



Частное профессиональное образовательное учреждение  
«Сибирская региональная школа (колледж)  
Анны Муратовой»  
(ЧПОУ «СРШ (колледж) Анны Муратовой»)

ОДОБРЕНО  
на заседании  
педагогического совета  
Протокол № 1 от 26.08. 2019

УТВЕРЖДЕНО  
Директор  
ЧПОУ «СРШ (колледж) Анны Муратовой»  
А.Е. Муратова  
«27» августа 2019 г.



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**  
**УП.03.01. УЧЕБНАЯ ПРАКТИКА**  
**ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного**  
**продукта**  
**СПЕЦИАЛЬНОСТИ**  
**42.02.01. Реклама**  
**(базовой подготовки)**

Реализация образовательной программы  
с применением электронного обучения и дистанционных образовательных  
технологий

Омск 2019

Рабочая программа УП.03.01. учебная практика профессионального модуля ПМ.03 разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (ФГОС СПО) по специальности 42.02.01. Реклама (базовой подготовки) и содержательного единства основной профессиональной образовательной программы среднего профессионального образования - программы подготовки специалистов среднего звена (ППССЗ).

### СОГЛАСОВАНО

Представителем профессиональной среды  
по профилю ППССЗ:  
ООО «Образование Информ»

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

(подпись) М.П.

/Трумуть А.Л./

Организация-разработчик:

© ЧПОУ «Сибирская региональная школа (колледж) Анны Муратовой»

## СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ .....	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ .....	5
3. СТРУКТУРА И ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ .....	6
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ .....	7
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ) .....	14
6. СООТВЕТСТВИЕ СФОРМУЛИРОВАННЫХ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ЕЕ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫМ СТАНДАРТАМ .....	14
7. ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА ПО МОДУЛЮ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ .....	14
8. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММ С ПРИМЕНЕНИЕМ ЭЛЕКТРОННОГО ОБУЧЕНИЯ И ДИСТАНЦИОННЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ .....	15

## **1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ**

### **1.1. Область применения программы**

Программа учебной практики (далее программа) – является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности 42.02.01. Реклама (базовой подготовки) в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): 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.

### **1.2. Цели и задачи учебной практики**

С целью овладения указанным видом учебной 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.

Рекомендуемое количество часов на освоение программы производственной практики:  
144 часа.



## 2.РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Результатом освоения программы учебной практики является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности разработка и создание дизайна рекламной продукциив том числе профессиональными(ПК)и общими(ОК)компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
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 3.1.	Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.
ПК 3.2.	Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта

### 3. СТРУКТУРА И ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ.

#### 3.1. Тематический план производственной практики

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов производственной практики	Количество часов
1	2	3
П.К.1.1-1.5	1. Организационный этап	4
П.К.1.1-1.5	2. Производственный этап	138
П.К.1.1-1.5	3. Аналитико – оценочный этап	8
П.К.1.1-1.5	4. Дифференцированный зачет	2
	<b>Всего:</b>	<b>144</b>

#### 3.2. Содержание программы производственной практики

Виды работ	Содержание практического задания	Результат выполнения задания	Количество часов
1	2	3	4
<b>Организационный этап</b>			<b>4</b>
Вводный инструктаж	Инструктаж по прохождению практики, цели, задачи, структура отчета.	дневник, отчет, приложения.	2
	Выдача индивидуальных заданий – «Разработка творческой концепции рекламного продукта»	дневник, отчет, приложения.	2
<b>Производственный этап</b>			<b>138</b>
Общая характеристика предприятия	Структурная характеристика предприятия. Краткая история предприятия, его структура. Техническая оснащенность. Организация и схема управления предприятием. Отделы, их задачи и основные функции. Режим работы предприятия. Правила внутреннего распорядка, техника безопасности и противопожарная защита на предприятии. Типы рекламных агентств: агентство с полным спектром услуг, специализированная структура клиентского агентства, PR-агентства.	дневник, отчет, приложения.	16
	Организация рекламной деятельности на предприятии. Рекламные агентства и их функции, рекламодаватель, рекламопроизводитель и рекламораспространитель. Отдел рекламы и маркетинга на предприятии, структура и должностные обязанности сотрудников. Организация взаимоотношений участников рекламного процесса.	дневник, отчет, приложения.	15
Маркетинговая стратегия предприятия	Маркетинговая стратегия развития предприятия. Организация текущего состояния деловой активности и перспектив развития предприятия. Анализ слабых и сильных сторон предприятия.	дневник, отчет, приложения.	15
	Сегментирование рынка. Сегментация рынка, цели. Этапы и критерии	дневник, отчет, приложения.	15



