

МИНОБНАУКИ РОССИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧ-  
РЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
(ФГБОУ ВПО «ВГУ»)

УТВЕРЖДАЮ  
декан факультета журналистики  
зав. кафедрой рекламы и дизайна,  
д. ф. н. проф.  В.В. Тулупов



**ПРОГРАММА**

практик обучающихся  
в Воронежском государственном университете  
по специальности  
42.02.01 Реклама  
*шифр наименование специальности*

программа подготовки специалистов среднего звена базовой подготовки  
*уровень образования*

Воронеж 2014

## **1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ**

### **1. Область применения**

Настоящая Программа определяет виды, порядок организации и материальное обеспечение проведения практик обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 «Реклама», входящей в укрупнённую группу специальностей 42.00.00 «Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело», на факультете журналистики ФГБОУ ВПО «ВГУ» (далее – факультет).

### **2. Нормативные ссылки**

Настоящая Программа разработана на основе федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного Приказом N 510 от 12 мая 2014 г. и в соответствии со следующими нормативными документами:

Федеральный закон от 29.12.2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;

Трудовой кодекс РФ от 30 декабря 2001 г. № 197-ФЗ;

Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 14.06.2013 № 464 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам среднего профессионального образования»;

Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 18.04.2013 № 291 «Об утверждении Положения о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы среднего профессионального образования»;

Приказ Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 12 апреля 2011 г. № 302н «Об утверждении перечней вредных и (или) опасных производственных факторов и работ, при выполнении которых проводятся обязательные предварительные и периодические медицинские осмотры (обследования), и Порядка проведения обязательных предварительных и периодических медицинских осмотров (обследований) работников, занятых на тяжелых работах и на работах с вредными и (или) опасными условиями труда»;

Устав ФГБОУ ВПО «ВГУ»

### **3 Порядок проведения практик**

#### **3.1. Общие положения**

3.1.1. Практика обучающихся, осваивающих образовательные программы среднего профессионального образования (далее – обучающиеся), является обязательной частью основной профессиональной образовательной программы среднего профессионального образования (далее – ОПОП). Практика – вид учебной деятельности, направленной на формирование, закрепление, развитие практических навыков и компетенции в процессе выполнения определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

3.1.2. Цели и объемы практики (трудоемкость практики в часах/неделях), а также требования к формируемым компетенциям, результатам освоения практики и результатам обучения в период прохождения практики (компетенциям, умениям, навыкам, опыту деятельности) определяются ОПОП в соответствии с федераль-

ными государственными образовательными стандартами среднего профессионального образования (далее – образовательный стандарт).

3.1.3. Практика имеет целью комплексное освоение обучающимися всех видов профессиональной деятельности по специальности среднего профессионального образования, формирование общих и профессиональных компетенций, а также приобретение необходимых умений и опыта практической работы по специальности «Реклама».

3.1.4. Планирование и организация практики на всех ее этапах обеспечивает:

- последовательное расширение круга формируемых у обучающихся умений, навыков, практического опыта и их усложнение по мере перехода от одного этапа практики к другому;
- целостность подготовки специалистов на факультете к выполнению основных трудовых функций;
- связь практики с теоретическим обучением.

3.1.5. Содержание всех этапов практики определяется требованиями к умениям и практическому опыту по каждому из профессиональных модулей ОПОП СПО (далее - профессиональный модуль) в соответствии с ФГОС СПО, программами практики.

3.1.6. Содержание всех этапов практики должно обеспечивать обоснованную последовательность формирования у обучающихся системы умений, целостной профессиональной деятельности и практического опыта в соответствии с требованиями ФГОС СПО.

3.1.7. Перечень, объем и виды практик утверждаются Научно-Методическим Советом факультета и фиксируются в учебном плане специальности.

3.1.8. Конкретное содержание всех видов практики по специальности 42.02.01 «Реклама» определяются настоящей Программой.

3.1.9. В случае обучения на факультете инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья при необходимости устанавливается форма проведения практики с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

## **3.2. Виды практик и способы их организации**

3.2.1. Видами практики обучающихся, осваивающих ОПОП СПО, являются: учебная практика и производственная практика.

3.2.2. Учебная практика по специальности направлена на формирование у обучающихся умений, приобретение первоначального практического опыта и реализуется в рамках профессиональных модулей ОПОП СПО по основным видам профессиональной деятельности для последующего освоения ими общих и профессиональных компетенций по избранной специальности.

3.2.3. При реализации ОПОП СПО по специальности производственная практика включает в себя следующие этапы: практика по профилю специальности и преддипломная практика.

Практика по профилю специальности направлена на формирование у обучающегося общих и профессиональных компетенций, приобретение практического опыта и реализуется в рамках профессиональных модулей ОПОП СПО по каждому из видов профессиональной деятельности, предусмотренных ФГОС СПО по

специальности.

Преддипломная практика направлена на углубление первоначального практического опыта обучающегося, развитие общих и профессиональных компетенций, проверку его готовности к самостоятельной трудовой деятельности, а также на подготовку к выполнению выпускной квалификационной работы в организациях различных организационно-правовых форм.

3.2.4. При наличии в составе государственной итоговой аттестации выпускной квалификационной работы преддипломная практика является обязательной.

3.2.5. Конкретные виды, типы, способы проведения, трудоемкость, распределение по периодам обучения и сроки проведения практик устанавливаются Университетом с учетом требований образовательного стандарта и в соответствии с настоящей Программой.

3.2.6. Сроки проведения практик устанавливаются учебным планом и календарным учебным графиком учебного процесса в соответствии с ОПОП СПО по специальности 42.02.01 «Реклама».

3.2.7. Учебная практика и практика по профилю специальности проводятся непрерывно.

