**АННОТИРОВАННЫЕ ПРОГРАММЫ ПРАКТИК**

**ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ 42.02.01 РЕКЛАМА (БАЗОВАЯ ПОДГОТОВКА)**

**УЧЕБНАЯ ПРАКТИКА**

1. **Место практики в структуре ОП**

Учебная практика входит в структуру профессиональных модулей программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 Реклама (базовая подготовка). Учебным планом по специальности 42.02.01 Реклама (базовая подготовка) предусмотрено прохождение учебной практики на 2 и 3 курсах в 3, 4 и 5 семестрах.

**2. Цели и задачи практики**

***Целью*** прохождения учебной практики является формирование общих и профессиональных компетенций, позволяющих успешно выполнять основные виды профессиональной деятельности.

***Задачи учебной практики****:*

– закрепление и совершенствование приобретенных в процессе обучения профессиональных умений обучающихся по изучаемой профессии;

– ознакомление с современными производственными процессами в организациях, соответствующих профилю специальности;

– приобретение навыков взаимодействия в профессиональном коллективе;

– адаптация обучающихся к конкретным условиям деятельности организаций различных организационно-правовых форм.

**3. Требования к результатам прохождения практики**

В результате прохождения учебной практики студент должен обладать следующими общими и профессиональными компетенциями:

|  |  |
| --- | --- |
| **Код** | **Наименование результата обучения** |
| ОК 1.  | Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес. |
| ОК 2. | Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.  |
| ОК 3.  | Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность. |
| ОК 4.  | Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития. |
| ОК 5.  | Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности. |
| ОК 6.  | Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями. |
| ОК 7.  | Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий. |
| ОК 8.  | Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации. |
| ОК 9.  | Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности. |
| 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. |
| ПК 2.1. | Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.  |
| ПК 2.2. | Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.  |
| ПК 2.3. | Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале. |
| ПК 3.1. | Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка. |
| ПК 3.2. |  Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта. |
| ПК 4.1. | Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.  |
| ПК 4.2.  | Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.  |
| ПК 4.3. | Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт. |

В результате прохождения практики студенты должны ***знать:***

– выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы;

‒ приемы и принципы составления рекламного текста;

‒ композицию, шрифтовую и художественную графики в рекламе;

– задачи, цели и общие требования к рекламе;

‒ основные направления рекламной деятельности;

‒ основные принципы работы организации в условиях рыночной экономики;

‒ основные федеральные законы и иные нормативные правовые акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации.

Студенты должны ***уметь:***

– осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги;

‒ разрабатывать композиционное решение рекламного продукта;

‒ использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы;

‒ использовать компьютерные технологии при создании печатного рекламного продукта;

‒ разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы;

– проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей;

‒ принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта;

‒ составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта;

Студенты должны ***иметь навыки:***

– выбора художественной формы реализации рекламной идеи;

– 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;

‒ выявления требований целевых групп потребителей;

‒ разработки средств продвижения рекламного продукта;

‒ взаимодействия с субъектами рекламной деятельности.

**4. Рекомендуемое количество часов на освоение программы практики**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Наименование профессионального модуля | Количество часов | Количество недель |
| ПМ.01. Разработка и создание дизайна рекламной продукции | 72 | 2 |
| ПМ.02. Производство рекламной продукции | 72 | 2 |
| ПМ.03. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта | 36 | 1 |
| ПМ.04. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта | 72 | 2 |
| ПМ.05. Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих | 36 | 1 |
| **Всего:** | **288** | **8** |

**5. Содержание практики**

Содержание учебной практики соответствует тематике профессиональных модулей и предполагает обучение и отработку практических навыков в рамках следующих разделов:

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.

**6. Сведения об используемых оценочных средствах**

# Контроль и оценка результатов освоения учебной практики осуществляется руководителем практики от предприятия (организации) в процессе наблюдения за деятельностью обучающихся в ходе выполнения обучающимися индивидуальных и групповых заданий по практике. Также контроль и оценка осуществляются руководителем практики от кафедры на основе анализа отчетов обучающихся по практике, индивидуальных оценок и отзыва-характеристики производственного руководителя.

Результаты освоения общих и профессиональных компетенций по каждому профессиональному модулю фиксируются в отчетной документации.

По итогам прохождения учебной практики по ПМ.01 «Разработка и создание дизайна рекламной продукции» обучающимся выставляется оценка «зачтено» / «не зачтено». Прохождение учебной практики по ПМ.05 «Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих» завершается выставлением дифференцированного зачета в 5 семестре, где учитываются результаты прохождения учебной практики по всем профессиональным модулям.

Успешное прохождение учебной практики по всем профессиональным модулям является обязательным условием для допуска к прохождению производственной практики по соответствующим модулям.

**ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА**

**1. Место практики в структуре ОП**

Производственная практика входит в структуру профессиональных модулей программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 Реклама (базовая подготовка). Учебным планом по специальности 42.02.01 Реклама (базовая подготовка) предусмотрено прохождение производственной практики на 2, 3 и 4 курсах в 4, 5, 6 и 7 семестрах.