	сегментации рынка.		
	Выявление требований целевых групп потребителей. Основные целевые сегменты. Позиционирование.	дневник, отчет, приложения.	16
	Разработка маркетинговой части бизнес-плана на предприятии. Оформление маркетинговой части бизнес-плана организации.	дневник, отчет, приложения.	16
Маркетинговые исследования	Исследования предпочтений целевых групп потребителей. Основные факторы, определяющие оценки и поведение потребителей. Характеристика потребителей. Выявление приоритетных конкурентов и определение силы их позиции. Исследование конкурентноспособности продуктов и эффективности маркетинговой деятельности.	дневник, отчет, приложения.	15
Подготовка авторской документации для регистрации авторских прав	Правовое регулирование рекламной деятельности. Учредительные документы предприятия. Документооборот предприятия, обеспечивающий рекламную деятельность: договор с заказчиком, лист согласования, сопровождающие документы.	дневник, отчет, приложения.	15
	Подготовка авторской документации для регистрации авторских прав. Общие требования к регистрации авторских прав на рекламную продукцию	дневник, отчет, приложения.	15
<b>Аналитико-оценочный этап</b>			<b>8</b>
Обобщить и проанализировать полученные на практике результаты.	Подготовить презентацию проекта.	дневник, отчет, приложения.	2
	Оформить пояснительную записку к проекту.	дневник, отчет, приложения.	2
	Вложить макеты фирменного стиля в портфолио	дневник, отчет, приложения.	2
	Защита отчета о результатах практики.	Защита отчета о результатах практики	2
<b>Дифференцированный зачет</b>			<b>2</b>

#### 4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

##### 4.1. Место и время проведения учебной практики

Производственная практика (по профилю специальности) проводится в организациях, направление деятельности которых соответствует профилю подготовки обучающихся, на основе договоров, заключаемых между техникумом и этими организациями.

Обучающиеся, совмещающие обучение с трудовой деятельностью, вправе проходить производственную (по профилю специальности) практику по месту работы в случаях, если осуществляемая ими профессиональная деятельность соответствует целям практики. Практика проводится на 1 курсе после освоения программ учебной дисциплины ПМ.03



## **1. Организационный этап**

1.1. Организационный этап. Рабочее совещание: определение цели и задач практики, знакомство с содержанием практики, беседа о нормах поведения и необходимости соблюдения этических требований, предъявляемых к студенту, разъяснение прав и обязанностей студента во время прохождения практики. Инструктаж по технике безопасности: соблюдение правил техники безопасности в пути на практику и непосредственно в условиях предприятия. Согласование плана учебной практики с руководителем от колледжа.

1.2. Организационный этап (на рабочем месте) Знакомство с руководителем практики и конкретизация плана практики: уточнение и конкретизация (при необходимости, корректировка) плана работы. Инструктаж по технике безопасности на рабочем месте: соблюдение правил внутреннего распорядка и техники безопасности в организации. Знакомство с организацией: территориальное местоположение, специализация, структурные подразделения и взаимосвязь между ними, кадры, материалы, технические средства (оборудование) и др.

## **2. Основной этап**

Изучение и анализ документации, регламентирующей деятельность организации. Систематизация собранной информации и оформление отчета по учебной практике. Написание основных разделов отчета по учебной практике, в соответствии с содержанием практики. Утверждение отчета руководителем практики от организации. Проверка отчета руководителем от колледжа.

## **3. Заключительный этап**

Защита отчета. Сдача отчета в двухнедельный срок после начала занятий на проверку руководителю. После проверки отчет возвращается студенту. Если имеются замечания, то студент их устраняет. Затем студент защищает отчет перед комиссией (не менее трех преподавателей) в соответствии с разработанным графиком.