### **3.3. Организация практик**

Производственная практика проводится в организациях на основе договоров, заключаемых между Университетом и организациями, деятельность которых соответствует направленности реализуемой образовательной программы по соответствующему профилю (далее – организация) специальности 42.02.01 «Реклама».

Договоры регистрируются в журнале регистрации договоров на практику в Управлении по регламентации образовательной деятельности ВГУ. Ежегодно, в срок до «01» ноября текущего года, факультеты, отвечающие за реализацию ОПОП СПО, предоставляют список баз практик в УПРОД.

3.3.1. Учебная практика проводится в учебных, учебно-производственных мастерских, рекламных предприятиях, фото- и видеостудиях, соответствующих структурных подразделениях предприятий, учебных базах практики и иных структурных подразделениях Университета на основе договоров между предприятием и Университетом.

3.3.2. Для руководства практикой в сторонних организациях, назначаются руководитель (руководители) практики из числа лиц, относящихся к профессорско-преподавательскому составу Университета (далее – руководитель практики от Университета), и руководитель (руководители) практики из числа работников организации (далее – руководитель практики от организации). Для руководства практикой, проводимой в подразделениях Университета, назначается только руководитель (руководители) практики от Университета.

3.3.3. Руководитель практики от Университета:

- совместно с руководителем практики от организации составляет рабочий график (план) проведения практики;
- разрабатывает индивидуальные задания для выполнения обучающимися в период практики;
- участвует в распределении обучающихся по рабочим местам и видам работ в организации, осуществляющей профессиональную деятельность;
- осуществляет контроль за соблюдением сроков проведения практики и соответствием ее содержания установленным ОПОП требованиям к содержанию соответствующего вида практики (далее – требования к содержанию практики);

- оказывает методическую помощь обучающимся при выполнении ими индивидуальных заданий, а также при сборе материалов к выпускной квалификационной работе в ходе преддипломной практики;
- оценивает результаты прохождения практики обучающимися;
- готовит распорядительную и учебно-методическую документацию в целях организации, проведения и контроля результатов практики.

3.3.4. В период прохождения производственной практики, обучающиеся могут зачисляться на вакантные должности, если работа соответствует требованиям программы производственной практики. С обучающимся может быть заключен срочный трудовой договор.

3.3.5. Направление на практику оформляется приказом ректора Университета (или иного уполномоченного им должностного лица) с указанием закрепления каждого обучающегося за организацией, а также с указанием вида и сроков прохождения практики.

3.3.6. Обучающиеся, совмещающие обучение с трудовой деятельностью, вправе проходить учебную, производственную, в том числе преддипломную практики в организациях по месту трудовой деятельности в случаях, если профессиональная деятельность, осуществляемая ими в указанных организациях, соответствует требованиям к содержанию практики.

3.3.7. Обучающиеся, осваивающие основную образовательную программу в период прохождения практики в организациях:

- выполняют задания, предусмотренные программами практики;
- соблюдают действующие в организациях правила внутреннего трудового распорядка;
- соблюдают требования охраны труда и пожарной безопасности.

3.3.8. Виды отчетности о прохождении практики определяются настоящей Программой.

3.3.9. Продолжительность рабочего дня при прохождении практики для обучающихся определяется Трудовым кодексом РФ.

### **3.4. Подведение итогов практик**

3.4.1. Практика является завершающим этапом освоения профессионального модуля по виду профессиональной деятельности.

3.4.2. По результатам практики руководителями практики от организации и от Университета формируется аттестационный лист (Приложение 1), содержащий сведения об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций, а также характеристика (Приложение 2) на обучающегося по освоению профессиональных компетенций в период прохождения практики.

3.4.3. В период прохождения практики обучающимся ведется дневник практики (Приложение 3). По результатам практики обучающимся составляется отчет (Приложение 4), который утверждается организацией.

В качестве приложения к дневнику практики обучающийся оформляет графические, аудио-, фото-, видео-, материалы, наглядные образцы изделий, подтверждающие практический опыт, полученный на практике.

Для прохождения учебной практики дневник не выдается.

3.4.5. Практика завершается дифференцированным зачетом (зачетом) при условии положительного аттестационного листа по практике руководителей практики от организации и Университета об уровне освоения профессиональных компетенций; наличия положительной характеристики организации на обучающегося по освоению общих компетенций в период прохождения практики; полноты и своевременности представления дневника практики и отчета о практике в соответствии с заданием на практику.

3.4.6. Результаты прохождения практики каждого вида определяются путем проведения промежуточной аттестации и вносятся в аттестационную ведомость и в зачетную книжку студента.

3.4.7. Обучающиеся, не выполнившие программы практик по уважительной причине, направляются на практику повторно, в течение следующего семестра по индивидуальному графику и в свободное от учебы время. Обучающийся должен отчитаться о результатах практики в течение 10 дней после ее окончания.

Обучающиеся, не выполнившие программы практик без уважительной причины или получившие неудовлетворительную оценку, могут быть отчислены из Университета как имеющие академическую задолженность в порядке, предусмотренном Положением о проведении промежуточной аттестации обучающихся в ВГУ, или им предоставляется возможность пройти практику повторно в течение срока ликвидации задолженностей по индивидуальному графику и в свободное от учебы время.

## 4. Программы практик

### 4.1.УЧЕБНАЯ ПРАКТИКА «ПРАКТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РАЗРАБОТКИ И СОЗДАНИЯ ДИЗАЙНА РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА» ПО ПМ.01 «РАЗРАБОТКА И СОЗДАНИЕ ДИЗАЙНА РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ»

1. Программа учебной практики является частью программы профессионального модуля ПМ.01 «Разработка и создание дизайна рекламной продукции».

