



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

ОДОБРЕНО
на заседании
Педагогического совета

Протокол № 1 от 31 августа 2022 г.

УТВЕРЖДЕНО

Директор
ЧПОУ «СРШ (колледж) Анны Муратовой»
А.Е. Муратова
31 августа 2022 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ)

Специальность

42.02.01 Реклама

по программе базовой подготовки

Квалификация выпускника

Специалист по рекламе

Форма обучения

заочная

Реализация образовательной программы с применением электронного обучения
и дистанционных образовательных технологий

Омск 2022

Рабочая программа производственной практики (преддипломной) разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности 42.02.01 Реклама от 12 мая 2014 г. № 510, положения об учебной и производственной практике в ЧПОУ «СРШ (колледж) Анны Муратовой» и содержательного единства основной профессиональной образовательной программы среднего профессионального образования - программы подготовки специалистов среднего звена (ППССЗ).

РАЗРАБОТЧИК: преподаватели ЧПОУ «СРШ (колледж) Анны Муратовой».

Программа одобрена на заседании педагогического совета
протокол № 1 от 31 августа 2022 г.

Председатель педагогического совета Муратова А.Е.

Организация-разработчик:

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

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ)	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ)	7
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ) ПРАКТИКИ	9
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ	13
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ) ПРАКТИКИ	17
ПРИЛОЖЕНИЕ	Error! Bookmark not defined.

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ)

1.1. Область применения программы

Рабочая программа производственной (преддипломной) практики (далее рабочая программа) – является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО (ППССЗ) 42.02.01 Реклама в части освоения основных видов профессиональной деятельности (ВПД):

- Разработка и создание дизайна рекламной продукции.
- Производство рекламной продукции.
- Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта.
- Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта.
- Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих.
- Менеджмент в рекламе.

Преддипломная практика проводится после изучения всех дисциплин профессионального цикла и прохождения всех видов практик: учебной, производственной.

1.2. Цели и задачи производственной (преддипломной) практики

Целями производственной (преддипломной) практики ППССЗ по специальности 42.02.01 Реклама базовой подготовки являются:

- углубление практических умений и навыков по профессиональной деятельности;
- сбор материалов необходимых для дипломного проектирования.

Задачами производственной (преддипломной) практики являются:

- закрепление знаний и умений студентов по специальности;
- формирование профессиональной компетентности специалиста;
- проверка готовности специалиста к самостоятельной трудовой деятельности;
- участие в производственной деятельности предприятия (организации), обработка и анализ полученных результатов;
- анализ литературы и документальных источников для дальнейшего их использования в дипломном проектировании.

В результате прохождения производственной (преддипломной) практики студент должен **иметь практический опыт работы:**

- выбора художественной формы реализации рекламной идеи;

- создания визуального образа с рекламными функциями;
- художественного конструирования рекламных продуктов по заданию;
- выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта;
- построения модели (макета, сценария) объекта с учетом выбранной технологии;
- подготовки к производству рекламного продукта;
- производства рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков;
- выявления требований целевых групп потребителей;
- разработки средств продвижения рекламного продукта;
- разработки маркетинговой части бизнес-плана;
- планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта;
- контролирования соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя;
- взаимодействия с субъектами рекламной деятельности;
- подготовки документации для регистрации авторских прав;
- ведения переговоров с заказчиком;
- использования офисной оргтехники, информационных и коммуникационных технологий при получении и оформлении заказа;
- оформления договорной и финансовой документации при работе с заказчиком;
- организации связи со средствами массовой информации;
- работы в рекламных акциях в качестве исполнителя;
- использования современных информационных и коммуникационных средств продвижения рекламы;
- создания рекламного ролика в интернете;
- организации собственного интернет-сообщества с целью продвижения товара/услуги;
- запуска рекламной интернет-кампании;
- создания газетно-журнального контента;
- создания телепрограммы;
- конструирования бренда и организации брендингового процесса;
- использования методик исследования образа бренда;
- применения концепции брендинга на практике;

- организации event-мероприятий различных видов: деловых, массовых, корпоративных;
- проектирования event-мероприятия;
- применения теоретических основ при планировании и проведении event-мероприятий;
- создания рекламного продукта;
- документирования работы с клиентом в рамках работы над выполнением рекламного проекта;
- совместной работы сотрудников рекламного предприятия

1.3. Количество часов на освоение рабочей программы производственной (преддипломной) практики

Общий объем времени на проведение практики определяется ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама и составляет 144 часа.