При реализации образовательной программы с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий защита проходит в он-лайн режиме посредством программы Skype. При прохождении защиты он-лайн посредством программы Skype, студент заранее должен обеспечить работу домашнего компьютера, проверить состояние работы сети, при себе должен иметь гарнитуру (наушники), проверить работу веб-камеры. За настройку оборудования студент несет персональную ответственность. Вход в учетную запись необходимо совершить за 40 минут до указанного в расписании времени. Зайти в аккаунт Skype и проставить значок «в сети». При получении видеовызова от технического секретаря студент должен принять звонок, студент обязан продемонстрировать документ, удостоверяющий личность секретарю, после чего студент приглашается к защите.

## **4.2. Общие требования к организации производственной практики**

Учебная практика проводится на основе договоров, заключаемых между студентами и организациями (базами практики).

Организацию и руководство практикой осуществляют руководители практики от образовательного учреждения и от организации.

Практика проводится непрерывно в течение 6 дней, ежедневная продолжительность работы студента не должна превышать 6 часов. Время выхода на работу определяет руководитель практики от организации.

В период прохождения практики с момента зачисления студентов на них распространяются требования охраны труда и правила внутреннего распорядка, действующие в организации, а также трудовое законодательство, в том числе в части государственного социального страхования.

С целью формирования у студента общих и профессиональных компетенций, приобретение практического опыта и освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД).



Студенты, осваивающие ППССЗ СПО в период прохождения практики в организациях, должны полностью выполнить задания, предусмотренные программой практики;

Результаты практики оформляются отчетом, составленным в соответствии с программой. Ежедневные действия студентов отражаются в дневнике и заверяются руководителем практики от организации. По завершению практики на каждого студента оформляется характеристика, в которой отражают освоенные компетенции, уровень профессиональных знаний и умений студента, его отношение к работе, личностные качества, рекомендации по трудоустройству.

Аттестация по итогам учебной практики проводится в форме зачета на основании результатов, отраженных в дневнике, отчете и характеристике.

Результаты прохождения практики учитываются при итоговой аттестации.

#### **4.3. Информационное обеспечение обучения**

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы:

##### **Основные источники:**

1. Хапенков, В.Н. Организация рекламной деятельности : учеб.пособие для нач.проф. образования / В.Н. Хапенков, О.В. сагинова, Д.В. Федонин. – 4-е изд.,стер. – М.: Издательский центр Академия, 2018. 240 с.
2. Михеева, Е.В. Информатика: учебник / Е.В. Михеева, О.И. Титова. – М.: ОИЦАкадемия, 2018. – 298 с.
3. Морозов, М.А. Информационные технологии в социально-культурном сервисе и туризме. Оргтехника: учебник. / М.А. Морозов, Н.С. Морозова. – М.:Издательство Академия, 2016. – 240 с.
4. Романова, Ю.Д. Информатика и информационные технологии: учебное пособие/ Ю.Д. Романова, И.Г. Лесничная, В.И. Шестаков, И.В. Миссинг. - М.: Эксмо,2018. – 592 с.
5. Бернадская, Ю.С. Текст в рекламе: учеб.пособие / Ю.С. Бернадская. – М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2019. – 288 с.
6. Введенская, Л.А. Русский язык и культура речи: учеб.пособие / Л.А.Введенская, М.Н. Черкасова. – Ростов н/Д: Феникс, 2008. – 384 с.
7. Геращенко, Л.Л. Психология рекламы: учеб.пособие / Л.Л. Геращенко. – М.:АСТ, 2018. – 299 с.
8. Курушин, В.Д. Дизайн и реклама: учеб.пособие / В.Д. Курушин. – М.: ДМКПресс, 2016. – 272 с.
9. Разработка и технологии производства рекламного продукта: учебник / под ред.проф. Л.М. Дмитриевой. - М.: Экономистъ, 2008. – 639 с.
10. Соловьева, Н.М. Фотоаппаратура и ее эксплуатация: учебное пособие/ Н.М.Соловьева.- М.: Дрофа, 2019.-286с.;
11. Полукаров, В.Л., Разработка и технология производства рекламного продукта:учебное пособие / В.Л. Полукаров, С.Н. Рошупкин, К.А. Кобулашвили. – М.:КНОРУС, 2016.-352с.
12. Шарков Ф.И., Технология рекламы / под общей редакцией Ф.И. Шаркова, В.И.Гостенина. – М.: РИП-холдинг, 2017. – 216 с.
13. Головкин, Б.Н. Теория и практика фоторекламы: учебное пособие/ Б.Н.Головкин – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2015.-316с.
14. Антипов, К.В. Основы рекламы: учебник / К.В. Антипов. - М.: Издательско-торговая корпорация Дашков и К, 2017. - 328 с.
15. Белоусова, С.Н. Маркетинг: учебное пособие / С.Н. Белоусова. – Ростов н/Д :Феникс, 2017. - 314 с. – (СПО).
16. Блюм, М.А. Маркетинг рекламы : учеб.пособие / М.А. Блюм, Б.И. Герасимов,Н.В. Молоткова. – М.: ФОРУМ, 2019. – 144 с.
17. Богацкая, С.Г. Правовое регулирование рекламной деятельности учеб.пособие. –М.: Университетская книга, 2017. – 368 с. – (Новая университетская