#### 2.Цели учебной практики:

- получение первоначальных профессиональных знаний о специфике разработки и создания рекламной продукции.

#### Задачи учебной практики:

- ознакомление обучающихся с работой дизайнера и копирайтера;  
- закрепление и углубление полученных теоретических знаний по художественному проектированию, написанию рекламных текстов.

#### 3. Требования к результатам учебной практики по профессиональному модулю

Результатом освоения программы учебной практики по ПМ.01 являются сформированные профессиональные компетенции, а также формируемые общие компетенции:

Код	Наименование профессиональной компетенции
ПК 1.1.	Осуществлять поиск рекламных идей.
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3.	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК 4.	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5.	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 6.	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7.	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
ОК 8.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9.	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.
ОК 10.	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельно-

	сти.
ОК 11.	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен:

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;

знать:

- выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы;
- приемы и принципы составления рекламного текста;
- композицию, шрифтовую и художественную графики в рекламе;
- методы проектирования рекламного продукта;
- методы психологического воздействия на потребителя.

#### **4. Форма контроля:**

зачет.

**5. Количество часов на освоение учебной практики** в рамках освоения ПМ.01 «Разработка и создание дизайна рекламной продукции» - 72 часа.

#### **6. Место и время проведения учебной практики.**

Место проведения учебной практики: на базе рекламных предприятий, с которыми заключен договор.

Время проведения учебной практики: 4 семестр.

## 7. Содержание учебной практики.

Код ПК	Учебная практика					
	Наименование ПК	Виды работ, обеспечивающие формирование ПК	Объем часов	Уровень освоения	Формат практики (рассредоточенно, концентрированно), базы практики	Показатели освоения ПК
<b>ПК 1.1.</b>	Осуществлять поиск рекламных идей.	-знакомство с основными принципами создания и разработки рекламной продукции	72	репродуктивный	концентрированно, работа на рекламном предприятии	демонстрация навыков разработки рекламной продукции

## **8. Критерии оценки практики**

Оценка **«зачтено»** ставится студенту, который выполнил в срок весь назначенный объем работ и программу практики, в том числе представил к защите индивидуальные творческие задания.

Оценка **«не зачтено»** ставится студенту, который не выполнил программу практики.

В случае невыполнения программы, нарушения трудовой дисциплины, обучающийся может быть отстранен от практики. Обучающийся, отстраненный от практики, или работа которого признана в ходе практики неудовлетворительной, считается не выполнившим учебный план семестра.

## **9. Отчетность о прохождении практики**

В начале практики обучающийся обязан согласовать с руководителем вопрос о месте ее прохождения и получить на руки необходимые документы.

Перед защитой практики студент обязан представить руководителю практики следующие материалы:

- а) дневник практиканта (Приложение 3);
- б) подробный отчет о практике (Приложение 4) ;
- в) характеристику с основного места прохождения практики (Приложение 2);
- г) творческое досье.

## 4.2. ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА «РАЗРАБОТКА И СОЗДАНИЕ ДИЗАЙНА РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА» ПО ПМ.01 «РАЗРАБОТКА И СОЗДАНИЕ ДИЗАЙНА РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ»

### 1. Область применения программы

Программа производственной практики является частью программы профессионального модуля ПМ.01 «Разработка и создание дизайна рекламной продукции».

### 2. Цели производственной практики:

- формирование у обучающихся профессиональных компетенций по модулю ПМ 01. в условиях работы на рекламных предприятиях.
- приобретение практического опыта разработки и создания рекламной продукции.

### 3. Требования к результатам производственной практики по профессиональному модулю

В результате прохождения производственной практики по ВПД обучающийся должен освоить.

Код	Наименование результата обучения
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.
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3.	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК 4.	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5.	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 6.	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7.	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
ОК 8.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9.	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.
ОК 10.	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.
ОК 11.	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.

Для овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся должен:

**иметь практический опыт :**

- выбора художественной формы реализации рекламной идеи;
- создания визуального образа с рекламными функциями;
- художественного конструирования рекламных продуктов по заданию;

**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;

**знать:**

- выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы;
- приемы и принципы составления рекламного текста;
- композицию, шрифтовую и художественную графики в рекламе;
- методы проектирования рекламного продукта;
- методы психологического воздействия на потребителя.

**4. Форма контроля:**

дифференцированный зачет (в качестве составной части за квалификационный экзамен по модулю).

**5. Количество часов на освоение производственной практики** в рамках освоения ПМ.01 «Разработка и создание дизайна рекламной продукции» - 108 часов.

**6. Место и время проведения производственной практики.**

Место проведения учебной практики: на базе рекламных предприятий, с которыми заключен договор.

Время проведения учебной практики: 4 семестр.

## 7. Содержание производственной практики.

Код ПК	Производственная практика					
	Наименование ПК	Виды работ, обеспечивающие формирование ПК	Объем часов	Уровень освоения	Формат практики (рассредоточенно, концентрированно), базы практики	Показатели освоения ПК
ПК 1.1.	Осуществлять поиск рекламных идей.	-знакомство с основными принципами создания и разработки рекламной продукции	10	репродуктивный	концентрированно, работа на рекламном предприятии	демонстрация навыков разработки рекламной продукции
ПК 1.2	Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.	- знакомство с основными принципами художественного эскизирования; - знакомство с основными принципами выбора изобразительных средств	10	репродуктивный	концентрированно, работа на рекламном предприятии	демонстрация навыков подбора изобразительных средств
ПК 1.3	Разрабатывать авторские рекламные проекты.	- знакомство с основными принципами разработки авторских рекламных проектов	36	репродуктивный	концентрированно, работа на рекламном предприятии	демонстрация навыков по разработке авторских рекламных проектов