Преддипломная практика проводится с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Рабочий день студента-практиканта составляет 6 академических часов, 36 часов в неделю.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ)

Результатом производственной практики (преддипломной) является освоение общих (ОК) и профессиональных компетенций (ПК).

Освоенные общие компетенции (ОК):

Код компетенции	Содержание
ОК 01	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 02	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 03	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК 04	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 05	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 06.	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 07	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
ОК 08	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 09	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.

Освоенные профессиональные компетенции (ПК):

Вид профессиональной деятельности	КОД	Наименование результатов обучения
Разработка и создание дизайна рекламной продукции	ПК 1.1	Осуществлять поиск рекламных идей
	ПК 1.2	Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы
	ПК 1.3	Разрабатывать авторские рекламные проекты
	ПК 1.4	Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений
	ПК 1.5	Создавать визуальные образы с рекламными функциями
Производство рекламной продукции	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
Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта	ПК 3.1	Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка
	ПК 3.2	Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта
Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта	ПК 4.1	Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей
	ПК 4.2	Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее
	ПК 4.3	Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт
Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих	ПК 5.1	Осуществлять работу с клиентами: по поиску, привлечению и ведению переговоров, а также владеть технологиями продаж
	ПК 5.2	Принимать участие в рекламных акциях в качестве исполнителя или посредника по предоставлению рекламных услуг
	ПК 5.3	Обеспечивать контакты с производителями рекламы, средствами массовой информации по вопросам производства, размещения и продвижения рекламного продукта, используя современные информационные и коммуникационные средства
	ПК 5.4	Использовать офисную оргтехнику, информационные и коммуникационные технологии при оформлении договорной и финансовой документации с заказчиком, применяя в работе правовые нормы рекламного законодательства, регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг
	ПК 5.5	Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений с использованием компьютерных технологий для обработки текстовой информации. Владеть начальными приемами создания и обработки изображений
Менеджмент в рекламе	ПК 6.1	Координировать и контролировать информационное обеспечение рекламной деятельности в Интернете, системе СМИ и массовых коммуникаций
	ПК 6.2	Владеть современными технологиями продвижения бренда
	ПК 6.3	Осуществлять планирование и организацию рекламных мероприятий
	ПК 6.4	Использовать современные управленческие технологии для повышения эффективности деятельности рекламного предприятия.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ) ПРАКТИКИ

3.1. Объем производственной (преддипломной) практики и вид контроля

Наименование профессионального модуля	Объем времени, отведенный на практику (в неделях, часах)	Вид контроля
ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции ПМ.02 Производство рекламной продукции ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих ПМ. 06 Менеджмент в рекламе	4 недели/ 144 час.	Дифференцированный зачет
ВСЕГО:	4 недели/ 144 час.	