- библиотека). Герасимов, Б.И. Маркетинговые исследования рынка: учебное пособие / Б.И. Герасимов, Н.Н. Мозгов. – М.: ФОРУМ, 2019. – 336 с.
18. Гусаров, Ю.В. Менеджмент рекламы: учебное пособие. / Ю.В. Гусаров. – М.: ЗАО Издательство «Экономика», 2019. – 527 с.
  19. Каменева Н.Г. Маркетинговые исследования : учеб. пособие / Н.Г. Каменева, В.А. Полякова. – М.: Вузовский учебник, 2016. – 439 с.
  20. Лебедева, О.А. Маркетинговые исследования рынка: учебник / О.А. Лебедева, Н.И. Лыгина. – М.: ИД ФОРУМ: ИНФРА-М, 2019. – 192 с.
  21. Мамонова, Е.А. Правовое регулирование рекламы. – М.: Дашков и К, 2019. – 220 с.
  22. Панкратов, Ф.Г. Основы рекламы: учебник. / Ф.Г. Панкратов, Ю.К. Баженов, В.Г. Шахурин. – М.: Издательско-торговая корпорация Дашков и К, 2019. – 548 с.
  23. Панкрухин, А.В. Маркетинг: учеб. для студентов, обучающихся по специальности «Маркетинг» / А.В. Панкрухин. – М.: Издательство Омега-Л, 2019. – 656 с.
  24. Свиридова, Е.А. Правовое регулирование рекламы / Е.А. Свиридова – М.: Издательство Юнити-Дана, Закон и право, 2019. – 192 с.
  25. Федеральный закон от 13 марта 2006 г. N 38-ФЗ "О рекламе"