ПК 1.4	Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.	- знакомство с основными принципами копирайтинга; - знакомство с основными принципами оформления рекламных объявлений.	36	репродуктивный	концентрированно, работа на рекламном предприятии	демонстрация навыков по написанию рекламных текстов, по подбору визуальных элементов.
ПК 1.5	Создавать визуальные образы с рекламными функциями.	- знакомство с основными принципами создания визуальных образов с рекламными функциями	16	репродуктивный	концентрированно, работа на рекламном предприятии	демонстрация навыков по созданию рекламных визуальных образов

## 8. Критерии оценки практики

В итоговой оценке за практику учитывается уровень теоретического осмысления студентом своей практической деятельности (цель, задачи, содержание); степень сформированности профессиональных компетенций; социальная активность и ответственное отношение к работе.

**«Отлично»** ставится обучающемуся, который выполнил в срок и на высоком уровне с проявлением самостоятельности, творчества, инициативы весь намеченный объем работы, требуемый программой практики.

**«Хорошо»** ставится обучающемуся, который полностью выполнил намеченный на период практики программу работы, но не проявил самостоятельности и инициативы.

**«Удовлетворительно»** ставится обучающемуся, который выполнил программу практики, но допускал ошибки в основных видах профессиональной деятельности.

**«Неудовлетворительно»** ставится обучающемуся, который не выполнил программу практики.

В случае невыполнения программы, нарушения трудовой дисциплины, обучающийся может быть отстранен от практики. Обучающийся, отстраненный от практики, или работа которого признана в ходе практики неудовлетворительной, считается не выполнившим учебный план семестра.

## 9. Отчетность о прохождении практики

В начале практики обучающийся обязан согласовать с руководителем вопрос о месте ее прохождения и получить на руки необходимые документы.

Перед защитой практики студент обязан представить руководителю практики следующие материалы:

- а) дневник практиканта (Приложение 3);
- б) подробный отчет о практике (Приложение 4);
- в) характеристику с основного места прохождения практики (Приложение 2);
- г) творческое досье.

## 10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ БАЗЫ

Реализация программы предполагает проведение учебной и производственной практик на базе рекламных предприятий на основе договоров, заключаемых между образовательным учреждением и рекламным предприятием, куда направляются учащиеся.

### КАДРОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

Руководство учебной и производственной практиками осуществляют преподаватели кафедры рекламы и дизайна и сотрудники рекламных предприятий.

### МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

Программа практики. Учебно-методическое пособие для студентов СПО факультета журналистики, ВГУ; сост. :Е.В. Маслова, С.И. Окс, 2014. -22 с.

### 4.3. УЧЕБНАЯ ПРАКТИКА «ПРАКТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПРОИЗВОДСТВА РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ» ПО ПМ.02 «ПРОИЗВОДСТВО РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ»

1. Программа учебной практики является частью программы профессионального модуля ПМ.02 «Производство рекламной продукции».

#### 2. Цели учебной практики:

- получение профессиональных знаний о специфике производства рекламной продукции.

#### Задачи учебной практики:

- ознакомление обучающихся работой дизайнера, копирайтера, рекламного фотографа, режиссера, оператора.

- закрепление и углубление полученных теоретических знаний по технике и технологии рекламной фотографии/рекламного видео, по проектной компьютерной графике и мультимедиа.

#### 3. Требования к результатам учебной практики по профессиональному модулю

Результатом освоения программы учебной практики по ПМ.02 являются сформированные профессиональные компетенции, а также формируемые общие компетенции:

Код	Наименование профессиональной компетенции
ПК 2.1.	Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3.	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК 4.	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5.	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 6.	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7.	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
ОК 8.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9.	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.
ОК 10.	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельно-

	сти.
ОК 11.	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен:  
уметь:

осуществлять фотосъемку для производства рекламного продукта;  
осуществлять видеосъемку для производства рекламного продукта;  
использовать компьютерные технологии при создании печатного рекламного продукта;

разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы;  
использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео-, анимации;  
использовать мультимедийные и web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта;

знать:

технику, технологии и технические средства фотосъемки в рекламе;  
технику, технологии и технические средства видеосъемки в рекламе;  
технические и программные средства для создания печатного рекламного продукта;

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

технологии создания Интернет-рекламы;  
аппаратное и программное обеспечение.

#### **4. Форма контроля:**

зачет.

**5. Количество часов на освоение учебной практики** в рамках освоения ПМ.02 «Производство рекламной продукции» - 72 часа.

#### **6. Место и время проведения учебной практики.**

Место проведения учебной практики: на базе рекламных предприятий, с которыми заключен договор.

Время проведения учебной практики: 6 семестр.

## 7. Содержание учебной практики.

Код ПК	Учебная практика					
	Наименование ПК	Виды работ, обеспечивающие формирование ПК	Объем часов	Уровень освоения	Формат практики (рассредоточенно, концентрированно), базы практики	Показатели освоения ПК
ПК 2.1.	Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.	-знакомство с основными принципами отбора изобразительных средств и материалов; - знакомство со спецификой работы рекламного оборудования.	72	репродуктивный	концентрированно, работа на рекламном предприятии	- демонстрация навыков отбора изобразительных средств и материалов;  - демонстрация навыков использования рекламного оборудования.

## 8. Критерии оценки практики

Оценка **«зачтено»** ставится студенту, который выполнил в срок весь назначенный объем работ и программу практики, в том числе представил к защите индивидуальные творческие задания.

Оценка **«не зачтено»** ставится студенту, который не выполнил программу практики.