3.2. Содержание практики

№ п/п	Виды работ	Код компетенций	Содержание разделов (этапов) практики	Количество часов
1.	Организационные вопросы	ОК 01-11	<p>Распределение по рабочим местам</p> <p>Изучение инструкций по охране труда и технике безопасности и пожаробезопасности, схем аварийных проходов и выходов, пожарного инвентаря.</p> <p>Изучение правил внутреннего распорядка.</p> <p>Изучение правил и норм охраны труда, техники безопасности при работе с техникой.</p>	6 часов
2.	Разработка и создание дизайна рекламной продукции	ОК 01-11 ПК.1.1-1.5	<p>Разработка и создание дизайна различных видов рекламной продукции рекламных афиш, плакатов, информационных листовок, объявлений, буклетов, фирменного стиля и др.</p> <p>Анализ выразительных и художественно-изобразительных средств рекламы.</p> <p>Составления рекламного текста для разработанной рекламной продукции компании</p> <p>Разработка макета товарного знака на основе брифа рекламодателя.</p> <p>Создание макета сувенирной продукции для компании в зависимости от целей, задач и бюджета рекламной компании.</p>	18 часов
3.	Производство рекламной продукции	ОК 01-11 ПК 2.1-2.3	<p>Анализ основных инструментов, оборудования и основных изобразительных средств и материалов, используемых при исполнении рекламного продукта</p> <p>Разработка серии рекламных плакатов для рекламной организации.</p> <p>Изучение основных компьютерные технологий, используемых при создании печатного рекламного продукта в рекламной организации.</p> <p>Разработка и выполнение модели изделия в программе Corel Draw.</p> <p>Анализ основных этапов технологии разработки и производства рекламной продукции в рекламной организации.</p> <p>Создание и подготовка к производству рекламного продукта по заданию руководителя производственной практики от организации.</p> <p>Анализ основных психологических восприятий рекламного продукта потребителем.</p> <p>Анализ осуществления в рекламной организации правовое обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков.</p>	18 часов

4.	Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта	ОК 01-11 ПК 3.1-3.2	<p>Анализ целевой группы потребителей рекламной организации.</p> <p>Сегментирование потребителей рекламной организации.</p> <p>Разработка предложений по расширению целевых групп потребителей.</p> <p>Описание основных средств продвижения рекламного продукта, используемых в рекламной организации.</p> <p>Разработка средств продвижения рекламного продукта для рекламной организации с целью повышения эффективности деятельности.</p> <p>Анализ внешнего окружения.</p> <p>SWOT-анализ рекламной организации.</p> <p>Разработка маркетинговой части бизнес-плана рекламной организации.</p>	18 часов
5.	Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта	ОК 01-11 ПК 4.1-4.3	<p>Описание системы планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта в рекламной организации.</p> <p>Разработка предложения по совершенствованию системы планирования и текущей деятельности для рекламной организации.</p> <p>Изучение осуществления функции контроля соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя в рекламной организации.</p> <p>Разработка системы мероприятий по совершенствованию контроля соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя.</p> <p>Описание взаимодействия рекламной организации с субъектами рекламной деятельности.</p> <p>Разработка системы эффективных мероприятий по взаимодействию с субъектами рекламной деятельности для рекламной организации.</p> <p>Процедура подготовки документации для регистрации авторских прав в рекламной организации.</p> <p>.Оформление документов необходимых для регистрации авторских прав.</p>	18 часов
6.	Овладение умениями и навыками по должности служащего 20032 "Агент рекламный"	ОК 01-11 ПК 5.1-5.5	<p>Поиск клиентов, ведение клиентской базы.</p> <p>Консультировать клиентов.</p> <p>Оформление документации (заключение договоров, ведение отчетности). Составление договора с клиентом и брифа рекламной компании.</p> <p>Разработка и создание: рекламного сообщения для конкретного предприятия, презентации о деятельности предприятия для демонстрации на пресс-конференции, оригинал-макета рекламного сообщения для рекламного щита на конкретную тему.</p> <p>Разработка проекта концепции корпоративного фирменного стиля.</p>	12 часов

7.	Менеджмент в рекламе	ОК 01-11 ПК 6.1-6.4	Создание рекламного ролика. Участие в запуске рекламной интернет-кампании. Проектирование, организация и проведение event - мероприятий различных видов: деловых, массовых, корпоративных. Оформление документов при работе с клиентом в рамках работы над выполнением рекламного проекта.	18 часов
8.	Сбор материала для ВКР. Оформление отчета по практике	ОК 01-11	Сбор материала для ВКР. Оформление отчета по производственной (преддипломной) практике	36 часов
Итого				144 часа

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

- АРМ преподавателя;
- АРМ студентов;
- Лицензионное программное обеспечение.

