

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«БЕЛГОРОДСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ,
ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»**

**Кафедра гостинично-туристического сервиса, коммерции и
рекламы**



УТВЕРЖДАЮ:

Первый проректор, д.э.н. проф.

Исаенко Е.В. Исаенко Е.В.

"17" февраля 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

Производственная практика (по профилю специальности)

Уровень образовательной программы	среднее профессиональное образование
Специальность	42.02.01 Реклама
Квалификация	Специалист по рекламе
Форма обучения	Очная
Курс	3, 4
Семестр	6, 7
Форма промежуточной аттестации	Дифференцированный зачет

Вид практики Производственная практика (по профилю специальности)

Форма проведения практики концентрированно

1. ЦЕЛИ ПРАКТИКИ

Целями практики Производственная практика (по профилю специальности) являются продолжение формирования общих, профессиональных компетенций на основе углубления и закрепления теоретических знаний, умений и практического опыта, полученных при изучении общепрофессиональных дисциплин и междисциплинарных курсов, подготовка к сдаче квалификационных экзаменов по окончании освоения профессиональных модулей.

2. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

2.1. Цикл (раздел) образовательной программы, к которому относится практика

Наименование практики	Цикл (раздел)	Курс
Производственная практика (по профилю специальности)	ПП.П.ПМ.. ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПОДГОТОВКА.Профессион альный цикл.Профессиональные модули.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.	3, 4

2.2. Логическая взаимосвязь с другими частями образовательной программы

Наименование предшествующих дисциплин, практик, на которых базируется практика
1. Учебная практика
2. Рекламная деятельность
3. Информационные технологии в профессиональной деятельности
4. Композиция
5. Художественное проектирование рекламного продукта
6. Разработка творческой концепции рекламного продукта
7. Выполнение рекламных проектов в материале
8. Техника и технологии рекламной фотографии
9. Маркетинг в рекламе
10. Правовое обеспечение рекламной деятельности
11. Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции

ОК 1 Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес

Знать:

З1 - З1. сущность и характерные черты современной рекламной деятельности менеджмента

Уметь:

У1 - У1. Ориентироваться в общих проблемах профессии, учитывать особенности менеджмента в рекламной деятельности

ОК 2 Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество

Знать:

З1 - З1. Основные принципы построения рекламной системы организации

Уметь:

У1 - У1. Применять методики оценки эффективности и качества решения профессиональных задач

ОК 3 Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность

Знать:

З1 - З1. Процесс и методику принятия и реализации управленческих решений

Уметь:

У1 - У1. применять в профессиональной деятельности методы, средства и приемы менеджмента

ОК 4 Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития

Знать:

З1 - З1. Основные методы и средства обработки, хранения, передачи и накопления информации

Уметь:

У1 - У1. использовать информационные ресурсы для поиска и хранения информации

ОК 5 Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности

Знать:

З1 - З1. основные методы и средства обработки, хранения, передачи и накопления информации

Уметь:

У1 - У1. использовать информационные ресурсы для поиска и хранения информации

ОК 6 Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями

Знать:

З1 - З1. Внешнюю и внутреннюю среду организации

Уметь:

У1 - У1. применять в профессиональной деятельности методы, средства и приемы менеджмента

<p>ОК 7 Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий</p> <p>Знать:</p> <p>31 - 31. внешнюю и внутреннюю среду организации</p> <p>Уметь:</p> <p>У1 - У1. применять в профессиональной деятельности методы, средства и приемы менеджмента</p>
<p>ОК 8 Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации</p> <p>Знать:</p> <p>31 - 31. Сущность процесса познания, значение самообразования для профессионального роста</p> <p>Уметь:</p> <p>У1 - У1. Ориентироваться в общих проблемах бытия, познания, ценностей как основах формирования культуры гражданина и будущего специалиста.</p> <p>У2 - У1. Уметь ориентироваться в общих проблемах бытия, познания, ценностей как основах формирования культуры гражданина и будущего специалиста</p> <p>У2. применять в профессиональной деятельности методы, средства и приемы менеджмента</p> <p>У3 - У2. применять в профессиональной деятельности методы, средства и приемы менеджмента</p>
<p>ОК 9 Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности</p> <p>Знать:</p> <p>31 - 31. Технические и программные средства для создания рекламного продукта</p> <p>Уметь:</p> <p>У1 - У1. Использовать компьютерные технологии, профессиональные пакеты программного обеспечения, мультимедийные и web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта</p>
<p>ПК 1.1 Осуществлять поиск рекламных идей</p> <p>Знать:</p> <p>31 - 31. Методы проектирования рекламного продукта</p> <p>32. Методы психологического воздействия на потребителя</p> <p>Уметь:</p> <p>У1 - У1. Осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги</p> <p>Иметь практический опыт</p> <p>Н1 - Н1. Выбора художественной формы реализации рекламной идеи,</p> <p>Н2. Создания визуального образа с рекламными функциями</p>
<p>ПК 1.2 Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы</p> <p>Знать:</p> <p>31 - 31. Выразительные и художественно –изобразительные средства рекламы</p> <p>32. Композицию, шрифтовую и художественную графики в рекламе</p> <p>33. Методы проектирования рекламного продукта</p> <p>Уметь:</p>

У1 - У1. Осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги

У2. Разрабатывать композиционное решение рекламного продукта

У3. Использовать выразительные и художественно–изобразительные средства при моделировании рекламы

Иметь практический опыт

Н1 - Н1. Выбора художественной формы реализации рекламной идеи,

Н2. Создания визуального образа с рекламными функциями

Н3. Художественного конструирования рекламных продуктов по заданию

ПК 1.3 Разрабатывать авторские рекламные проекты

Знать:

31 - 31. Технику, технологии, технические средства рекламы.

32 - 32. Технические и программные средства для создания рекламного продукта.

33 - 33. Технологию создания Интернет-рекламы.

Уметь:

У1 - У1. Осуществлять фото и видеосъемку для производства рекламного продукта.

У2 - У2. Использовать компьютерные технологии при создании рекламного продукта.

У3 - У3. Разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы.

У4 - У4. Использовать компьютерные технологии, профессиональные пакеты программного обеспечения, мультимедийные и web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта.

Иметь практический опыт

Н1 - Н1. Выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта.

Н2 - Н2. Построения модели (макета, сценария) объекта с учетом выбранной технологии.

Н3 - Н3. Аспектов психологического воздействия рекламы.

ПК 1.4 Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений

Знать:

31 - 31. Приемы и принципы составления рекламного текста

32. Композицию, шрифтовую и художественную графики в рекламе

Уметь:

У1 - У1. Составлять рекламные тексты

Иметь практический опыт

Н1 - Н1. Выбора художественной формы реализации рекламной идеи

Н2. Создания визуального образа с рекламными функциями

ПК 1.5 Создавать визуальные образы с рекламными функциями

Знать:

31 - 31. Выразительные и художественно –изобразительные средства рекламы.

32 - 32. Композицию, шрифтовую и художественную графики в рекламе.

33 - 33. Методы проектирования рекламного продукта.

Уметь:

У1 - У1. Осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги.

У2 - У2. Разрабатывать композиционное решение рекламного продукта.

У3 - У3. Использовать выразительные и художественно–изобразительные средства при моделировании рекламы.

Иметь практический опыт

Н1 - Н1. Выбора художественной формы реализации рекламной идеи.

Н2 - Н2. Создания визуального образа с рекламными функциями.

Н3 - Н3. Выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта.

ПК 3.2 Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта

Знать:

З1 - З1. Выразительные и художественно –изобразительные средства рекламы.

Уметь:

У1 - У1. Осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги.

ПМ.02 Производство рекламной продукции

ОК 1 Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес

Знать:

З1 - З1. сущность и характерные черты современной рекламной деятельности и менеджмента.

З2 - З1. сущность и характерные черты современной рекламной деятельности менеджмента

Уметь:

У1 - У1. Ориентироваться в общих проблемах профессии, учитывать особенности менеджмента в рекламной деятельности

У2 - У1. Ориентироваться в общих проблемах профессии, учитывая особенности менеджмента и рекламной деятельности.