В случае невыполнения программы, нарушения трудовой дисциплины, обучающийся может быть отстранен от практики. Обучающийся, отстраненный от практики, или работа которого признана в ходе практики неудовлетворительной, считается не выполнившим учебный план семестра.

## 9. Отчетность о прохождении практики

В начале практики обучающийся обязан согласовать с руководителем вопрос о месте ее прохождения и получить на руки необходимые документы.

Перед защитой практики студент обязан представить руководителю практики следующие материалы:

- а) дневник практиканта (Приложение 3);
- б) подробный отчет о практике (Приложение 4) ;
- в) характеристику с основного места прохождения практики (Приложение 2);
- г) творческое досье.

#### 4.4. ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА «ПРОИЗВОДСТВО РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ» ПО ПМ.02 «ПРОИЗВОДСТВО РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ»

##### 1. Область применения программы

Программа производственной практики является частью программы профессионального модуля ПМ.02 «Производство рекламной продукции».

##### 3.2. Цели производственной практики:

- формирование у обучающихся профессиональных компетенций по модулю ПМ 02. в условиях работы на рекламных предприятиях.
- приобретение практического опыта производства рекламной продукции.

##### 3.3. Требования к результатам производственной практики по профессиональному модулю

В результате прохождения производственной практики по ВПД обучающийся должен освоить.

Код	Наименование результата обучения
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.
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3.	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК 4.	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5.	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 6.	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7.	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
ОК 8.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9.	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.
ОК 10.	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.
ОК 11.	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен иметь практический опыт:

выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта;  
построения модели (макета, сценария) объекта с учетом выбранной технологии;  
подготовки к производству рекламного продукта;  
производства рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков;

уметь:

осуществлять фотосъемку для производства рекламного продукта;  
осуществлять видеосъемку для производства рекламного продукта;  
использовать компьютерные технологии при создании печатного рекламного продукта;

разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы;

использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео-, анимации;

использовать мультимедийные и web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта;

знать:

технику, технологии и технические средства фотосъемки в рекламе;

технику, технологии и технические средства видеосъемки в рекламе;

технические и программные средства для создания печатного рекламного продукта;

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

технология создания Интернет-рекламы;

аппаратное и программное обеспечение.

#### **3.4. Форма контроля:**

дифференцированный зачет (в качестве составной части за квалификационный экзамен по модулю).

**3.5. Количество часов на освоение производственной практики** в рамках освоения ПМ.02 «Производство рекламной продукции» - 108 часов.

#### **3.6. Место и время проведения учебной практики.**

Место проведения учебной практики: на базе рекламных предприятий, с которыми заключен договор.

Время проведения учебной практики: 6 семестр.

## 7. Содержание производственной практики.

Код ПК	Производственная практика					
	Наименование ПК	Виды работ, обеспечивающие формирование ПК	Объем часов	Уровень освоения	Формат практики (рассредоточенно, концентрированно), базы практики	Показатели освоения ПК
ПК 2.1.	Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.	--знакомство с основными принципами отбора изобразительных средств и материалов; - знакомство со спецификой работы рекламного оборудования.	36	репродуктивный	концентрированно, работа на рекламном предприятии	- демонстрация навыков работы с рекламным оборудованием; - демонстрация навыков отбора изобразительных средств и материалов.
ПК 2.2	Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.	- знакомство с основными принципами написания сценария; - знакомство с основными принципами создания макетов.	36	репродуктивный	концентрированно, работа на рекламном предприятии	демонстрация навыков подбора изобразительных средств
ПК 2.3	Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.	- знакомство с основными принципами реализации рекламных проектов	36	репродуктивный	концентрированно, работа на рекламном предприятии	демонстрация навыков по разработке рекламных проектов

## 8. Критерии оценки практики

В итоговой оценке за практику учитывается уровень теоретического осмысления студентом своей практической деятельности (цель, задачи, содержание); степень сформированности профессиональных компетенций; социальная активность и ответственное отношение к работе.

**«Отлично»** ставится обучающемуся, который выполнил в срок и на высоком уровне с проявлением самостоятельности, творчества, инициативы весь намеченный объем работы, требуемый программой практики.

**«Хорошо»** ставится обучающемуся, который полностью выполнил намеченный на период практики программу работы, но не проявил самостоятельности и инициативы.

**«Удовлетворительно»** ставится обучающемуся, который выполнил программу практики, но допускал ошибки в основных видах профессиональной деятельности.

**«Неудовлетворительно»** ставится обучающемуся, который не выполнил программу практики.

В случае невыполнения программы, нарушения трудовой дисциплины, обучающийся может быть отстранен от практики. Обучающийся, отстраненный от практики, или работа которого признана в ходе практики неудовлетворительной, считается не выполнившим учебный план семестра.

## 9. Отчетность о прохождении практики

В начале практики обучающийся обязан согласовать с руководителем вопрос о месте ее прохождения и получить на руки необходимые документы.

Перед защитой практики студент обязан представить руководителю практики следующие материалы:

- а) дневник практиканта (Приложение 3);
- б) подробный отчет о практике (Приложение 4);
- в) характеристику с основного места прохождения практики (Приложение 2);
- г) творческое досье.

## 10. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ

### МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ БАЗЫ

Реализация программы предполагает проведение учебной и производственной практик на базе рекламных предприятий на основе договоров, заключаемых между образовательным учреждением и рекламным предприятием, куда направляются учащиеся.

### КАДРОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

Руководство учебной и производственной практиками осуществляют преподаватели кафедры рекламы и дизайна и сотрудники рекламных предприятий.

### МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

Программа практики. Учебно-методическое пособие для студентов СПО факультета журналистики, ВГУ; сост. :Е.В. Маслова, С.И. Окс, 2014. -22 с.