Объекты баз практик должны соответствовать действующим санитарным и противопожарным нормам, а также требованиям техники безопасности при проведении производственных работ.

Реализация программы учебной и производственной практики (по профилю специальности) проводится на базе организаций, направление деятельности которых соответствуют профилю подготовки обучающихся на основе договоров, заключаемых между образовательной организацией и организациями.

Оборудование предприятий и технологическое оснащение рабочих мест производственной практики должно соответствовать содержанию профессиональной деятельности и дать возможность обучающемуся овладеть профессиональными компетенциями по всем видам деятельности, предусмотренными программой, с использованием современных технологий, материалов и оборудования.

4.2. Информационное обеспечение обучения

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

Нормативно-правовые акты:

1. Конституция Российской Федерации [Электронный ресурс]: Принята 12 декабря 1993г., с изм. и доп. – Доступ из ЭПС «Система Гарант».
2. Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 N 38-ФЗ (ред. от 08.03.2015) "О рекламе"(с изм. и доп., вступ. в силу с 25.05.2015) [Электронный ресурс]: режим доступа: справочно-правовая система Консультант Плюс.

Основные источники:

1. Антипов, К. В. Основы рекламы : учебник / К. В. Антипов. – 4-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 326 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573332>

2. Евстафьев В. А. Организация и практика работы рекламного. агентства: Учебник для бакалавров / В. А. Евстафьев, А. В. Молин. — М.: Издательско торговая корпорация «Дашков и К^о», 2019. — 512 с.

3. Карпова С.В. Рекламное дело: Учебник и практикум для СПО.- М.: Юрайт, 2019. — 431 с.

4. Менеджмент и маркетинг: практикум / составители О. П. Маслова, О. Ю. Калмыкова. — 2-е изд. — Самара: Самарский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2021. — 113 с. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/111764.html>

5. Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства : учебник и практикум для СПО / В. А. Поляков, А. А. Романов. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 502 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10539-1. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/reklama-razrabotka-i-tehnologii-proizvodstva-430788.

Дополнительные источники:

1. Абаев А.Л. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебник для бакалавров / Под ред. А. Л. Абаева, В. А. Алексунина, М. Т. Гуриевой. — М.: Дашков и К^о, 2019. — 433 с

2. Айзенштейн К. Как рекламировать с успехом. Настольное руководство для деловых людей. — М.: Изд. В. Секачев, 2019. — 126 с. 7. Ашманов И. Оптимизация и продвижение в поисковых системах. — СПб.:Питер, 2019. — 512 с.

3. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для СПО / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 431 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11216-0. — Режим доступа : www.biblioonline.ru/book/reklamnoe-delo-444765

4. Основы дизайна и композиции: современные концепции : учеб. пособие для СПО / Е. Э. Павловская [и др.] ; отв. ред. Е. Э. Павловская. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 183 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978- 5-534-09373-5. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/osnovy-dizayna-i-kompoziciiisovremennye-koncersii-442383

5. Реклама социальных проектов: методическое пособие / А. Л. Абаев, Г. Г. Вельская, А. Г. Жилиев [и др.] ; под редакцией Г. Г. Вельской. — 3-е изд. — Москва: Дашков и К, 2021. — 94 с. — ISBN 978-5-394-04242-3. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/107817.html>

6. Шокорова, Л. В. Дизайн-проектирование: стилизация : учеб. пособие для СПО / Л. В. Шокорова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 74 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10584-1. — Режим доступа : www.biblioonline.ru/book/dizayn-proektirovanie-stilizaciya-430881

7. Шпаковский, В. О. Организация и проведение рекламных мероприятий посредством ВТЛкоммуникаций : учебное пособие : [16+] / В. О. Шпаковский, Н. М. Чугунова, И. В. Кирильчук. — 4-е изд., стер. — Москва : Дашков и К°, 2020. — 128 с. : ил. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573190>