#### **Дополнительные источники:**

1. Васильев, Г.Н. Основы рекламы: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению 080100 «Экономика», 080300 «Коммерция», 080500 «Менеджмент» / Г.А. Васильев, В.А. Поляков. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2016. – 719 с.
2. Мудров, А.Н. Основы рекламы: учебник / А.Н. Мудров. – М.: Магистр, 2018. – 397 с.
3. Алферов, А.В. Оргтехника в управлении / А.В. Алферов, В.С. Бренер, Л.Н. Качалина. – М.: Экономика, 2016. – 183 с.
4. Кошобинский, А.О. Современный самоучитель работы в сети Интернет / А.О. Кошобинский, С.В. Грошев. - пер. - М.: Триумф, 2017.-320 с.
5. Новиков, Ю.В. Локальные сети: архитектура, алгоритмы, проектирование: учебное пособие / Ю.В. Новиков, С.В. Кондратенко. - :М.: Издательство ЭЕОН, 2017. – 245 с.
6. Анашкина, Н.А. Рекламный образ: учеб. пособие / Н.А. Анашкина; под ред. Л.М. Дмитриевой. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017.- 175 с.
7. Васильев, Г.А. Основы рекламы: учеб. пособие / Г.А. Васильев, В.А. Поляков. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2016. – 719 с.
8. Гойхман, О.Я. Реклама: язык, речь, общение: учебное пособие / авт кол. А.А. Алипова и др.: под ред. О.Я. Гойхмана, В.М. Лейчика.- М.: ИНФРА-М, 2018. – 286 с.
9. Гойхман, О.Я. Речевая коммуникация: учебник / О.Я. Гойхман, Т.М. Надеина. – М.: ИНФРА-М, 2019. – 272 с.
10. Логвиненко, Г.М. Декоративная композиция: учеб. пособие / Г.М. Логвиненко. – М.: ВЛАДОС, 2018. – 144 с. 21
11. Медведева, Е.В. Рекламная коммуникация / Е.В. Медведева. – М.: УРСС, 2019. – 235 с.
12. Стернин, И.А. Практическая риторика: учеб. пособие / И.А. Стернин. – М.: Издательство Академия, 2018. – 272 с.
13. Ткаченко, Н.В. Креативная реклама. Технологии проектирования: учеб. пособие / Н.В. Ткаченко, О.Н. Ткаченко; под ред. Л.М. Дмитриевой. – М.: ЮНИТИДАНА, 2019. – 335 с.
14. Овчинникова, Р.Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования: учеб. пособие / Р.Ю. Овчинникова; под ред. Л.М. Дмитриевой. – М.: ЮНИТИДАНА, 2017. – 271 с.
15. Туэмлоу, Э. Графический дизайн. Фирменный стиль, новейшие технологии и креативные идеи: учеб. пособие / Э. Туэмлоу. - М.: АСТ, 2016. – 256 с.
16. Устин, В.Б. Искусство наружной рекламы. Практическое руководство: учеб. пособие / В.Б. Устин. - М.: АСТ, 2019. – 304 с.



17. Устин, В.Б. Учебник Дизайна. Композиция, методика, практика: учеб.пособие / В.Б. Устин. – М.: АСТ, 2019. – 254 с.
18. Гойхман, О.Я. Реклама: язык, речь, общение: учебное пособие / авт кол. Алипова А.А. и др.: под ред. О.Я. Гойхмана, В.М. Лейчика.- М.: ИНФРА-М, 2018. – 286 с.
19. Гойхман, О.Я. Речевая коммуникация: учебник / О.Я. Гойхман, Т.М. Наденна. – М.: ИНФРА-М, 2019. – 272 с.
20. Овчинникова, Р.Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования: учебное пособие для вузов / Р.Ю. Овчинникова, под ред. Л.М. Дмитриевой.- М.: ЮНИТИ, 2019.-239с.
21. Шарков, Ф.И. Разработка и технологии производства рекламной продукции: учебное пособие/ Ф.И. Шарков, В.И.Гостенина. – М.: ИД Дашков и Ко, 2017.- 406с.
22. Огурчиков, П.К. Мастерство продюсера в кино и телевидении: учебник для вузов/ П.К. Огурчиков, В.И. Сидоренко, В.В. Падейский. – М.: ЮНИТИДАНА, 2018.-863с.
23. Романов, А.А. Разработка рекламного продукта: учебное пособие/ А.А. Романов, В.А., Поляков Г.А. Васильев– М.: ИНФРА - М, 2017.-256с.;
24. Капран, В.И. Психология и разработка рекламной продукции: учебное пособие/ В.И.Капран – М.: Academia, 2013.-240с.;
25. Медведева, Е.В. Рекламная коммуникация / Е.В. Медведева. – М.: УРСС, 2018. – 235 с.
26. Шамхалова, С.Ш. Теле - и радиореклама. Секреты завоевания потребителей / С.Ш. Шамхалова. – М.: Дашков и Ко, 2019.-144с.;
27. Яцюк, О.Г. Компьютерные технологии в дизайне. Логотипы, упаковка, буклеты/ О.Г.Яцюк.– СПб.: БХВ-Петербург, 2016-464с.;
28. Дмитриева, Л.М. Социальная реклама: учебник для вузов/ Л.М. Дмитриева.- М.: ЮНИТИ, 2019.-271с.;
29. Фрост, Л. Цифровая фотография. Обработка на домашнем компьютере./ Ли Фрост– М.: Арт-родник, 2016.-163с.
30. Фримэн, Д. Фотография. Новое полное руководство по фотосъемке. / Джон Фримэн– М.:АСТ: Астрель, 2016-206с.
31. Данилов, А.А. Идея, сценарий, дизайн в рекламе/ А.А. Данилов– М.: ДАН, 2019.-252с.
32. Шубина, И.Б. Основы драматургии и режиссуры рекламного видео: Творческая мастерская рекламиста / И.Б. Шубина. – М.: Март, 2014.-320с 22
33. Брингхерст, Р. Основы стиля в типографике/Роберт Брингхерст – М.: Д. Аронов, 2016.-430с.
34. Буковецкая О.А. Дизайн текста: шрифт, эффекты, цвет / О.А. Буковецкая – М.:ДМК, 2000.-304с.
35. Эвами М. LOGO. Создание логотипов: Самые современные разработки/ Майкл Эвами– СПб.: Питер, 2019.-352с.
36. Туэмлоу Э. Графический дизайн: Фирменный стиль/ Элис Туэмлоу – М.: Астрель, Аст. 2016.-256с.
37. В.Б. Устин Искусство наружной рекламы: практическое руководство/ Устин – М.: Аст. 2019.- 304с.
38. Феличи Дж. Типографика: шрифт, вёрстка, дизайн/Джеймс Феличи – СПб.: БХВ-Петербург, 2014.-470с.
39. Веселов, С.В. Маркетинг в рекламе. Рекламный рынок и его изучение: учебник для студентов вузов. Часть 1 / С.В. Веселов. – М.: Международный институт рекламы, 2018. – 398 с.