#### **4.5. УЧЕБНАЯ ПРАКТИКА «МАРКЕТИНГОВЫЕ И ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ РЕАЛИЗАЦИИ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА» ПО ПМ.03.«МАРКЕТИНГОВОЕ И ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РЕАЛИЗАЦИИ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА»**

1. Программа учебной практики является частью программы профессионального модуля ПМ.03 «Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта».

#### **2.Цели учебной практики:**

- получение профессиональных знаний о специфике проведения маркетинговых исследований.

#### **Задачи учебной практики:**

- ознакомление обучающихся с работой маркетолога;  
- закрепление и углубление полученных теоретических знаний по маркетингу и правовому регулированию в сфере рекламы.

#### **3. Требования к результатам учебной практики по профессиональному модулю**

Результатом освоения программы учебной практики по ПМ.03 являются сформированные профессиональные компетенции, а также формируемые общие компетенции:

<b>Код</b>	<b>Наименование профессиональной компетенции</b>
ПК 3.1.	Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.
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.

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен:

уметь:

проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей;  
анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп;  
проводить сегментирование рынка;  
принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта;

знать:

задачи, цели и общие требования к рекламе;  
основные направления рекламной деятельности;  
виды рекламной деятельности;  
структуру рекламного рынка.

#### **4. Форма контроля:**

зачет.

**5. Количество часов на освоение учебной практики** в рамках освоения ПМ.03 «Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта» - 72 часа.

#### **6. Место и время проведения учебной практики.**

Место проведения учебной практики: на базе рекламных предприятий, с которыми заключен договор.

Время проведения учебной практики: 8 семестр.

## 7. Содержание учебной практики.

Код ПК	Учебная практика					
	Наименование ПК	Виды работ, обеспечивающие формирование ПК	Объем часов	Уровень освоения	Формат практики (рассредоточенно, концентрированно), базы практики	Показатели освоения ПК
ПК 3.1.	Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.	-знакомство с основными принципами проведения социологических исследований; - знакомство с основными принципами составления программы соц.исследований.	72	репродуктивный	концентрированно, работа на рекламном предприятии	демонстрация навыков составления программ социологических исследований

## **8. Критерии оценки практики**

Оценка **«зачтено»** ставится студенту, который выполнил в срок весь назначенный объем работ и программу практики, в том числе представил к защите индивидуальные творческие задания.

Оценка **«не зачтено»** ставится студенту, который не выполнил программу практики.

В случае невыполнения программы, нарушения трудовой дисциплины, обучающийся может быть отстранен от практики. Обучающийся, отстраненный от практики, или работа которого признана в ходе практики неудовлетворительной, считается не выполнившим учебный план семестра.

## **9. Отчетность о прохождении практики**

В начале практики обучающийся обязан согласовать с руководителем вопрос о месте ее прохождения и получить на руки необходимые документы.

Перед защитой практики студент обязан представить руководителю практики следующие материалы:

- а) дневник практиканта (Приложение 3);
- б) подробный отчет о практике (Приложение 4) ;
- в) характеристику с основного места прохождения практики (Приложение 2);
- г) творческое досье.

#### **4.6. ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА «МАРКЕТИНГОВОЕ И ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РЕАЛИЗАЦИИ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА» ПОПМ.03. «МАРКЕТИНГОВОЕ И ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РЕАЛИЗАЦИИ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА»**

##### **1. Область применения программы**

Программа производственной практики является частью программы профессионального модуля ПМ.03 «Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта».

##### **2. Цели производственной практики:**

- формирование у обучающихся профессиональных компетенций по модулю ПМ 03.
- приобретение практического опыта по проведению маркетинговых исследований; по правовому обеспечению при реализации рекламного продукта.

##### **3. Требования к результатам учебной практики по профессиональному модулю**

В результате прохождения производственной практики по ВПД обучающийся должен освоить.

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

Для овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся должен:

***иметь практический опыт:***

выявления требований целевых групп потребителей;  
разработки средств продвижения рекламного продукта;  
разработки маркетинговой части бизнес-плана;

***уметь:***

проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей;  
анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп;  
проводить сегментирование рынка;  
принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта;

***знать:***

задачи, цели и общие требования к рекламе;  
основные направления рекламной деятельности;  
виды рекламной деятельности;  
структуру рекламного рынка.

**4. Форма контроля:**

дифференцированный зачет (в качестве составной части за квалификационный экзамен по модулю).

**5. Количество часов на освоение производственной практики** в рамках освоения ПМ.03 «Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта» - 72 часа.

**6. Место и время проведения учебной практики.**

Место проведения учебной практики: на базе рекламных предприятий, с которыми заключен договор.

Время проведения учебной практики: 8 семестр.

## 7. Содержание производственной практики.

Код ПК	Производственная практика					
	Наименование ПК	Виды работ, обеспечивающие формирование ПК	Объем часов	Уровень освоения	Формат практики (рассредоточенно, концентрированно), базы практики	Показатели освоения ПК
ПК 3.1.	Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.	-знакомство с основными принципами проведения социологических исследований; - знакомство с основными принципами составления программы соц.исследований.	36	репродуктивный	концентрированно, работа на рекламном предприятии	демонстрация навыков составления программ социологических исследований
ПК 3.2	Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.	- знакомство со спецификой интегрированных маркетинговых коммуникаций	36	репродуктивный	концентрированно, работа на рекламном предприятии	демонстрация навыков выбора средств продвижения рекламных продуктов.

## 8. Критерии оценки практики

В итоговой оценке за практику учитывается уровень теоретического осмысления студентом своей практической деятельности (цель, задачи, содержание); степень сформированности профессиональных компетенций; социальная активность и ответственное отношение к работе.