ОК 2 Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество

Знать:

З1 - З1. Основные принципы построения рекламной системы организации

Уметь:

У1 - У1. Применять методики оценки эффективности и качества решения профессиональных задач

ОК 3 Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность

Знать:

З1 - З1. Процесс и методику принятия и реализации управленческих решений

Уметь:

У1 - У1. применять в профессиональной деятельности методы, средства и приемы менеджмента

ОК 4 Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития

Знать:

З1 - З1. Основные методы и средства обработки, хранения, передачи и накопления информации

Уметь:

У1 - У1. использовать информационные ресурсы для поиска и хранения информации

ОК 5 Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности

Знать:

З1 - З1. основные методы и средства обработки, хранения, передачи и накопления информации

Уметь:

У1 - У1. использовать информационные ресурсы для поиска и хранения информации

ОК 6 Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями

Знать:

З1 - З1. Внешнюю и внутреннюю среду организации

Уметь:

У1 - У1. применять в профессиональной деятельности методы, средства и приемы менеджмента

ОК 7 Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий

Знать:

З1 - З1. внешнюю и внутреннюю среду организации

Уметь:

У1 - У1. применять в профессиональной деятельности методы, средства и приемы менеджмента

ОК 8 Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации

Знать:

З1 - З1. сущность процесса познания, значение самообразования для профессионального роста.

Уметь:

У1 - У1. Ориентироваться в общих проблемах бытия, познания, ценностей как основах формирования культуры гражданина и будущего специалиста.

У2 - У1. уметь ориентироваться в общих проблемах бытия, познания, ценностей как основах формирования культуры гражданина и будущего специалиста.

У3 - У2. применять в профессиональной деятельности методы, средства и приемы менеджмента.

У4 - У2. применять в профессиональной деятельности методы, средства и приемы менеджмента..

ОК 9 Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности

Знать:

З1 - З1. Технические и программные средства для создания рекламного продукта

З2 - З1. Технические и программные средства для создания рекламного продукта.

Уметь:

У1 - У1. Использовать компьютерные технологии, профессиональные пакеты программного обеспечения, мультимедийные и web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта.

У2 - У1. Использовать компьютерные технологии, профессиональные пакеты программного обеспечения, мультимедийные и web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта

ПК 1.5 Создавать визуальные образы с рекламными функциями

Знать:

31 - 31. Выразительные и художественно –изобразительные средства рекламы.

32 - 32. Композицию, шрифтовую и художественную графики в рекламе.

33 - 33. Методы проектирования рекламного продукта.

Уметь:

У1 - У1. Осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги.

У2 - У2. Разрабатывать композиционное решение рекламного продукта.

У3 - У3. Использовать выразительные и художественно–изобразительные средства при моделировании рекламы.

Иметь практический опыт

Н1 - Н1. Выбора художественной формы реализации рекламной идеи.

Н2 - Н2. Создания визуального образа с рекламными функциями.

Н3 - Н3. Выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта.

ПК 2.1 Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы

Знать:

31 - 31. Технику, технологии и технические средства рекламы

32. Выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы

Уметь:

У1 - У1. Осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги

У2. Использовать выразительные и художественно–изобразительные средства при моделировании рекламы

Иметь практический опыт

Н1 - Н1. Выбора и использования инструмента, оборудования, основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта

ПК 2.2 Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии

Знать:

31 - 31. Технику, технологии и технические средства рекламы

32. Аппаратное и программное обеспечение

Уметь:

У1 - У1. Использовать компьютерные, мультимедийные, web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта

Иметь практический опыт

Н1 - Н1. Создания модели (макета, сценария) объекта с учетом выбранной технологии.

ПК 2.3 Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале

Знать:

31 - 31. Технику, технологии и технические средства рекламы.

32 - 32. Аппаратное и программное обеспечение.

Уметь:

У1 - У1. Использовать компьютерные, мультимедийные, web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта.

Иметь практический опыт

Н1 - Н1. Создания модели (макета, сценария) объекта с учетом выбранной технологии.

Н2 - Н2. Выбора и использования инструмента, оборудования, основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта.

Н3 - Н3. Создания модели (макета, сценария) объекта с учетом выбранной технологии.

Н4 - Н4. Подготовки к производству рекламного продукта.

Н5 - Н5. Планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта.

ПК 3.2 Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта

Знать:

З1 - З1. Выразительные и художественно –изобразительные средства рекламы.

Уметь:

У1 - У1. Осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги.

ПМ 03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта

ОК 1 Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес

Знать:

З1 - З1. сущность и характерные черты современной рекламной деятельности и менеджмента.

Уметь:

У1 - У1. Ориентироваться в общих проблемах профессии, учитывать особенности менеджмента и рекламной деятельности.

У2 - У1. Ориентироваться в общих проблемах профессии, учитывая особенности менеджмента и рекламной деятельности.

ОК 2 Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество

Знать:

З1 - З1.основные принципы построения рекламной системы организации.

ОК 3 Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность

Уметь:

У1 - У1. применять в профессиональной деятельности методы, средства и приемы менеджмента.

ОК 4 Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития

Знать:

З1 - З1. основные методы и средства обработки, хранения, передачи и накопления информации.

Уметь:

У1 - У1. использовать информационные ресурсы для поиска и хранения информации.

ОК 5 Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности

Знать:

З1 - З1. основные методы и средства обработки, хранения, передачи, накопления информации.

Уметь:

У1 - У1. использовать информационные ресурсы для поиска и хранения информации.

ОК 6 Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями

Знать:

31 - Знать внешнюю и внутреннюю среду организации.

32 - Знать внешнюю и внутреннюю среду организации.

Уметь:

У1 - У1. применять в профессиональной деятельности методы, средства и приемы менеджмента.

ОК 7 Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий

Знать:

31 - Знать внешнюю и внутреннюю среду организации.

32 - Знать внешнюю и внутреннюю среду организации.

Уметь:

У1 - У1. применять в профессиональной деятельности методы, средства и приемы менеджмента.

ОК 8 Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации

Знать:

31 - Знать сущность процесса познания, значение самообразования для профессионального роста.

Уметь:

У1 - У1. Ориентироваться в общих проблемах бытия, познания, ценностей как основах формирования культуры гражданина и будущего специалиста.

У2 - У2. применять в профессиональной деятельности методы, средства и приемы менеджмента..

ОК 9 Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности

Знать:

31 - Знать Технические и программные средства для создания рекламного продукта.

Уметь:

У1 - У1. Использовать компьютерные технологии, профессиональные пакеты программного обеспечения, мультимедийные и web -технологии для разработки и внедрения рекламного продукта.

ПК 1.5 Создавать визуальные образы с рекламными функциями

Уметь:

У1 - У1. Осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги.

ПК 3.1 Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка

Знать:

31 - Знать Задачи, цели и общие требования к рекламе.

Уметь:

У1 - У1. Проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей.

У2 - У2. Анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп.

У3 - У3. Проводить сегментирование рынка.

Иметь практический опыт

Н1 - Н1. Выявления требований целевых групп потребителей.

Н2 - Н2. Разработки маркетинговой части бизнес-плана.

ПК 3.2 Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта

Знать:

31 - Знать Задачи, цели и общие требования к рекламе.

32 - 34. Виды рекламной деятельности.

Уметь:

У1 - У1. Осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги.

У2 - У2. Работать с рекламой в СМИ.

У3 - У3. Проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком.

У4 - У4. Проводить презентацию рекламного продукта.

Иметь практический опыт

Н1 - Н1. Выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта.

Н2 - Н2. Художественного конструирования рекламных продуктов по заданию.

Н3 - Н3. Планирования, разработки, технического исполнения рекламного проекта.

Н4 - Н4. Взаимодействия с субъектами рекламной деятельности.

ПМ 04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта

ОК 1 Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес

Знать:

31 - 31. сущность и характерные черты современной рекламной деятельности и менеджмента.

Уметь:

У1 - У1. Ориентироваться в общих проблемах профессии, учитывать особенности менеджмента и рекламной деятельности.