8. Щепилова, Г. Г. Основы рекламы: учебник для бакалавров / Г. Г. Щепилова, К. В. Щепилов. — 4-е изд., испр. и доп. — Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. — 473 с. : ил., табл. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=500663>

Интернет-источники:

1. <https://www.tandfonline.com/> - коллекция журналов Taylor&Francis Group включает в себя около двух тысяч журналов и более 4,5 млн. статей по различным областям знаний

2. <http://www.akarussia.ru/node/5025> - база данных исследований Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР)

3. http://www.akarussia.ru/knowledge/industrial_standarts - база данных по индустриальным стандартам интерактивной рекламы (разработано IAB Russia и утверждено комиссией по индустриальным стандартам АКАР)

4. <https://fas.gov.ru/spheres/1> - нормативно-правовая база данных Федеральной антимонопольной службы (ФАС) РФ в области рекламы

5. www.market-agency.ru - база данных маркетингового агентства рыночных исследований и консалтинга "Маркет"

6. <https://wfanet.org/> - официальный сайт WFA - Всемирная федерация рекламодателей. WFA объединяет крупнейших мировых владельцев брендов и национальные ассоциации рекламодателей.

7. <http://assadv.ru/> - сайт Ассоциации рекламодателей

8. <http://www.advi.ru> - сайт журнала «Рекламные идеи»

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Содержание всех этапов практики определяется требованиями к умениям и практическому опыту профессиональных модулей в соответствии с ФГОС СПО по

специальности 42.02.01 Реклама, утвержденным Приказом Министерством образования и науки Российской Федерации от 12 мая 2014 г. № 510.

Содержание и результат практик проводимых в рамках профессиональных модулей согласован с организациями, предоставляющими места практик обучающимся.

Аттестация по итогам практик проводится с учетом (или на основании) результатов, подтвержденных документами соответствующих организаций (аттестационный лист по практике, дневник по практике, отчет о прохождении практики, дневник по практике, характеристика с места прохождения практики).

При формировании фондов оценочных средств прохождения практик процедура оценки общих и профессиональных компетенций определяется совместно с организациями, предоставляющими места практик обучающимся.

Формы отчетности и оценочный материал прохождения практик разрабатывается и согласовывается с организациями, предоставляющими места практик обучающимся.

Рабочая программа учебной и производственной (по профилю специальности) практики предусматривает осуществление образовательной деятельности на государственном языке Российской Федерации.

Все изменения, внесенные в рабочую программу учебной и производственной (по профилю специальности) практики, фиксируют в пояснительной записке (лист изменений и дополнений).

Утвержденная рабочая программа хранится в учебно-методическом отделе.

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Реализация программы учебной и производственной (по профилю специальности) практики обеспечивается педагогическими кадрами, имеющими высшее образование, соответствующее профилю проводимой практики, с опытом деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы. Преподаватели получают дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ) ПРАКТИКИ

Аттестация по итогам практики осуществляется с учетом (или на основании) результатов, подтверждаемых дневниками, отчетами, аттестационными листами, характеристикой, материалами, подтверждающими получение практического опыта.

Практика завершается дифференцированным зачётом при условии, что студент на защиту практики предоставляет:

- 1) направление (Приложение 1);
- 2) один экземпляр договора (Приложение 2);
- 3) дневник, в котором прописаны все этапы работ практики, с подписью руководителя и печатью Организации (Приложение 3);
- 4) аттестационный лист с подписью руководителя печатью Организации (Приложение 4);
- 5) характеристику с подписью руководителя от Организации и печатью этой Организации (Приложение 5);
- 6) отчет по выполнению индивидуального задания (Приложение 7).

Структура отчета по практике включает в себя:

1. Титульный лист
2. Содержание
3. Введение
4. Основная часть
5. Заключение
6. Список используемых источников
7. Приложения.

