 3., ОК 4., ОК 5., ОК 6., ОК 7., ОК 8., ОК 9., ПК 3.1., ПК 3.2.	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2		

1.1	Структура плана кампании: ситуационный анализ, стратегия кампании, стратегия коммуникаций, медиа – план; другие инструменты маркетинговых коммуникаций. Контролирование соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя. /Пр/	2	32	ОК 1., ОК 2., ОК 3., ОК 4., ОК 5., ОК 6., ОК 7., ОК 8., ОК 9., ПК 3.1., ПК 3.2.	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2		
1.1	Составление и заключение договоров (контрактов) об информационном обеспечении программ и мероприятий со СМИ. Подготовка документации для регистрации авторских прав. /Пр/	2	32	ОК 1., ОК 2., ОК 3., ОК 4., ОК 5., ОК 6., ОК 7., ОК 8., ОК 9., ПК 3.1., ПК 3.2.	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2		
1.1	Защита отчетности по производственной практике. /Пр/	2	2	ОК 1., ОК 2., ОК 3., ОК 4., ОК 5., ОК 6., ОК 7., ОК 8., ОК 9., ПК 3.1., ПК 3.2.	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2		
1.2	/ЗачётСоц/	2		ОК 1., ОК 2., ОК 3., ОК 4., ОК 5., ОК 6., ОК 7., ОК 8., ОК 9., ПК 3.1., ПК 3.2.	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2		

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.

Структура отчета должна содержать необходимый перечень следующих документов:

- титульный лист отчета;
- индивидуальное задание;
- рабочий график;
- дневник прохождения практики;
- отзыв-характеристика на студента-практиканта;
- анкета студента-практиканта;
- анкета работодателя.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ПРАКТИКЕ

Контрольные вопросы к зачету

1. Выявление требований целевых групп потребителей
2. Разработка анкеты для исследования целевых групп потребителей
3. Проведение анкетирования целевых групп потребителей
4. Анализ результатов анкетирования целевых групп потребителей
5. Разработка маркетинговой части бизнес-плана
6. Разработка средств продвижения рекламного продукта
7. Оформление договорной документации с учетом законодательства в сфере рекламы
8. Составление отчета по маркетингу

Темы индивидуальных заданий

1. Особенности телевизионной рекламы.
2. Особенности наружной рекламы.
3. Особенности печатной (полиграфической) рекламы.
4. Реклама и общество.
5. Особенности и этапы организации рекламы в прессе.
6. Разработка рекламной кампании фирмы.
7. Роль и назначение рекламы в обществе.
8. Реклама и общество.
9. Разработка рекламной кампании фирмы.
10. Разработка рекламной кампании услуг.
11. Модели психологического влияния рекламы.
12. Основные этапы развития рекламы в мире и в России.
13. Технология процесса разработки рекламного обращения.
14. Организация рекламы в магазине.
15. Классификация рекламы.
16. Основные функции рекламы в обществе.
17. Особенности рекламы услуг.
18. Особенности компьютеризированной рекламы.
19. Особенности рекламы на радио.

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 ПП.03.01	ОК 1., ОК 2., ОК 3., ОК 4., ОК 5., ОК 6., ОК 7., ОК 8., ОК 9., ПК 3.1., ПК 3.2.	Защита отчетности по производственной практике.	

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)				
6.1. Рекомендуемая литература				
6.1.1. Основная литература				
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	
Л1.1	Шафрай А. В.	Графические редакторы дизайнера: учебное пособие.	Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры (КемГИК), 2019	
Л1.2	Нагаева И. А., Фролов А. Б.,	Основы web-дизайна. Методика проектирования: учебное пособие	Москва, Берлин: Директ-Медиа, 2021	
Л1.3	Федотов Г. В.	Интернет-технологии, оцифровка бумажных и иных информационных носителей (задания и методические рекомендации): методическое пособие.	Москва, Берлин: Директ-Медиа, 2021	
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	
Л2.1	Корякина Г. М., Бондарчук С. А.	Проектирование в графическом дизайне. Фирменный стиль: учебное наглядное пособие для практических занятий: учебное пособие.	Липецк: Липецкий государственный педагогический университет имени П.П. Семенова-Тян-Шанского, 2018.	
Л2.2	Степурко Т. А.	Технология материалов для живописи и дизайна: практикум.	Минск: РИПО, 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.1c 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