ОК 2 Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество

Знать:

31 - 31. основные принципы построения рекламной системы организации.

Уметь:

У1 - У1. применять методики оценки эффективности и качества решения профессиональных задач.

ОК 3 Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность

Знать:

31 - 31. процесс и методику принятия и реализации управленческих решений.

Уметь:

У1 - У1. применять в профессиональной деятельности методы, средства и приемы менеджмента.

ОК 4 Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития

Знать:

31 - 31. основные методы и средства обработки, хранения, передачи и накопления информации

Уметь:

У1 - У1. использовать информационные ресурсы для поиска и хранения информации

У2 - У1. использовать информационные ресурсы для поиска и хранения информации.

<p>ОК 5 Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности</p> <p>Знать:</p> <p>З1 - З1. основные методы и средства обработки, хранения, передачи и накопления информации</p> <p>Уметь:</p> <p>У1 - У1. использовать информационные ресурсы для поиска и хранения информации</p> <p>У2 - У1. использовать информационные ресурсы для поиска и хранения информации.</p>
<p>ОК 6 Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями</p> <p>Знать:</p> <p>З1 - З1 внешнюю и внутреннюю среду организации.</p> <p>Уметь:</p> <p>У1 - У1. применять в профессиональной деятельности методы, средства и приемы менеджмента</p> <p>У2 - У1. применять в профессиональной деятельности методы, средства и приемы менеджмента.</p>
<p>ОК 7 Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий</p> <p>Знать:</p> <p>З1 - З1 внешнюю и внутреннюю среду организации.</p> <p>Уметь:</p> <p>У1 - У1. применять в профессиональной деятельности методы, средства и приемы менеджмента.</p>
<p>ОК 8 Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации</p> <p>Знать:</p> <p>З1 - З1. Сущность процесса познания, значение самообразования для профессионального роста</p> <p>Уметь:</p> <p>У1 - У1. Уметь ориентироваться в общих проблемах бытия, познания, ценностей как основах формирования культуры гражданина и будущего специалиста</p> <p>У2. применять в профессиональной деятельности методы, средства и приемы менеджмента</p>
<p>ОК 9 Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности</p> <p>Знать:</p> <p>З1 - Технические и программные средства для создания рекламного продукта</p> <p>Уметь:</p> <p>У1 - Использовать компьютерные технологии, профессиональные пакеты программного обеспечения, мультимедийные и web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта</p>
<p>ПК 4.1 Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей</p> <p>Уметь:</p> <p>У1 - У1. Составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного проекта.</p> <p>Иметь практический опыт</p>

Н1 - Н1. Планирования, разработки, технического исполнения рекламного проекта.
Н2 - Н2. Взаимодействия с субъектами рекламной деятельности.
Н3 - Н3. Контролирования соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя.

ПК 4.2 Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее

Уметь:

У1 - У1. Составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного проекта
У2. Проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком
У3. Проводить презентацию рекламного продукта

ПК 4.3 Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт

Иметь практический опыт

Н1 - Н1. Подготовки документации для регистрации авторских прав

ПМ 05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих

ОК 1 Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес

Знать:

З1 - З1 Знать сущность и характерные черты современной рекламной деятельности и менеджмента

Уметь:

У1 - У1. Ориентироваться в общих проблемах профессии, учитывать особенности менеджмента и рекламной деятельности

ОК 2 Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество

Знать:

З1 - З1. Основные принципы построения рекламной системы организации

Уметь:

У1 - У1. Применять методики оценки эффективности и качества решения профессиональных задач

ОК 3 Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность

Знать:

З1 - З1. Процесс и методику принятия и реализации управленческих решений

Уметь:

У1 - У1. применять в профессиональной деятельности методы, средства и приемы менеджмента

ОК 4 Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития

Знать:

З1 - З1. Основные методы и средства обработки, хранения, передачи и накопления информации

Уметь:

У1 - У1. использовать информационные ресурсы для поиска и хранения информации

<p>ОК 5 Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности</p> <p>Знать:</p> <p>31 - 31. основные методы и средства обработки, хранения, передачи и накопления информации</p> <p>32 - 31. Основные методы, средства обработки, хранения, передачи накопления информации</p> <p>Уметь:</p> <p>У1 - У1. использовать информационные ресурсы для поиска и хранения информации</p>
<p>ОК 6 Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями</p> <p>Знать:</p> <p>31 - 31. Внешнюю и внутреннюю среду организации</p> <p>Уметь:</p> <p>У1 - У1. Применять в профессиональной деятельности методы, средства и приемы менеджмента</p> <p>У2 - У1. применять в профессиональной деятельности методы, средства и приемы менеджмента</p>
<p>ОК 7 Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий</p> <p>Знать:</p> <p>31 - 31. внешнюю и внутреннюю среду организации</p> <p>Уметь:</p> <p>У1 - У1. применять в профессиональной деятельности методы, средства и приемы менеджмента</p>
<p>ОК 8 Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации</p> <p>Уметь:</p> <p>У1 - У1. Ориентироваться в общих проблемах бытия, познания, ценностей как основах формирования культуры гражданина и будущего специалиста.</p> <p>У2 - У2. применять в профессиональной деятельности методы, средства и приемы менеджмента</p>
<p>ОК 9 Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности</p> <p>Знать:</p> <p>31 - 31. Технические и программные средства для создания рекламного продукта.</p> <p>Уметь:</p> <p>У1 - У1. Использовать компьютерные технологии, профессиональные пакеты программного обеспечения, мультимедийные и web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта.</p>
<p>ПК 3.1 Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка</p> <p>Знать:</p> <p>31 - 32. Структуру рекламного рынка.</p> <p>Уметь:</p> <p>У1 - У3. Проводить сегментирование рынка.</p> <p>Иметь практический опыт</p> <p>Н1 - Н1. Выявления требований целевых групп потребителей.</p>

4. ОБЪЕМ ПРАКТИКИ

Общая трудоемкость практики составляет 0 зачетных единиц, 720 часов, 20 недель

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры	
		6	7
<i>Разработка и создание дизайна рекламной продукции</i>			
Подготовительный этап	20	10	10
Практический этап	60	30	30
Оформление результатов по практике	40	20	20
Дифференцированный зачет (ДЗ)	+	+	+
<i>Производство рекламной продукции</i>			
Подготовительный этап	40	20	20
Практический этап	180	80	100
Оформление результатов по практике	60	30	30
Дифференцированный зачет (ДЗ)	+	+	+
<i>Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта</i>			
Подготовительный этап	12	6	6
Практический этап	40	20	20
Оформление результатов по практике	52	26	26
Дифференцированный зачет (ДЗ)	+	+	+
<i>Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта</i>			
Подготовительный этап	12	6	6
Практический этап	130	60	70
Оформление результатов по практике	40	20	20
Дифференцированный зачет (ДЗ)	+	+	+
<i>Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих</i>			
Подготовительный этап	40	20	20
Практический этап	120	60	60
Оформление результатов по практике	54	24	30
Дифференцированный зачет (ДЗ)	+	+	+
Общая трудоемкость час.	720	252	468
Общая трудоемкость зач. ед.			

5. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

5.1. Содержание разделов, тем, этапов, видов работ

№ п/п	Наименование раздела, темы, этапа, вида работы	Содержание раздела, темы, этапа, вида работы
1	2	3
<i>Разработка и создание дизайна рекламной продукции</i>		
1.	Подготовительный этап	Познакомиться с программой практики. Получить индивидуальные задания от руководителя практики. Составить рабочий график (план прохождения практики с указанием тем и участков работы). Информационный инструктаж: требования к оформлению отчетной документации по практике. Инструктаж по охране труда и пожарной безопасности в период практики. Ознакомление с правилами внутреннего трудового распорядка в организации.
2.	Практический этап	Темы практики и виды работы: выполнение работ в соответствии с темами практики (описать конкретные виды работ студентов, осуществляемых на практике). Сбор поискового материала с использованием наработанной базы предприятия и системы Интернет. Оказание практической помощи организации. Осуществление поисковых вариантов на уровне идеи и создания образа в соответствии с направлением предприятия, количество регламентируется руководителем практики на предприятии. Утверждение окончательного варианта поисковых наработок.