Оформление отчета ведется в соответствии с требованиями нормативной документации: текст должен быть набран в компьютерной программе Word, 14 кеглем, гарнитурой Times New Roman, полуторным межстрочным интервалом. Отчет должен быть распечатан черным шрифтом на белой бумаге формата А4. Объем отчета – 10-15 машинописных листов без Приложений. Объем отчета уменьшен быть не может, а может быть только увеличен. В приложении размещаются: копии документов, схемы, таблицы, диаграммы, рекламные материалы, бланки отчетности и т.д.

Результаты аттестации по итогам практики заносятся руководителями практики от Колледжа в аттестационную ведомость и зачетную книжку обучающегося.

Оценка практики учитывается при подведении итогов общей успеваемости обучающегося.

Обучающиеся, не прошедшие практику или получившие отрицательную оценку, не допускаются к прохождению государственной итоговой аттестации.

Примерные критерии оценки:

- «отлично» – при выполнении всех требований программы производственной (преддипломной) практики и методических указаний;

- «хорошо» – при наличии нескольких мелких замечаний по оформлению и содержанию отчета, индивидуального задания, дневника, при положительной характеристике и аттестационном листе;

- «удовлетворительно» – при наличии замечаний по отчету, дневнику, индивидуальному заданию, при аттестационном листе, удовлетворительной характеристике;

- «неудовлетворительно» – при невыполнении программы практики и непредставление отчётных документов.



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

НАПРАВЛЕНИЕ
производственную (преддипломную) практику

Обучающийся: _____
(Ф.И.О.)

Специальность 42.02.01 Реклама

Курс: _____

Направляется для прохождения практики: _____

(наименование организации – базы практики)

Сроки практики: с «___» _____ 202__ г. по «___» _____ 202__ г.

Дата защиты отчёта по практике: ____. ____. 202__ года

Руководитель практики от колледжа: _____

Отметка о выполнении практики

Прибыл в организацию: ____. ____. 202__ года

Выбыл из организации: ____. ____. 202__ года

Руководитель от Организации _____ / _____
М.П. (подпись) ФИО

**ДОГОВОР
О ПРОХОЖДЕНИИ ПРАКТИКИ № _____**

«___» _____ 202__ г.

Частное образовательное учреждение «Сибирская региональная школа (колледж) Анны Муратовой» именуемое в дальнейшем «Учебное заведение», в лице директора Муратовой Анны Евгеньевны, действующей на основании Устава, с одной стороны и _____, именуемое в дальнейшем «Организация», в лице _____, действующего на основании _____, с другой стороны, именуемые в дальнейшем «Стороны», заключили настоящий Договор о нижеследующем:

1. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРА

1.1. Стороны принимают на себя обязательства по организации и осуществлению практики обучающегося, в период, предусмотренный учебным планом и годовым календарным учебным графиком.

2. ОБЯЗАННОСТИ СТОРОН

2.1. Учебное заведение обязуется:

- 2.1.1. Направить для прохождения практики в Организацию обучающегося.
- 2.1.2. Представить в Организацию задание на практику.
- 2.1.3. Оказывать работникам Организации методическую помощь в организации и проведении практики.
- 2.1.4. Закрепить за практикантом руководителя практики из числа преподавательского состава учебного заведения.
- 2.1.5. Осуществлять текущий контроль за прохождением практики со стороны руководителя практики от Учебного заведения.
- 2.1.6. Обеспечивать обучающегося учебно-методической документацией в соответствии с целями и задачами практики, рекомендациями по оформлению их результатов и защите.

2.2. Организация обязуется:

- 2.2.1. Предоставить для прохождения производственной (преддипломной) практики рабочее место, соответствующее нормам охраны труда и профилю практики, обеспечить надлежащие условия работы практиканта _____ (Ф.И.О.) по специальности _____ на период с «___» _____ 202__ г. по «___» _____ 202__ г.
- 2.2.2. Не позднее, чем за две недели до начала практики назначить практиканту непосредственного руководителя практики.
- 2.2.3. Обеспечить доступ практиканта к нормативно-правовой базе, специальной литературе, материально-техническим средствам, имеющимся в распоряжении Организации и необходимым для выполнения обучающимся программы, с учетом требований нормативных документов о соблюдении режима коммерческой и иной охраняемой законом тайны.
- 2.2.4. Осуществлять контроль за прохождением практики, содействовать получению практикантом необходимых знаний и выработке им практических навыков, соответствующих профилю проходимой практики, в соответствии с требованиями программы.
- 2.2.5. По окончании практики дать характеристику о работе обучающегося.