**«Отлично»** ставится обучающемуся, который выполнил в срок и на высоком уровне с проявлением самостоятельности, творчества, инициативы весь намеченный объем работы, требуемый программой практики.

**«Хорошо»** ставится обучающемуся, который полностью выполнил намеченный на период практики программу работы, но не проявил самостоятельности и инициативы.

**«Удовлетворительно»** ставится обучающемуся, который выполнил программу практики, но допускал ошибки в основных видах профессиональной деятельности.

**«Неудовлетворительно»** ставится обучающемуся, который не выполнил программу практики.

В случае невыполнения программы, нарушения трудовой дисциплины, обучающийся может быть отстранен от практики. Обучающийся, отстраненный от практики, или работа которого признана в ходе практики неудовлетворительной, считается не выполнившим учебный план семестра.

## 9. Отчетность о прохождении практики

В начале практики обучающийся обязан согласовать с руководителем вопрос о месте ее прохождения и получить на руки необходимые документы.

Перед защитой практики студент обязан представить руководителю практики следующие материалы:

- а) дневник практиканта (Приложение 3);
- б) подробный отчет о практике (Приложение 4);
- в) характеристику с основного места прохождения практики (Приложение 2);
- г) творческое досье.

## 10. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ

### МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ БАЗЫ

Реализация программы предполагает проведение учебной и производственной практик на базе рекламных предприятий на основе договоров, заключаемых между образовательным учреждением и рекламным предприятием, куда направляются учащиеся.

### КАДРОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

Руководство учебной и производственной практиками осуществляют преподаватели кафедры рекламы и дизайна и сотрудники рекламных предприятий.

### МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

Программа практики. Учебно-методическое пособие для студентов СПО факультета журналистики, ВГУ; сост. :Е.В. Маслова, С.И. Окс, 2014. -22 с.

#### **4.7. УЧЕБНАЯ ПРАКТИКА «ВВЕДЕНИЕ В ОРГАНИЗАЦИЮ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССОМ ИЗГОТОВЛЕНИЯ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА» ПО ПМ. 04. «ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССОМ ИЗГОТОВЛЕНИЯ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА»**

1. Программа учебной практики является частью программы профессионального модуля ПМ.04 «Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта».

##### **2. Цели учебной практики:**

- получение профессиональных знаний о сущности современного менеджмента в рекламном бизнесе.

##### **Задачи учебной практики:**

- закрепление и углубление полученных теоретических знаний по менеджменту и экономическим основам рекламной деятельности.

##### **3. Требования к результатам учебной практики по профессиональному модулю**

Результатом освоения программы учебной практики по ПМ.04 являются сформированные профессиональные компетенции, а также формируемые общие компетенции:

<b>Код</b>	<b>Наименование профессиональной компетенции</b>
ПК 4.1.	Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3.	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК 4.	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5.	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 6.	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7.	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
ОК 8.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9.	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.
ОК 10.	Владеть основами предпринимательской деятельности и особен-

	ностями предпринимательства в профессиональной деятельности.
ОК 11.	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен:

*уметь:*

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

работать с рекламой в средствах массовой информации;

проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком;

проводить презентацию рекламного продукта;

подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав;

*знать:*

экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации;

основные принципы работы организаций в условиях рыночной экономики;

пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов;

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

аспекты планирования рекламы;

этапы принятия и реализации управленческих решений;

классификацию целей менеджмента.

#### **4. Форма контроля:**

зачет.

**5. Количество часов на освоение учебной практики** в рамках освоения ПМ.04 «Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта» - 72 часа.

#### **6. Место и время проведения учебной практики.**

Место проведения учебной практики: на базе рекламных предприятий, с которыми заключен договор.

Время проведения учебной практики: 8 семестр.

## 7. Содержание учебной практики.

Код ПК	Учебная практика					
	Наименование ПК	Виды работ, обеспечивающие формирование ПК	Объем часов	Уровень освоения	Формат практики (рассредоточенно, концентрированно), базы практики	Показатели освоения ПК
ПК 4.1.	Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.	-знакомство с основными правилами взаимодействия с внутренней средой организации	72	репродуктивный	концентрированно, работа на рекламном предприятии	демонстрация навыков по умению организации собственной работы в коллективе

## 8. Критерии оценки практики

Оценка **«зачтено»** ставится студенту, который выполнил в срок весь назначенный объем работ и программу практики, в том числе представил к защите индивидуальные творческие задания.

Оценка **«не зачтено»** ставится студенту, который не выполнил программу практики.

В случае невыполнения программы, нарушения трудовой дисциплины, обучающийся может быть отстранен от практики. Обучающийся, отстраненный от практики, или работа которого признана в ходе практики неудовлетворительной, считается не выполнившим учебный план семестра.

## 9. Отчетность о прохождении практики

В начале практики обучающийся обязан согласовать с руководителем вопрос о месте ее прохождения и получить на руки необходимые документы.

Перед защитой практики студент обязан представить руководителю практики следующие материалы:

- а) дневник практиканта (Приложение 3);
- б) подробный отчет о практике (Приложение 4) ;
- в) характеристику с основного места прохождения практики (Приложение 2);
- г) творческое досье.

#### **4.8. ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА «ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССОМ ИЗГОТОВЛЕНИЯ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА» ПО ПМ. 04. «ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССОМ ИЗГОТОВЛЕНИЯ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА»**

##### **1. Область применения программы**

Программа производственной практики является частью программы профессионального модуля ПМ.04 «Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта».

##### **2. Цели производственной практики:**

- формирование у обучающихся профессиональных компетенций по модулю ПМ 04. в условиях работы на рекламных предприятиях.
- приобретение практического опыта по взаимодействию с субъектами рекламного рынка; по подготовке документации для регистрации авторского права.