1	2	3
		Фиксация и детальное описание этапов проделанной работы в дневнике практики.
3.	Оформление результатов по практике	Обработка и анализ собранного материала. Обобщение полученных на практике результатов и оформление отчета по практике.
Производство рекламной продукции		
4.	Подготовительный этап	Познакомиться с программой практики. Получить индивидуальные задания от руководителя практики. Составить рабочий график (план прохождения практики с указанием тем и участков работы). Информационный инструктаж: требования к оформлению отчетной документации по практике. Инструктаж по охране труда и пожарной безопасности в период практики. Ознакомление с правилами внутреннего трудового распорядка в организации.
5.	Практический этап	Темы практики и виды работы: выполнение работ в соответствии с темами практики (описать конкретные виды работ студентов, осуществляемых на практике). Воплощение в материале утверждённого руководителем практики на предприятии поискового варианта. Оказание практической помощи организации. Воплощение в материале утверждённого руководителем практики на предприятии поискового варианта. Описание в дневнике практики этапы производства рекламной продукции.
6.	Оформление результатов по практике	Обработка и анализ собранного материала. Обобщение полученных на практике результатов и оформление отчета по практике.
Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта		
7.	Подготовительный этап	Маркетинговая деятельность предприятия предполагает: - изучение исследовательской деятельности рыночной среды; - изучение использования агентством (отделом) материалов маркетинговых исследований (товаров, потребителей и т.д.)- исследование внешней и внутренней коммуникативной политики предприятия; -выявление факторов конкурентоспособности продукции и предприятия Этап предполагает изучение внешнего окружения предприятия. Это означает: -изучение и анализ места предприятия на рекламном рынке; -описание основных конкурентов. Следует исследовать не только организационно – правовую форму предприятия, но и практику правового обеспечения реализации рекламного продукта, в том числе возможную судебную практику и практику взаимодействия с УФАС.
8.	Практический этап	Маркетинговая деятельность предприятия предполагает: - изучение исследовательской деятельности рыночной среды; - изучение использования агентством (отделом) материалов маркетинговых исследований (товаров, потребителей и т.д.)- исследование внешней и внутренней коммуникативной политики предприятия; -выявление факторов конкурентоспособности продукции и предприятия Этап предполагает изучение внешнего окружения предприятия. Это означает: -изучение и анализ места предприятия на рекламном рынке; -описание основных конкурентов. Следует исследовать не только организационно – правовую форму предприятия, но и практику правового обеспечения реализации рекламного продукта, в том числе возможную судебную практику и практику взаимодействия с УФАС.
9.	Оформление результатов по	Обработка и анализ собранного материала. Обобщение

1	2	3
	практике	полученных на практике результатов и оформление отчета по практике.
Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта		
10.	Подготовительный этап	Изучение особенностей организации и управления процессом изготовления рекламного продукта
11.	Практический этап	Знакомство с практической работой с особенностями организацией и управлением процессом изготовления рекламного продукта
12.	Оформление результатов по практике	Обработка и анализ собранного материала. Обобщение полученных на практике результатов и оформление отчета по практике.
Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих		
13.	Подготовительный этап	Изучение особенностей выполнения работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих
14.	Практический этап	Знакомство на практике с особенностями выполнения работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих
15.	Оформление результатов по практике	Обработка и анализ собранного материала. Обобщение полученных на практике результатов и оформление отчета по практике.

При прохождении студентами практики в университете текущий контроль успеваемости в период практики обеспечивает руководитель практики от университета, с фиксацией результатов в журнале преподавателя и (или) журнале успеваемости в личном кабинете преподавателя в АСУ «БУКЭП» по пятибалльной системе.

При прохождении студентами практики в профильной организации текущий контроль успеваемости в период практики обеспечивает руководитель практики от профильной организации, назначенный приказом ректора университета. В дневнике по практике в разделе 5 «Ежедневные записи» отметка о контроле выполнения заданий и видов проделанной работы студентами по темам практики проставляется путем подписи руководителя практики и записью «Выполнено(ы)».

Оценочные материалы (фонд оценочных средств) для текущего контроля успеваемости обучающихся представлены в приложении 1 к рабочей программе практики.

5.2. Перечень примерных индивидуальных заданий

1. Провести "холодные" и "горячие" звонки.
2. Разработать текст рекламного обращения.
3. Выбрать иллюстративный материал для рекламы, ориентированной на конкретную ЦА.
4. Подготовить документы, необходимые для заключения договора с клиентом РА.
5. Создать медиа-бриф.
6. Разработать творческое задание.
7. Разработать анкету собеседования с клиентом РА.
8. Определить типы рекламных агентов, работающих в РА.
9. Оценить теле и радиорекламу, создаваемую в РА или рекламной службе СМИ.
10. Протестировать созданный слоган.

6. ФОРМЫ ОТЧЕТНОСТИ ПО ПРАКТИКЕ

6.1. Отчет по практике (структура, содержание и оформление отчета)

Формой отчетности студента по производственной практике (по профилю специальности) является письменный отчет, свидетельствующий о закреплении знаний, умений, приобретении практического опыта, формировании общих и профессиональных компетенций, освоении профессиональных модулей.

Целью предоставления отчета по практике является проверка готовности студента к

самостоятельному анализу, планированию и обобщению практических вопросов, разработке рекламного продукта, а также определению полноты выполнения студентом программы практики. В связи с этим в отчете должны быть отражены все разделы программы практики.

Содержание отчета определяется заданиями, установленными руководителями практики от университета и предприятия. Отчет обязательно должен содержать не только информацию о выполнении заданий, предусмотренных программой производственной практики (по профилю специальности) практики, но и анализ этой информации, выводы, рекомендации, разработанные каждым студентом самостоятельно.

Содержание отчета нужно излагать грамотно, сжато, избегать повторов и ненужных отступлений, не следует излишне загромождать текст описательным материалом.

Отчет должен быть выполнен с использованием компьютера на стандартных листах (с одной стороны) белой бумаги формата А4 (210 x 297). Текст отчета представляется с одинаковым, как правило, полуторным, межстрочным интервалом в текстовом редакторе Microsoft Word for Windows, набирается нежирным шрифтом Times NewRoman Cyr, размером 14 пунктов. Размер абзацного отступа – 5 знаков. Отчет должен быть аккуратно оформлен, напечатан с полями:

- ? левое - 30 мм,
- ? правое - 10 мм,
- ? верхнее - 15 мм,
- ? нижнее - 20 мм.

Общий объем отчета – 15-25 (не более 30) страниц печатного текста, не считая приложений.

В начале работы помещается титульный лист (Приложение 11). За ним следует содержание отчета. В целом отчет по производственной практике (по профилю специальности) должен содержать:

- титульный лист;
- содержание;
- введение;
- основную часть (изложение материала по разделам (темам) в соответствии с программой практики);
- заключение;
- список использованных источников (нормативные документы, специальная учебная литература, результаты исследований и т.п.);
- приложения (документы, в которых содержатся сведения о результатах работы обучающегося в период прохождения практики).

Заголовки в содержании должны совпадать с заголовками в тексте отчета и соответствовать нумерации страниц.

Во введении должны быть определены цель и задачи производственной практики (по профилю специальности).

Основная часть отчета должна содержать:

- краткое описание выполненных работ, свидетельствующих о закреплении знаний, умений, приобретении практического опыта, освоении общекультурных, профессиональных компетенций;
- характеристику результатов исследований, изложенную исходя из целесообразности в виде текста, таблиц, графиков, схем и др.

Текст отчета подразделяется на отдельные разделы (темы), содержащие заголовки, соответствующий содержанию. По тексту необходимо делать ссылки на приложения.

Нумерация страниц должна быть сквозной. Каждая страница отчета нумеруется арабскими цифрами в правом верхнем углу без других дополнительных знаков. Первой страницей является титульный лист, второй – содержание отчета и т.д. Титульный лист, содержание и первая страница введения не нумеруются. Начиная со второго

листа основной части отчета, который является 4 страницей, номер проставляют в правом верхнем углу без точки в конце.