**2. Цели и задачи практики**

***Целью*** прохождения производственной практики является формирование в условиях реального производства общих и профессиональных компетенций, позволяющих успешно выполнять основные виды профессиональной деятельности.

 ***Задачи производственной практики****:*

– закрепление и совершенствование приобретенных в процессе обучения и прохождения учебной практики профессиональных умений обучающихся по изучаемой профессии;

– ознакомление с современными производственными процессами в организациях, соответствующих профилю специальности;

– приобретение навыков взаимодействия в профессиональном коллективе;

– адаптация обучающихся к конкретным условиям деятельности организаций различных организационно-правовых форм.

**3. Требования к результатам прохождения практики**

 В результате прохождения производственной практики студент должен обладать следующими общими и профессиональными компетенциями:

|  |  |
| --- | --- |
| **Код** | **Наименование результата обучения** |
| ОК 1.  | Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес. |
| ОК 2. | Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.  |
| ОК 3.  | Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность. |
| ОК 4.  | Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития. |
| ОК 5.  | Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности. |
| ОК 6.  | Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями. |
| ОК 7.  | Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий. |
| ОК 8.  | Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации. |
| ОК 9.  | Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности. |
| 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. |
| ПК 2.1. | Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.  |
| ПК 2.2. | Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.  |
| ПК 2.3. | Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале. |
| ПК 3.1. | Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка. |
| ПК 3.2. |  Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта. |
| ПК 4.1. | Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.  |
| ПК 4.2.  | Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.  |
| ПК 4.3. | Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт. |

В результате прохождения практики студенты должны ***знать:***

– выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы;

‒ приемы и принципы составления рекламного текста;

‒ композицию, шрифтовую и художественную графики в рекламе;

‒ технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации;

‒ методы проектирования рекламного продукта;

– задачи, цели и общие требования к рекламе;

‒ основные направления рекламной деятельности;

‒ основные принципы работы организации в условиях рыночной экономики;

‒ основные федеральные законы и иные нормативные правовые акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации;

‒ аспекты планирования рекламы.

Студенты должны ***уметь:***

– осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги;

‒ разрабатывать композиционное решение рекламного продукта;

‒ использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы;

‒ составлять рекламные тексты;

‒ использовать компьютерные технологии при создании печатного рекламного продукта;

‒ разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы;

– проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей;

‒ анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп;

‒ принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта;

‒ составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта.

Студенты должны ***иметь навыки:***

– 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;

‒ выявления требований целевых групп потребителей;

‒ производства рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков;

‒ контролирования соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя;

‒ разработки средств продвижения рекламного продукта;

‒ взаимодействия с субъектами рекламной деятельности.

**4. Рекомендуемое количество часов на освоение программы практики**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Наименование профессионального модуля | Количество часов | Количество недель |
| ПМ.01. Разработка и создание дизайна рекламной продукции | 72 | 2 |
| ПМ.03. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта | 108 | 3 |
| ПМ.02. Производство рекламной продукции | 108 | 3 |
| ПМ.04. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта | 144 | 4 |
| ПМ.05. Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих | 108 | 3 |
| **Всего:** | **540** | **15** |

**5. Содержание практики**

Содержание производственной практики соответствует тематике профессиональных модулей и предполагает обучение и отработку практических навыков в рамках следующих разделов:

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.

**6. Сведения об используемых оценочных средствах**

# Контроль и оценка результатов освоения производственной практики осуществляется руководителем практики от предприятия (организации) в процессе наблюдения за деятельностью обучающихся в ходе выполнения обучающимися индивидуальных и групповых заданий по практике. Также контроль и оценка осуществляются руководителем практики от кафедры на основе анализа отчетов обучающихся по практике, индивидуальных оценок и отзыва-характеристики производственного руководителя.

Результаты освоения общих и профессиональных компетенций по каждому профессиональному модулю фиксируются в отчетной документации.

По итогам прохождения производственной практики по ПМ.01 «Разработка и создание дизайна рекламной продукции», ПМ.02 «Производство рекламной продукции», ПМ.04 «Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта», ПМ.05 «Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих» обучающимся выставляется дифференцированная оценка «отлично» / «хорошо» / «удовлетворительно» / «неудовлетворительно».

Успешное прохождение производственной практики по всем профессиональным модулям является обязательным условием для допуска к прохождению производственной преддипломной практики.

**ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ (ПРЕДДИПЛОМНАЯ)**

**ПРАКТИКА**

**1. Место практики в структуре ОП**

Производственная (преддипломная) практика является обязательным разделом программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 Реклама (базовая подготовка). Это заключительный вид практической индивидуальной деятельности студентов по отработке должностных, функциональных обязанностей, приобретенных навыков и умений профессиональной деятельности, а также подготовки материалов для написания выпускной квалификационной работы. Учебным планом по специальности 42.02.01 Реклама (базовая подготовка) предусмотрено прохождение преддипломной производственной практики на 4 курсе в 8 семестре.