3. СРОК ДЕЙСТВИЯ ДОГОВОРА

3.1. Настоящий Договор вступает в силу с момента его подписания Сторонами и действует до «__» _____ 202__ г.

4. ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ

4.1. Все изменения и дополнения к Договору действительны при условии, если они совершены в письменной форме и подписаны уполномоченными представителями Сторон.

4.2. Настоящий Договор составлен в 2-х экземплярах, имеющих одинаковую юридическую силу, по одному для каждой из Сторон.

5. ЮРИДИЧЕСКИЕ АДРЕСА СТОРОН

УЧЕБНОЕ ЗАВЕДЕНИЕ

Частное образовательное учреждение
«Сибирская региональная школа (колледж)
Анны Муратовой»
644099, Омская область, г. Омск,
ул. Фрунзе, 72/1, пом.5П
тел.: 89334412930

ОРГАНИЗАЦИЯ

Директор

А.Е. Муратова

М.П.



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

ДНЕВНИК

производственной (преддипломной) практики

Обучающегося _____
Ф.И.О.

Специальность 42.02.01 Реклама

Группа _____

Руководитель практики от колледжа _____

ОЦЕНКА ЗА ПРАКТИКУ _____ / _____ / _____
подпись

«_____» _____ 202__ г.

Омск, 202__ г.

АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ

ФИО студента			
Проходившего(ей) производственную (преддипломную) практику			
(наименование практики)			
в организации			
в объеме 144	часов с « »	202 г. по « »	202 г.

Виды работ, выполненные студентом во время практики, приобретённый практический опыт:

- выбора художественной формы реализации рекламной идеи;
- создания визуального образа с рекламными функциями;
- художественного конструирования рекламных продуктов по заданию;
- выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта;
- построения модели (макета, сценария) объекта с учетом выбранной технологии;
- подготовки к производству рекламного продукта;
- производства рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков;
- выявления требований целевых групп потребителей;
- разработки средств продвижения рекламного продукта;
- разработки маркетинговой части бизнес-плана;
- планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта;
- контролирования соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя;
- взаимодействия с субъектами рекламной деятельности;
- подготовки документации для регистрации авторских прав;
- ведения переговоров с заказчиком;
- использования офисной оргтехники, информационных и коммуникационных технологий при получении и оформлении заказа;
- оформления договорной и финансовой документации при работе с заказчиком;
- организации связи со средствами массовой информации;
- работы в рекламных акциях в качестве исполнителя;
- использования современных информационных и коммуникационных средств продвижения рекламы;
- создания рекламного ролика в интернете;
- организации собственного интернет-сообщества с целью продвижения товара/услуги;
- запуска рекламной интернет-кампании;
- создания газетно-журнального контента;
- создания телепрограммы;
- конструирования бренда и организации брендингового процесса;
- использования методик исследования образа бренда;
- применения концепции брендинга на практике;
- организации event-мероприятий различных видов: деловых, массовых, корпоративных;
- проектирования event-мероприятия;
- применения теоретических основ при планировании и проведении event-мероприятий;
- создания рекламного продукта;
- документирования работы с клиентом в рамках работы над выполнением рекламного проекта;
- совместной работы сотрудников рекламного предприятия

Заключение: аттестуемый(ая) продемонстрировал(а) владение профессиональными и общими компетенциями:

Наименование компетенции	Отметка (владеет/не владеет)
ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.	владеет