Текст отчета должен быть изложен деловым грамотным языком, отличаться ясностью, простотой, четкостью и сжатостью изложения. Не следует допускать общих рассуждений, изложения общеизвестных истин, частого повторения одних и тех же слов и оборотов речи.

Текст должен быть разделен на абзацы, каждый из которых включает самостоятельную мысль, состоящую из нескольких предложений.

В отчете все слова следует писать полностью, нельзя допускать произвольные сокращения слов, кроме общепринятых.

Название разделов (тем) выделяется жирным шрифтом, того же размера (14 пунктов). Между названием и основным текстом необходимо оставлять одну пустую строку. Названия разделов (тем) должны строго соответствовать содержанию. После названия разделов (тем) точка не ставится.

Каждая страница текста должна быть заполнена полностью в соответствии с установленными полями.

Все иллюстрации (схемы, чертежи, диаграммы, графики и прочее) именуется рисунками: в тексте они обозначаются словом «Рис.». В отчете следует помещать лишь такие иллюстрации, которые обогащают ее содержание. Каждая иллюстрация должна дополнять текст, а текст – иллюстрацию. Надписи под рисунком размещаются горизонтально, рисунок оформляется без рамок. Все однотипные рисунки должны быть оформлены одинаково. В конце названия рисунка точка не ставится. Рисунки размещаются по тексту после ссылки на них.

Иллюстрационный материал (графики, классификационные и структурные схемы, таблицы, макеты и пр.) должен быть представлен по мере изложения текста отчета, а также иметь название, номер, и при необходимости ссылки на источники.

При графическом изображении каких-либо явлений, данные которых охватывают различные периоды времени, интервалы между периодами (длина отрезков) должны быть пропорциональны величинам продолжительности периодов. Название осей в рисунках должно содержать наименование категорий, обязательно наличие легенды с единицами измерения.

Все аналитические таблицы должны иметь заглавие, кратко и ясно характеризующее их содержание. Все графы (колонки) в таблицах, которые располагаются на двух и более страницах, должны иметь порядковую нумерацию. Все заголовки в отдельных графах таблицы следует писать кратко и понятно, не допуская сокращений отдельных слов. В таблице обязательно должны указываться единицы измерения, периоды времени (годы, кварталы, месяцы и т.д.) и другие данные, четко и правильно раскрывающие основное ее содержание. В каждой таблице необходимо делать ссылки, откуда взяты цифровые данные.

Каждая аналитическая таблица обозначается словом «Таблица», содержит номер (к примеру, Таблица 1) и имеет заголовок. Таблицы должны иметь сквозную нумерацию арабскими цифрами в пределах всей работы. В правом верхнем углу таблицы над заголовком помещают надпись «Таблица» с указанием ее номера. Точка в конце номера таблицы и названия таблицы не ставится. Таблицы размещаются по тексту после ссылки на них.

Если цифровые данные в графах таблицы имеют различные единицы измерения (кг., мЗ, шт., % и т.д.), то единицы измерения указываются в заголовке каждой графы или после наименования соответствующего показателя.

Если все показатели, размещенные в таблице, имеют только одну одинаковую единицу измерения, то сокращенное обозначение этой единицы измерения помещают над таблицей (под заголовком в правом углу). Когда в таблице преобладает какая-то одна единица измерения, но есть показатели и с другими размерностями, над таблицей

помещают название преобладающей единицы измерения, а название других единиц измерения дают в заголовках соответствующих граф.

Приведенные в таблицах, диаграммах, графиках проценты должны исчисляться с точностью не менее одной десятой. Цифры, отражающие исчисление в миллионах, пишутся с точностью до одной десятой. Если исчисление ведется в рублях, тысячах рублей, тоннах, килограммах, кубометрах, квадратных метрах и других показателях следует отражать также с точностью до одной десятой или сотой, по усмотрению студента. При этом округления должны быть одинаковыми по всей работе для аналогичных показателей. Не допускается одни показатели, аналогичные в расчетах, в работе округлять до одной десятой, а другие до одной сотой.

При проведении анализа все расчеты показателей рекомендуется производить со следующей точностью: абсолютные показатели – до 0,1; относительные: коэффициенты – до 0,001; проценты и коэффициенты – до 0,01.

Если расчеты ведутся с точностью до одной десятой, то при отсутствии десятичных дробей в таблицах после запятой должен ставиться нуль. Например, 85,0 тыс.руб. и т.д. Если расчеты ведутся с точностью до одной сотой, то соответственно проставляются два нуля. Например, 3,00% и т.д. При описании этих показателей по тексту работы 0 можно не ставить.

В графах таблиц нельзя оставлять свободные места, если данные отсутствуют, то надо ставить тире.

Формулы в отчете (если их более одной) нумеруются последовательно арабскими цифрами в пределах всей работы. Номер формулы заключается в круглые скобки (например, (1)) и помещается с правой стороны страницы напротив самой формулы.

В конце отчета в заключении приводятся краткие выводы о результатах практики, предлагаются рекомендации по улучшению деятельности предприятия.

В конце отчета (на последней странице заключения) ставится дата и подпись студента.

В приложения к отчету по производственной практике (по профилю специальности) могут быть включены копии уставных документов, форм отчетности, договоров и т.п., расчетные таблицы, схемы, диаграммы, рисунки, макеты, сценарии, данные маркетинговых исследований и т.д. Если отчет необходимо проиллюстрировать типовыми формами документации, то после заключения прикладываются эти формы в виде приложения с соответствующей нумерацией и ссылками на них в тексте отчета.

Приложения оформляются и нумеруются как продолжение отчета на последующих страницах. Каждое приложение следует начинать с нового листа с указанием в правом верхнем углу слова «Приложение» с порядковым номером без знака «№». Приложение должно иметь содержательный заголовок. Отчет брошюруется в папку.

Допуском к прохождению промежуточной аттестации является предоставление обучающимся на кафедре, выполненного в соответствии с требованиями отчета по практике.

6.2. Дневник прохождения практики (оформление дневника)

При прохождении практики студент обязан вести по установленной форме дневник производственной практики (по профилю специальности).

Дневник является неотъемлемой частью отчета по производственной практике (по профилю специальности). Отчет по практике без дневника не может быть принят кафедрой.

В дневнике даны подробные указания о порядке заполнения его разделов. В частности, в дневнике необходимо заполнить следующие разделы:

- отметки о дате прибытия и отъезда с базы практики;
- во втором разделе «График прохождения практики» указать наименование отделов, руководителей и сроки прохождения производственной практики (по профилю специальности);
- в разделе «Ежедневные записи» в колонке «Тема практики по программе» записывается тема, предусмотренная программой производственной практики (по профилю специальности), в колонке «Краткое описание выполненной работы» кратко записывается содержание работы, проделанной студентом на данном рабочем месте, в колонке «Отметка руководителя практики от организации о качестве выполненной работы» делаются записи руководителя практики от организации, который осуществляет контроль за прохождением практики, подтвержденные его подписью;
- в разделе «Индивидуальные задания» следует указать индивидуальные задания, выполненные в процессе прохождения производственной практики (по профилю специальности);
- в разделе «Характеристика обучающегося» представить характеристику руководителя практики от организации на обучающегося;
- в разделе «Отзыв руководителя практики от университета» отражаются записи руководителя по содержанию отчета, по объему и качеству выполненных работ в соответствии с программой производственной практики (по профилю специальности), дается заключение о допуске обучающегося к защите отчета;
- остальные разделы заполняются по мере их выполнения.

Кроме того, в дневнике по производственной практике (по профилю специальности) необходимо поставить печати организации:

- на датах начала и завершения практики;
- в пятом разделе (характеристика обучающегося).

Небрежное ведение дневника, наличие незаполненных разделов рассматриваются при защите отчета как серьезные недостатки в прохождении производственной практики (по профилю специальности).

.