40. Гомола, А.И. Бизнес-планирование: учеб.пособие для студ. сред. проф. учеб. заведений / А.И. Гомола, П.А. Жаннин. – М.: Издательский центр Академия, 2018. – 144 с.
41. Предпринимательское право: учебник для студентов вузов / [Н.Д. Эриашвили и др.]; под ред. Н.М. Коршунова, Н.Д. Эриашвили, П.В. Алексия. – М.: ЮНИТИДАНА: Закон и право, 2017.- 719 С. (Серия «Duralex, sedlex»).
42. Попова, А.В. Правовое регулирование рекламной деятельности: учебное пособие / А.В. Попова, М.Ф.Мальшева. - М.: Дашков и К, 2019. – 160 с.
43. Реклама. Законодательные и нормативные акты. Судебная практика и судебные прецеденты. Международные правила и обычаи делового оборота. – М.: Издательство: Ось-89, 2017. - 224 с.
44. Эриашвили, Н.Д. Правовое регулирование рекламной деятельности: учебное пособие / Н.Д. Эриашвили. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2019. – 240
45. Хапенков, В.Н. Организация рекламной деятельности: учеб.пособие для нач. проф. образования / В.Н. Хапенков, О.В. Сагинова, Д.В. Федюнин. – М.: Издательский центр Академия, 2018. 240 с.
46. Гусаров, Ю.В. Менеджмент рекламы: учеб.пособие / Ю.В. Гусаров. – М.: ЗАО Издательство Экономика, 2019. – 527 с.