ПК 1.2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.	владеет
ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.	владеет
ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.	владеет
ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.	владеет
ПК 2.1. Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.	владеет
ПК 2.2. Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.	владеет
ПК 2.3. Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.	владеет
ПК 3.1. Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.	владеет
ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.	владеет
ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.	владеет
ПК 4.2. Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.	владеет
ПК 4.3. Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.	владеет
ПК 5.1. Осуществлять работу с клиентами: по поиску, привлечению и ведению переговоров, а также владеть технологиями продаж.	владеет
ПК 5.2. Принимать участие в рекламных акциях в качестве исполнителя или посредника по предоставлению рекламных услуг.	владеет
ПК 5.3. Обеспечивать контакты с производителями рекламы, средствами массовой информации по вопросам производства, размещения и продвижения рекламного продукта, используя современные информационные и коммуникационные средства.	владеет
ПК 5.4. Использовать офисную оргтехнику, информационные и коммуникационные технологии при оформлении договорной и финансовой документации с заказчиком, применяя в работе правовые нормы рекламного законодательства, регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг.	владеет
ПК 5.5. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений с использованием компьютерных технологий для обработки текстовой информации. Владеть начальными приемами создания и обработки изображений.	владеет
ПК 6.1. Координировать и контролировать информационное обеспечение рекламной деятельности в Интернете, системе СМИ и массовых коммуникаций.	владеет
ПК 6.2. Владеть современными технологиями продвижения бренда.	владеет
ПК 6.3. Осуществлять планирование и организацию рекламных мероприятий.	владеет
ПК 6.4. Использовать современные управленческие технологии для повышения эффективности деятельности рекламного предприятия.	владеет

Дата «__» _____ 202__ г.

Руководитель от Организации _____ / _____ /
 (подпись) М.П. (ФИО, должность)

Руководитель практики от
 ЧПОУ «СРШ (колледж) Анны Муратовой» _____ / _____ /
 (подпись) (ФИО)

ХАРАКТЕРИСТИКА

ФИО студента
Проходившего(ей) производственную (преддипломную) практику <small>(вид практики)</small>
в организации
в объёме 144 часов с « » 202 г. по « » 202 г.

Во время практики обучающийся (обучающаяся) продемонстрировал(а) /не продемонстрировал(а) (нужное подчеркнуть) владение общими компетенциями:

Наименование общих компетенций	Отметка (владеет/не владеет)
ОК 01. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	
ОК 02. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	
ОК 03. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	
ОК 04. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	
ОК 05. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	
ОК 06. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	
ОК 07. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	
ОК 08. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	
ОК 09. 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.	

Дополнительная характеристика студента

Дата « » 202 г.

Руководитель от Организации _____ / _____ /
(подпись) М.П. (ФИО, должность)

Руководитель практики от
 ЧПОУ «СРШ (колледж) Анны Муратовой» _____ / _____ /
(подпись) (ФИО)

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

**ЗАДАНИЕ
на производственную (преддипломную) практику**

Студенту _____
(фамилия, имя, отчество)

группа _____

1. Тема выпускной квалификационной работы:

2. Научный руководитель ВКР:

Контактный телефон руководителя:

e-mail руководителя:

3. Срок прохождения преддипломной практики:

с _____ по _____ 202__ г.

4. Место прохождения преддипломной практики

Контактный телефон (предприятия, организации) _____

e-mail предприятия, организации _____

5. Задание на производственную (преддипломную) практику **(отчет по индивидуальному заданию предоставляется студентом в письменном виде):**

1. Дать организационно-экономическую характеристику предприятия (места прохождения практики);
2. Задание выбирается в соответствии с темой дипломной работы, практическая часть ВКР

Дата выдачи задания: « » _____ 202__ г.

Руководитель _____ Задание принял к исполнению: _____
(подпись) (дата, подпись студента)



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

ОТЧЕТ

по производственной (преддипломной) практике

Обучающегося _____
Ф.И.О.

Специальность 42.02.01 Реклама _____

Группа _____

Руководитель практики от колледжа _____

Омск, 202__ г.