6.3. Аттестационный лист (Приложение)

Перед началом производственной практики (по профилю специальности) разрабатывается и утверждается Аттестационный лист, в котором перечислены все профессиональные модули, виды и уровень освоения формируемых компетенций (освоено полностью, частично, не освоено), приводится характеристика на обучающегося по освоению профессиональных компетенций в период прохождения практики. В Аттестационном листе ставится оценка за практику, его подписывают руководители практики от университета и от предприятия -базы практики, ставится печать от базы практики

6.4. Отзыв-характеристика на обучающегося по освоению общих и профессиональных компетенций в период практики

в разделе 8 Дневника «Отзыв-характеристика обучающегося» представлена характеристика руководителя практики от профильной организации на обучающегося.

Здесь должны быть отражены полнота и качество выполнения программы практики, отношение обучающегося к выполнению заданий, полученных в период практики, проявленные практикантом профессиональные и личные качества. Отмечаются поощрения и замечания, полученные студентом во время практики. Отзыв – характеристика подписывается руководителем практики от профильной организации. Кроме того, в Аттестационном листе составляется отзыв об уровне освоения общих и профессиональных компетенций в период практики

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ) ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) - представлены в приложении 2 к рабочей программе практики.

8. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ЭЛЕКТРОННЫХ РЕСУРСОВ, НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

8.1. Перечень учебной литературы и электронных ресурсов, необходимых для проведения практики

№ п/п	Наименование	Автор(ы)	Год и место издания
1	2	3	4
1	Инженерная и компьютерная графика : учеб. и практикум для СПО / под ред.: Р. Р. Анамовой, С. А. Леоновой, Н. В. Пшеничной- М. : Юрайт, 2018 - 247с.		2018, Москва
2	Компьютерная графика и дизайн : учеб. / В. Т. Тозик, Л. М. Корпан 8-е изд., стер.- М. : Издательский центр "Академия", 2018 - 202с.	Тозик В.Т.	2018, Москва
3	Маркетинг рекламы : учеб. пособие для сред. проф. образования / М. А. Блюм, Б. И. Герасимов, Н. В. Молоткова 2-е изд.- М. : Форум, 2017 - 144с.	Блюм М.А.	2017, Москва
4	Основы дизайна и композиции: современные концепции : учеб. пособие для СПО / отв. ред. Е.Э. Павловская 2-е изд. перераб.и доп.- М. : Юрайт, 2018 - 184с.	Павловская Е.Э.	2018, Москва
5	Основы рекламы : учеб. и практикум для СПО / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов- М. : Юрайт, 2017 - 553с.	Синяева И.М.	2017, Москва
6	Рекламное дело : учеб. и практикум для СПО / С. В. Карпова;Финансовый университет при Правительстве РФ 2-е изд. перераб.и доп.- М. : Юрайт, 2017 - 432с.	Карпова С.В.	2017, Москва
7	Рисунок и живопись : учеб. для студентов СПО / Г. И. Жеренкова- М. : Издательский центр "Академия", 2018 - 142с.	Жеренкова Г.И.	2018, Москва

8.2. Перечень нормативных документов

№ п/п	Наименование официального документа	Вид документа	Дата принятия, номер	Источник официального опубликования
1	2	3	4	5
1	Закон РФ «О рекламе»	Закон	№ 38-ФЗ от 13.03.2006	Российская газета

9. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ "ИНТЕРНЕТ", НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

- 1. Аналитический Центр Vi (АЦВИ), сайт— исследовательский ресурс, посвященный

- изучению массовой коммуникации и рекламы. -www.acvi.ru,
- 2. Информационно-правовой портал - www.garant.ru .
 - 3. Портал «Наука о рекламе» -www.advertology.ru,
 - 4. Портал о рекламе, маркетинге, PR-www.sostav.ru,
 - 5. Сайт экспертного агентства «Медиаплан.ру»-www.mediaplan.ru
 - 6. Сайт телекомпании «Свободный стиль»-www.tcfreestyle.ru,
 - 7. Сайт о творчестве в рекламе-www.adme.ru
 - 8. Сайт о рекламе и маркетинге в России и мире –www.adindex.ru
 - 9. Федеральный образовательный портал «Экономика, социология, менеджмент».-
www.ecsocmen.edu.ru
 - 10. Электронная библиотека Белгородского университета кооперации, экономики и права-
<http://bupk-biblioteka.ru/>

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ПРОХОЖДЕНИИ ПРАКТИКИ, ВКЛЮЧАЯ КОМПЛЕКТ ЛИЦЕНЗИОННОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, ЭЛЕКТРОННО-БИБЛИОТЕЧНЫЕ СИСТЕМЫ (ЭЛЕКТРОННУЮ БИБЛИОТЕКУ), СОВРЕМЕННЫЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ БАЗЫ ДАННЫХ И ИНФОРМАЦИОННО-СПРАВОЧНЫЕ СИСТЕМЫ (ПРИ НЕОБХОДИМОСТИ)

10.2. Комплект лицензионного программного обеспечения

- Windows 7 Enterprise Edition - Клиентская операционная система компании Microsoft
Подписка Azure Dev Tools for Teaching. Сублицензионный договор АО "СофтЛайн Трейд" № 20/03/19/АНО ВО "БУКЭП" от 25.03.2019. Лицензия с 01.07.2019 по 30.06.2021 URL: <https://my.visualstudio.com/downloads/featured>. (дата обращения 17.02.2021)
Подписка Open Value Subscription. Сублицензионный договор АО "СофтЛайн Трейд" № 20/03/19/АНО ВО "БУКЭП" от 25.03.2019. Лицензия с 04.04.2019 по 30.04.2022 (дата обращения 17.02.2021)
- Windows 10 Enterprise - Клиентская операционная система компании Microsoft
Подписка Azure Dev Tools for Teaching. Сублицензионный договор АО "СофтЛайн Трейд" № 20/03/19/АНО ВО "БУКЭП" от 25.03.2019. Лицензия с 01.07.2019 по 30.06.2021 URL: <https://my.visualstudio.com/downloads/featured>. (дата обращения 17.02.2021)
Подписка Open Value Subscription. Сублицензионный договор АО "СофтЛайн Трейд" № 20/03/19/АНО ВО "БУКЭП" от 25.03.2019. Лицензия с 04.04.2019 по 30.04.2022 URL:
<https://www.microsoft.com/Licensing/servicecenter/Downloads/DownloadsAndKeys.aspx>. (дата обращения 17.02.2021)
- Архиватор IZArc - Русская версия свободного бесплатного архиватора
Свободное ПО. Распространяется по FREEWARE-лицензии как бесплатное программное обеспечение. URL: <https://www.izarc.org/downloads>. (дата обращения 17.02.2021)
- Adobe Photoshop CS2 9.0 Ru Edu License - Графический редактор растровых изображений
Академическая лицензия. Товарная накладная ЗАО «СофтЛайн Трейд» № Tr004515 от 03.03.2006 г.. Лицензия с 06.03.2006 по бессрочно. URL:
[https://licensing2.adobe.com/sap\(bD11biZjPTAwMw==\)/bc/bsp/sap/zavlesd/entitlementlist.htm](https://licensing2.adobe.com/sap(bD11biZjPTAwMw==)/bc/bsp/sap/zavlesd/entitlementlist.htm). (дата обращения 17.02.2021)
- After Effects CS5 10 Academic Edition License - Создание анимированной графики и визуальных эффектов