**2. Цели и задачи практики**

***Целью*** прохождения производственной (преддипломной) практики является углубление первоначального профессионального опыта обучающегося, развитие общих и профессиональных компетенций, проверка его готовности к самостоятельной трудовой деятельности, а также подготовка к выполнению выпускной квалификационной работы.

 ***Задачи производственной (преддипломной) практики****:*

– закрепление и совершенствование приобретенных в процессе обучения и прохождения учебной и производственной практик профессиональных умений обучающихся по изучаемой профессии;

– привлечение к участию в современном производственном процессе в организациях, соответствующих профилю специальности;

– развитие навыков взаимодействия в профессиональном коллективе;

– подготовка обучающихся к конкретным условиям самостоятельной трудовой деятельности в профильных организациях.

**3. Требования к результатам прохождения практики**

Результатом освоения программы производственной (преддипломной) практики является формирование общих компетенций, а также освоение обучающимися профессиональных компетенций в рамках профессиональных модулей ОП.

|  |  |
| --- | --- |
| **Код** | **Наименование результата обучения** |
| ОК 1.  | Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес. |
| ОК 2. | Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.  |
| ОК 3.  | Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность. |
| ОК 4.  | Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития. |
| ОК 5.  | Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности. |
| ОК 6.  | Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями. |
| ОК 7.  | Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий. |
| ОК 8.  | Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации. |
| ОК 9.  | Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности. |
| 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. |
| ПК 2.1. | Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.  |
| ПК 2.2. | Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.  |
| ПК 2.3. | Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале. |
| ПК 3.1. | Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка. |
| ПК 3.2. |  Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта. |
| ПК 4.1. | Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.  |
| ПК 4.2.  | Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.  |
| ПК 4.3. | Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт. |

Результаты прохождения производственной (преддипломной) практики определяются требованиями к результатам прохождения производственной практики. Представленные и оцененные по итогам прохождения преддипломной производственной практики результаты будут варьироваться в зависимости от тематики и направленности ВКР обучающегося.

Общие требования к результатам прохождения данного вида практики можно представить следующим образом.

В результате прохождения практики студенты должны ***знать:***

– выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы;

‒ приемы и принципы составления рекламного текста;

‒ композицию, шрифтовую и художественную графики в рекламе;

‒ технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации;

‒ методы проектирования рекламного продукта;

– задачи, цели и общие требования к рекламе;

‒ основные направления рекламной деятельности;

‒ основные принципы работы организации в условиях рыночной экономики;

‒ основные федеральные законы и иные нормативные правовые акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации;

‒ аспекты планирования рекламы.

Студенты должны ***уметь:***

– осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги;

‒ разрабатывать композиционное решение рекламного продукта;

‒ использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы;

‒ составлять рекламные тексты;

‒ использовать компьютерные технологии при создании печатного рекламного продукта;

‒ разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы;

– проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей;

‒ анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп;

‒ принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта;

‒ составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта.

Студенты должны ***иметь навыки:***

– 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;

‒ выявления требований целевых групп потребителей;

‒ производства рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков;

‒ контролирования соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя;

‒ разработки средств продвижения рекламного продукта;

‒ взаимодействия с субъектами рекламной деятельности.

**4. Рекомендуемое количество часов на освоение программы практики**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Вид практики | Количество часов | Количество недель |
| Производственная преддипломная практика | 144 | 4 |

**5. Содержание практики**

Содержание производственной (преддипломной) практики является вариативным, определяется тематикой и направленностью выпускной квалификационной работы обучающегося. В ходе прохождения данного вида практики могут отрабатываться компетенции, являющиеся результатом обучения по любому из имеющихся профессиональных модулей (либо по нескольким модулям):

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.

Организация содержания производственной (преддипломной) практики предполагает прохождение следующих этапов:

‒ сбор и анализ сведений по выбранной теме ВКР;

‒ адаптация теоретических знаний обучающихся к производственной ситуации;

‒ закрепление практических навыков и умений работы в профессиональной сфере.

**6. Сведения об используемых оценочных средствах**

Контроль и оценка результатов освоения преддипломной производственной практики осуществляется руководителем практики от предприятия (организации) в процессе наблюдения за деятельностью обучающихся в ходе выполнения ими индивидуальных заданий по практике. Также контроль и оценка осуществляются руководителем практики от кафедры на основе анализа отчетов обучающихся по практике, индивидуальных оценок и отзыва-характеристики производственного руководителя.

Результаты освоения общих и профессиональных компетенций, формируемых в ходе прохождения практики, фиксируются в отчетной документации.

Производственная (преддипломная) практика завершается выставлением дифференцированного зачета в 8 семестре. Успешное прохождение преддипломной производственной практики является обязательным условием для допуска к прохождению итоговой государственной аттестации.