#### **Интернет ресурсы:**

1. <http://www.garant.ru/> - Информационно-правовой портал «Гарант»
2. <http://www.consultant.ru/> - Компания «КонсультантПлюс»
3. <http://www.adme.ru> - Рекламный портал AdMe («ЭдМи»)
4. <http://www.artpatent.ru/ru/> - Авторское агенство «АртПатентъ»
5. <http://www.elk-marketing.ru/> - ELK-MARKETING. Блог о маркетинге. Новости,проблемы, понятия мира маркетинга и рекламы.
6. <http://www.media-planning.ru> Медиапланирование.RU: каталог агентств, статьи,исследования, программы
7. <http://www.neoflag.ru> - Рекламно-производственная компания полного цикла ООО«Новые Формы Рекламы»
8. <http://www.rada-reklama.ru> - Рекламное агенство полного цикла "РАДА-Реклама"
9. <http://www.inventech.ru/lib/reklama/> Центр Креативных Технологий
10. <http://linux.armd.ru> – Пакет свободного ПО для образовательных учреждений России
11. <http://hear.altlinux.ru> – Образовательные проекты
12. <http://www.intuit.ru> – Интернет Университет Информационных технологий
13. [http://bigadvenc.ru/articles/p2\\_articleid/95](http://bigadvenc.ru/articles/p2_articleid/95) - Большая энциклопедия Рекламы
14. [http://www.metaphor.ru/er/misc/prosto\\_reklama\\_06.xml](http://www.metaphor.ru/er/misc/prosto_reklama_06.xml) - Простой учебник хорошейрекламы.
15. <http://propel.ru/pub/304.php> - Создание рекламного текста.
16. <http://vakvrek.narod.ru/tekst.html> - Основные принципы составления рекламного текста.
17. <http://www.nankk.ru/history/history08.html> - Художественно-изобразительные средства.
18. [http://www.koob.ru/lebedev\\_lubimov\\_a/psihologiya\\_reklami\\_lebedev](http://www.koob.ru/lebedev_lubimov_a/psihologiya_reklami_lebedev) – Психологиярекламы – Лебедев-Любимов А.Н.
19. [http://www.marketing.spb.ru/lib-comm/advert/idea\\_search.htm](http://www.marketing.spb.ru/lib-comm/advert/idea_search.htm) – Энциклопедиямаркетинга
20. <http://www.twirpx.com/file/15689> - Русский язык и культура речи
21. <http://www.mastertext.spb.ru/> - Рекламный текст
22. [www.ir-magazine.ru](http://www.ir-magazine.ru) Официальный сайт журнала Индустрия рекламы
23. [www.prosmi.ru/magazin/practic](http://www.prosmi.ru/magazin/practic) Официальный сайт журнала Практика рекламы



24. [www.advi.ru](http://www.advi.ru) Официальный сайт журнала Рекламные идеи.
25. <http://www.twirpx.com/file/15689> - Русский язык и культура речи.
26. <http://www.mastertext.spb.ru/> - Рекламный текст.
27. [HTTP://WWW.INTUIT.RU/](http://WWW.INTUIT.RU/) - Интернет университет информационных технологий.
28. <http://www.garant.ru/> - информационно-правовой портал «Гарант»
29. <http://www.consultant.ru/> - компания «КонсультантПлюс», тематический классификатор «Гражданское право»
30. [http://exsolver.narod.ru/Books/Management/ad\\_man/index.html/](http://exsolver.narod.ru/Books/Management/ad_man/index.html/) - библиотека EXSOLVER
31. <http://www.fas.gov.ru/adcontrol/index.shtml/> - Федеральная антимонопольная служба (ФАС России)
32. <http://www.e-college.ru/> - проект Московского института экономики, менеджмента и права (МИЭМП), посвященный дистанционному обучению
33. <http://www.zakonrf.info/zoreklame/19/> - кодексы и законы РФ – правовая навигационная система
34. <http://www.vsetreningi.ru/magazine/grebennikov-advertising-practice/> - журнал «Реклама. Теория и практика»
35. <http://www.adme.ru> - Рекламный портал AdMe (ЭдМи)
36. <http://www.artpatent.ru/ru/> - Авторское агенство «АртПатентъ»
37. <http://www.elk-marketing.ru/> - ELK-MARKETING. Блог о маркетинге. Новости, проблемы, понятия мира маркетинга и рекламы.
38. <http://www.media-planning.ru> Медиапланирование.RU: каталог агентств, статьи, исследования, программы
39. <http://www.neoflag.ru> - Рекламно-производственная компания полного цикла ООО Новые Формы Рекламы
40. <http://www.rada-reklama.ru> - Рекламное агенство полного цикла РАДА-Реклама
41. <http://www.inventech.ru/lib/reklama/> Центр Креативных Технологий
42. <http://www.copyright.ru> - Портал Copyright.ru
43. <http://grebennikon.ru/journal-8.html> Реклама. Теория и практика. / Журнал

#### 4.4. Кадровое обеспечение производственной практики.

**Требования к квалификации руководителей практики от учебного заведения:** наличие высшего профессионального образования, соответствующего профилю модуля.

**Требования к квалификации руководителей практики от организации (базы практики):** дипломированные специалисты, имеющие опыт работы в организациях соответствующей профессиональной сферы не менее 3 лет.