- Академическая лицензия. Счет (договор-оферта) ЗАО «СофтЛайн Трейд» № Tr001340 от 17.01.2011 г.. Лицензия с 21.01.2011 по бессрочно. URL: [https://licensing2.adobe.com/sap\(bD11biZjPTAwMw==\)/bc/bsp/sap/zavlesd/entitlementlist.htm](https://licensing2.adobe.com/sap(bD11biZjPTAwMw==)/bc/bsp/sap/zavlesd/entitlementlist.htm). (дата обращения 17.02.2021)
- Adobe Illustrator CS3 - Инструмент для работы с векторной графикой
Академическая лицензия. Счет (договор-оферта) ЗАО «СофтЛайн Трейд» № TR004146 от 08.02.2008 г.. Лицензия с 18.02.2008 по бессрочно. URL: [https://licensing2.adobe.com/sap\(bD11biZjPTAwMw==\)/bc/bsp/sap/zavlesd/entitlementlist.htm](https://licensing2.adobe.com/sap(bD11biZjPTAwMw==)/bc/bsp/sap/zavlesd/entitlementlist.htm). (дата обращения 17.02.2021)
 - Adobe Premiere Professional CS5 5 Academic Edition License - Видеомонтаж
Академическая лицензия. Счет (договор-оферта) ЗАО «СофтЛайн Трейд» № Tr001340 от 17.01.2011 г.. Лицензия с 21.01.2011 по бессрочно. URL: [https://licensing2.adobe.com/sap\(bD11biZjPTAwMw==\)/bc/bsp/sap/zavlesd/entitlementlist.htm](https://licensing2.adobe.com/sap(bD11biZjPTAwMw==)/bc/bsp/sap/zavlesd/entitlementlist.htm). (дата обращения 17.02.2021)
 - MS FrontPage 2003 - Программа разработки WEB-страниц
Подписка Azure Dev Tools for Teaching. Сублицензионный договор АО "СофтЛайн Трейд" № 20/03/19/АНО ВО "БУКЭП" от 25.03.2019. Лицензия с 01.07.2019 по 30.06.2021 URL: <https://my.visualstudio.com/downloads/featured>. (дата обращения 17.02.2021)
 - ЕХРО: 1001 Рекламоноситель - Программа-консультант для разработки PR- и промо-акций, рекламных кампаний
Академическая лицензия. Накладная ООО "ТРИЗ-ШАНС" № 81 от 13.10.2003. Регистрационный номер продукта EX302315R. Лицензия с 13.10.2003 по бессрочно. Академическая версия 3.5 экспертной системы "ЕХРО: 1001 Рекламоноситель". Решает несколько классов задач разработки рекламных кампаний, выставочных стендов, PR и промо-акций. URL: <http://www.triz-chance.ru/demo.html>. (дата обращения 17.02.2021)
 - HeadLiner v3 - Программа для создания заголовков, подписей в рекламе
Академическая лицензия. Накладная ООО "ТРИЗ-ШАНС" № 81 от 13.10.2003. Регистрационный номер продукта HL311952R. Лицензия с 13.10.2003 по бессрочно. Академическая версия программы HeadLiner/Заголовщик. Решает несколько классов задач, связанных с созданием заголовков, рекламных слоганов. URL: <http://www.triz-chance.ru/demo.html>. (дата обращения 17.02.2021)
 - PROVA-MEDIA v3.3 - Программа медиапланирования
Академическая лицензия. Лицензионный договор ООО «Исследовательская фирма «ГОРТИС» № 352/4 от 30.11.2006 г.. Лицензия с 30.11.2006 по бессрочно. (дата обращения 17.02.2021)
 - Приемы журналистики v2.02 (Public Relations) - Программа-консультант для рекламы
Академическая лицензия. Накладная ООО "ТРИЗ-ШАНС" № 81 от 13.10.2003. Регистрационный номер продукта RVN205458R. Лицензия с 13.10.2003 по бессрочно. Академическая версия программы-консультанта. Решает несколько классов творческих задач по созданию текстов (рекламных, учебных, публицистических), сценариев аудио- и видеороликов; речей и т.п.. URL: <http://www.triz-chance.ru/demo.html>. (дата обращения 17.02.2021)
 - Internet Explorer - WEB-броузер
Microsoft Open License Program (MOLP). Счет (Договор-оферта) ООО "СофтЛайн Групп" № 1С-76273. Лицензия 15326790 OPEN 15276190ZZE0407 от 15.07.2002. Лицензия с 15.07.2002 по бессрочно. URL: <https://www.microsoft.com/Licensing/servicecenter/Downloads/DownloadsAndKeys.aspx>. (дата обращения 17.02.2021)

- Подписка Open Value Subscription. Сублицензионный договор АО "СофтЛайн Трейд" № 20/03/19/АНО ВО "БУКЭП" от 25.03.2019. Лицензия с 04.04.2019 по 30.04.2022 URL:
<https://www.microsoft.com/Licensing/servicecenter/Downloads/DownloadsAndKeys.aspx>.
 (дата обращения 17.02.2021)
- Google Chrome - Интернет-браузер
 Свободное ПО. Бесплатное программное обеспечение. Распространяется на условиях собственной лицензии. URL: <https://www.google.ru/chrome/>. (дата обращения 17.02.2021)
 - Microsoft Word 2016 - Текстовый процессор (Microsoft)
 Подписка Open Value Subscription. Сублицензионный договор АО "СофтЛайн Трейд" № 20/03/19/АНО ВО "БУКЭП" от 25.03.2019. Лицензия с 04.04.2019 по 30.04.2022 URL:
<https://www.microsoft.com/Licensing/servicecenter/Downloads/DownloadsAndKeys.aspx>.
 (дата обращения 17.02.2021)
 - Dr.Web Desktop Security Suite (K3) - Корпоративная система антивирусной защиты рабочих станций
 Академическая лицензия. Акт на передачу прав ООО "ОРГСТАЙЛ" № 258 от 18.11.2020. Лицензия с 20.11.2020 по 19.12.2021 URL: <https://download.drweb.ru/>. (дата обращения 17.02.2021)
 - Adobe Acrobat Reader DC - Программа просмотра файлов в формате PDF
 Свободное ПО. Бесплатная программа, распространяется свободно. URL:
<https://get.adobe.com/ru/reader/?promoid=KQZEN>. (дата обращения 17.02.2021)
 - Microsoft Excel 2016 - Процессор электронных таблиц (Microsoft)
 Подписка Open Value Subscription. Сублицензионный договор АО "СофтЛайн Трейд" № 20/03/19/АНО ВО "БУКЭП" от 25.03.2019. Лицензия с 04.04.2019 по 30.04.2022 URL:
<https://www.microsoft.com/Licensing/servicecenter/Downloads/DownloadsAndKeys.aspx>.
 (дата обращения 17.02.2021)
 - Microsoft PowerPoint 2016 - Средство подготовки презентаций (Microsoft)
 Подписка Open Value Subscription. Сублицензионный договор АО "СофтЛайн Трейд" № 20/03/19/АНО ВО "БУКЭП" от 25.03.2019. Лицензия с 04.04.2019 по 30.04.2022 URL: <https://my.visualstudio.com/downloads/featured>. (дата обращения 17.02.2021)
 - CorelDRAW Graphics Suite X8 - Графический редактор векторных изображений
 Академическая лицензия. Счет (договор-оферта) ЗАО «СофтЛайн Трейд» № Tr000113093 от 04.10.2016 г.. Лицензия с 06.10.2016 по бессрочно. URL:
https://account.corel.com/accounts/user/accountEntitledDownloads?_requestid=428395.
 (дата обращения 17.02.2021)
 - Microsoft Publisher 2016 - Настольная издательская система
 Подписка Open Value Subscription. Сублицензионный договор АО "СофтЛайн Трейд" № 20/03/19/АНО ВО "БУКЭП" от 25.03.2019. Лицензия с 04.04.2019 по 30.04.2022 URL:
<https://www.microsoft.com/Licensing/servicecenter/Downloads/DownloadsAndKeys.aspx>.
 (дата обращения 17.02.2021)

10.3. Электронно-библиотечные системы (электронная библиотека)

Наименование	Наименование документа с указанием реквизитов	Срок действия документа
BOOK.ru	Договор ООО "КноРус медиа" № 18501589 от 21.08.2020 г.	с 01.09.2020 по 31.08.2021
Троицкий мост	Договор ООО "ИТК Троицкий мост" № 5008/20С от 21.08.2020 г.	с 01.09.2020 по 31.08.2021

Университетская библиотека онлайн	Договор ООО "НексМедиа" № 121-08/2020 от 21.08.2020	с 01.09.2020 по 31.08.2021
-----------------------------------	---	----------------------------

10.4. Современные профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

Наименование	Наименование документа с указанием реквизитов	Срок действия документа
Гарант	Договор ООО "Гарант-Сервис-Белгород" № ЭПС-21-012 от 25.12.2020 г.	с 01.01.2021 по 31.12.2021
Консультант+	Договор с ООО " Консультант Плюс Белгород"	с 01.01.2019 по бессрочно
Справочная Правовая Система КонсультантПлюс	Договор с ООО " Консультант Плюс Белгород"	с 01.01.2019 по бессрочно
Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ»	Договор ООО "Гарант-Сервис-Белгород" № ЭПС-21-012 от 25.12.2020 г.	с 01.01.2021 по 31.12.2021

- 1.Поисковая система «Яндекс» -www.yandex.ru
- 2.Поисковая система «Рамблер» -www.rambler.ru
- 3.Поисковая система «Гугл» -www.google.ru
- 4.Правовая справочно-информационная система - www. consultant. ru

11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

материально -техническая база компаний и организаций -баз практики, компьютерный класс

12. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

В случае обучения в университете обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (далее – ОВЗ) практика организуется и проводится на основе индивидуального личностно ориентированного подхода.