## **5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)**

Результаты (освоенные профессиональные компетенции), основные показатели оценки результата, формы и методы контроля и оценки рассматриваются в рабочих программах профессиональных модулей ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции, Принципы, на которых базируются оценки освоения компетенций:

1. Оценка базируется на критериях;
2. Критерии оценки формулируются в терминах результатов деятельности/задач модуля;
3. При оценке учитываются представленные свидетельства освоения компетенций обучающимися;
4. Сбор свидетельств осуществляется непрерывно в течение всего периода обучения (в процессе контрольных точек, в ходе итоговой оценки);
5. Оценка освоения модуля производится на основе всех свидетельств, включая свидетельства, предоставленные в ходе итоговой оценки;
6. Оценка подразделяется на текущую и итоговую.

Для проведения оценки каждого вида деятельности создается документация:

- Руководство по оценке модуля;
- Памятка по оценке для обучающегося;
- Оценочные ведомости;
- Оценочные задания.

## **6. СООТВЕТСТВИЕ СФОРМУЛИРОВАННЫХ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ЕЕ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫМ СТАНДАРТАМ**

В соответствии с реализацией основных требований законодательства РФ в области внедрения профессиональных стандартов, в ЧПОУ «СРШ (колледж) Анны Муратовой» идет работа по актуализации основных образовательных программ с учетом принимаемых профессиональных стандартов по направлению установления соответствия ФГОС, ОП И ПС и сопряжения их разделов, а также по актуализации ОП в соответствии с требованиями рынка труда. Соотнесение компетенций трудовым функциям ПС представлены в разделе ОП.

## **7. ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА ПО МОДУЛЮ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ**

Организационно–педагогическое, психолого–педагогическое, медицинское, оздоровительное сопровождение, материальная и социальная поддержка обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с программой индивидуальной реабилитации обучающихся с ограниченными возможностями здоровья, разрабатываемой для конкретного обучающегося.

Обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья предоставляются печатные и (или) электронные образовательные ресурсы в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся, оценочные средства для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбираются с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

При необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на дифференцированном зачете.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями. Могут использоваться собственные технические средства.



Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по ПМ предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа,

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа,

При проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по ПМ обеспечивается выполнение следующих дополнительных требований в зависимости от индивидуальных особенностей обучающихся:

а) инструкция по порядку проведения процедуры оценивания предоставляется в доступной форме (устно, в письменной форме, в форме аудиозаписи);

б) доступная форма предоставления заданий оценочных средств (в печатной форме, в печатной форме увеличенным шрифтом, в форме аудиозаписи, в форме электронного документа, задания зачитываются ассистентом);

в) доступная форма предоставления ответов на задания (письменно на бумаге, набор ответов на компьютере, в форме аудиозаписи, с использованием услуг ассистента, устно).

При необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по ПМ может проводиться в несколько этапов (на основе личного заявления обучающегося).

Проведение процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с использованием дистанционных образовательных технологий.

## **8. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММ С ПРИМЕНЕНИЕМ ЭЛЕКТРОННОГО ОБУЧЕНИЯ И ДИСТАНЦИОННЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

При реализации программы профессионального модуля применяется электронное обучение и дистанционные образовательные технологии.

При электронном обучении и использовании дистанционных образовательных технологий обучающимся обеспечивается доступ к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определяется в рабочей программе, кроме того, при реализации программы с использованием информационно-образовательной среды, ПМ обеспечивается полнокомплектным ЭУМК.

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья электронное обучение и дистанционные образовательные технологии предусматривают возможность приема-передачи информации в доступных для них формах. Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечиваются печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

**ИЗМЕНЕНИЯ И ДОПОЛНЕНИЯ**  
**к рабочей программе УП.03.01 учебная практика**  
**ПМ.03. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта**  
**в составе ППСС342.02.01. Реклама (базовая подготовка)**  
**Ведомость изменений**

Срок, с которого вводятся изменения	Номер и наименование раздела программы. Причина внесения изменений. Основное содержание изменения и /или дополнения	Инициатор изменения	Отметка об утверждении/с огласовании изменений