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ могут проходить практику как совместно с другими обучающимися (в учебной группе), так и индивидуально (по личному заявлению).

Определение места практики

Выбор мест прохождения практики для инвалидов и лиц с ОВЗ осуществляется с учетом состояния их здоровья и требований по доступности для данной категории обучающихся. При определении места прохождения практики для инвалидов и лиц с ОВЗ учитываются рекомендации медико-социальной экспертизы, отраженные в индивидуальной программе реабилитации инвалида (при наличии), относительно рекомендованных условий и видов труда. При необходимости для прохождения практики создаются специальные рабочие места в соответствии с характером нарушений, а также с учетом выполняемых обучающимся-инвалидом или обучающимся с ОВЗ трудовых функций, вида профессиональной деятельности и характера труда.

Обучающиеся данной категории могут проходить практику в профильных организациях (на предприятиях, в учреждениях), определенных для учебной группы, в которой они обучаются, если это не создает им трудностей в прохождении практики и освоении программы практики.

При наличии необходимых условий для освоения программы практики и выполнения индивидуального задания (или возможности создания таких условий) практика обучающихся данной категории может проводиться в структурных подразделениях Белгородского университета кооперации, экономики и права.

При определении места практики для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ особое

внимание уделяется безопасности труда и оснащению (оборудованию) рабочего места. Рабочие места, предоставляемые предприятием (организацией, учреждением), должны соответствовать следующим требованиям:

- для инвалидов по зрению—слабовидящих: оснащение специального рабочего места общим и местным освещением, обеспечивающим беспрепятственное нахождение указанным лицом своего рабочего места и выполнение трудовых функций; оборудование рабочего места видеоувеличителями, лупами;

- для инвалидов по зрению—слепых: оснащение специального рабочего места тифлотехническими ориентирами и устройствами, с возможностью использования крупного рельефно-контрастного шрифта и шрифта Брайля, акустическими навигационными средствами, обеспечивающими беспрепятственное нахождение указанным лицом своего рабочего места и выполнение трудовых функций;

- для инвалидов по слуху—слабослышащих: оснащение (оборудование) специального рабочего места звукоусиливающей аппаратурой, телефонами громкоговорящими;

- для инвалидов по слуху—глухих: оснащение специального рабочего места визуальными индикаторами, преобразующими звуковые сигналы в световые, речевые сигналы в текстовую бегущую строку, для беспрепятственного нахождения указанным лицом своего рабочего места и выполнения работы;

- для инвалидов с нарушением функций опорно-двигательного аппарата: оборудование, обеспечивающее реализацию эргономических принципов (максимально удобное для инвалида расположение элементов, составляющих рабочее место), механизмами и устройствами, позволяющими изменять высоту и наклон рабочей поверхности, положение сиденья рабочего стула по высоте и наклону, угол наклона спинки рабочего стула, оснащение специальным сиденьем, обеспечивающим компенсацию усилия при вставании, специальными приспособлениями для управления и обслуживания этого оборудования.

Особенности содержания практики

Индивидуальные задания формируются руководителем практики от университета с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья каждого конкретного обучающегося данной категории и должны соответствовать требованиям выполнимости и посильности.

При необходимости (по личному заявлению) содержание практики может быть полностью индивидуализировано (при условии сохранения возможности формирования у обучающегося всех компетенций, закрепленных за данной практикой).

Особенности организации трудовой деятельности обучающихся

Объем, темп, формы работы устанавливаются индивидуально для каждого обучающегося данной категории. В зависимости от нозологии максимально снижаются противопоказанные (зрительные, звуковые, мышечные и др.) нагрузки.

Применяются методы, учитывающие динамику и уровень работоспособности обучающихся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ. Для предупреждения утомляемости обучающихся данной категории после каждого часа работы делаются 10-15-минутные перерывы.

Для формирования умений, навыков и компетенций, предусмотренных программой практики, производится большое количество повторений (тренировок) подлежащих освоению трудовых действий и трудовых функций.

Особенности руководства практикой

Осуществляется комплексное сопровождение инвалидов и лиц с ОВЗ во время прохождения практики, которое включает в себя:

- учебно-методическую и психолого-педагогическую помощь и контроль со стороны руководителей практики от университета и от предприятия (организации, учреждения);

- корректирование (при необходимости) индивидуального задания и программы практики;

- помощь ассистента (ассистентов) и (или) волонтеров из числа обучающихся или работников предприятия (организации, учреждения). Ассистенты/волонтеры оказывают обучающимся данной категории необходимую техническую помощь при входе в здания и помещения, в которых проводится практика, и выходе из них; размещении на рабочем месте; передвижении по

помещению, в котором проводится практика; ознакомлении с индивидуальным заданием и его выполнении; оформлении дневника и составлении отчета о практике; общении с руководителями практики.

Особенности учебно-методического обеспечения практики

Учебные и учебно-методические материалы по практике представляются в различных формах так, чтобы инвалиды с нарушениями слуха получали информацию визуально (программа практики и индивидуальное задание на практику печатаются увеличенным шрифтом; предоставляются видеоматериалы и наглядные материалы по содержанию практики), с нарушениями зрения – аудиально (например, с использованием программ-синтезаторов речи) или с помощью тифлоинформационных устройств.

Особенности проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Во время проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации разрешаются присутствие и помощь ассистентов (сурдопереводчиков, тифлосурдопереводчиков и др.) и (или) волонтеров и оказание ими помощи инвалидам и лицам с ОВЗ.

Форма проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации для обучающихся-инвалидов и лиц с ОВЗ устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.). При необходимости обучающемуся предоставляется дополнительное время для подготовки ответа и (или) защиты отчета.

Программа практики составлена на основании ФГОС СПО, учебного плана по специальности Реклама

Программа практики ежегодно обновляется с учетом запросов работодателей, особенностей развития региона, культуры, науки, экономики, техники, технологий и социальной сферы, в рамках установленных ФГОС СПО.


Все дополнения и изменения вносятся до начала учебного года в лист «Дополнения и изменения к программе практики на 20__/20__ учебный год», который является неотъемлемой частью программы практики.

Автор(ы):	Чугаева В.С.	Старший преподаватель	Кафедра гостинично-туристического сервиса, коммерции и рекламы БУКЭП
	Милокум Б.А.	директор	ООО Фирма "Новый берег"
Рецензент:	Колесникова Е.В.	Доцент	Кафедра гостинично-туристического сервиса, коммерции и рекламы БУКЭП


Программа практики рассмотрена и одобрена на заседании цикловой комиссии.
Протокол от 17.02.2021 г. № 7


Председатель комиссии _____ Колесникова Е.В.
Ф.И.О.

Программа практики обсуждена и одобрена на заседании кафедры финансов и таможенных доходов от 17.02.2021 г., протокол № 7

Зав. кафедрой финансов и таможенных доходов к.э.н.  Шеховцов В.В.

Согласовано с кафедрой гостинично-туристического сервиса, коммерции и рекламы "___" _____ 20__ г.

Зав. кафедрой гостинично-туристического сервиса, коммерции и рекламы д.э.н.  Макринова Е.И.

Декан факультета среднего профессионального образования №1 доц.  Тедеева Р.А.