##### **3. Требования к результатам производственной практики по профессиональному модулю**

В результате прохождения производственной практики по ВПД обучающийся должен освоить.

<b>Код</b>	<b>Наименование результата обучения</b>
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.
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3.	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК 4.	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5.	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 6.	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7.	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
ОК 8.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9.	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.
ОК 10.	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенно-

	стями предпринимательства в профессиональной деятельности.
ОК 11.	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен:  
*иметь практический опыт:*

планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта;  
контролирования соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя;

взаимодействия с субъектами рекламной деятельности;

подготовки документации для регистрации авторских прав;

*уметь:*

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

работать с рекламой в средствах массовой информации;

проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком;

проводить презентацию рекламного продукта;

подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав;

*знать:*

экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации;

основные принципы работы организаций в условиях рыночной экономики;

пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов;

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

аспекты планирования рекламы;

этапы принятия и реализации управленческих решений;

классификацию целей менеджмента.

#### **4. Форма контроля:**

дифференцированный зачет (в качестве составной части за квалификационный экзамен по модулю).

**5. Количество часов на освоение производственной практики** в рамках освоения ПМ.04 «Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта» - 108 часов.

#### **6. Место и время проведения учебной практики.**

Место проведения производственной практики: на базе рекламных предприятий, с которыми заключен договор.

Время проведения учебной практики: 8 семестр.

## 7. Содержание производственной практики.

Код ПК	Производственная практика					
	Наименование ПК	Виды работ, обеспечивающие формирование ПК	Объем часов	Уровень освоения	Формат практики (рассредоточенно, концентрированно), базы практики	Показатели освоения ПК
ПК 4.1.	Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.	-знакомство с основными правилами взаимодействия с внутренней средой организации	6	репродуктивный	концентрированно, работа на рекламном предприятии	демонстрация навыков по умению организации собственной работы в коллективе
ПК 4.2	Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.		36	репродуктивный	концентрированно, работа на рекламном предприятии	демонстрация навыков по точности и правильности выполнения технического задания рекламодателя
ПК 4.3	Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.		66	репродуктивный	концентрированно, работа на рекламном предприятии	демонстрация навыков по подготовке документов для регистрации авторского права на рекламный продукт.

## 8. Критерии оценки практики

В итоговой оценке за практику учитывается уровень теоретического осмысления студентом своей практической деятельности (цель, задачи, содержание); степень сформированности профессиональных компетенций; социальная активность и ответственное отношение к работе.

**«Отлично»** ставится обучающемуся, который выполнил в срок и на высоком уровне с проявлением самостоятельности, творчества, инициативы весь намеченный объем работы, требуемый программой практики.

**«Хорошо»** ставится обучающемуся, который полностью выполнил намеченный на период практики программу работы, но не проявил самостоятельности и инициативы.

**«Удовлетворительно»** ставится обучающемуся, который выполнил программу практики, но допускал ошибки в основных видах профессиональной деятельности.

**«Неудовлетворительно»** ставится обучающемуся, который не выполнил программу практики.

В случае невыполнения программы, нарушения трудовой дисциплины, обучающийся может быть отстранен от практики. Обучающийся, отстраненный от практики, или работа которого признана в ходе практики неудовлетворительной, считается не выполнившим учебный план семестра.

## 9. Отчетность о прохождении практики

В начале практики обучающийся обязан согласовать с руководителем вопрос о месте ее прохождения и получить на руки необходимые документы.

Перед защитой практики студент обязан представить руководителю практики следующие материалы:

- а) дневник практиканта (Приложение 3);
- б) подробный отчет о практике (Приложение 4);
- в) характеристику с основного места прохождения практики (Приложение 2);
- г) творческое досье.

## 10. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ

### МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ БАЗЫ

Реализация программы предполагает проведение учебной и производственной практик на базе рекламных предприятий на основе договоров, заключаемых между образовательным учреждением и рекламным предприятием, куда направляются учащиеся.

### КАДРОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

Руководство учебной и производственной практиками осуществляют преподаватели кафедры рекламы и дизайна и сотрудники рекламных предприятий.

### МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

Программа практики. Учебно-методическое пособие для студентов СПО факультета журналистики, ВГУ; сост. :Е.В. Маслова, С.И. Окс, 2014. -22 с.

**4.9. ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА «ВЫПОЛНЕНИЕ РАБОТ ПО ПРОФЕССИИ АГЕНТ РЕКЛАМНЫЙ»  
ПО ПМ 05. «ВЫПОЛНЕНИЕ РАБОТ ПО ОДНОЙ ИЛИ НЕСКОЛЬКИМ ПРОФЕССИЯМ РАБОЧИХ, ДОЛЖНОСТЯМ СЛУЖАЩИХ»**

**1. Область применения программы**

Программа производственной практики является частью программы профессионального модуля ПМ.05 «Выполнение работ по профессии агент рекламный».

**2. Цели производственной практики:**

- формирование у обучающихся профессиональных компетенций по модулю ПМ 05. в условиях работы на рекламных предприятиях.

**3. Требования к результатам производственной практики по профессиональному модулю**

В результате прохождения производственной практики по ВПД обучающийся должен освоить.

<b>Код</b>	<b>Наименование результата обучения</b>
ПК 5.1.	Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиентов.
ПК 5.2.	Оформлять договорную и финансовую документацию при работе с заказчиком.
ПК 5.3.	Работать в рекламных акциях в качестве исполнителя.
ПК 5.4.	Осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг.
ПК 5.5.	Составлять и оформлять простые тексты рекламных объявлений.
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.

Для овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся должен:

**иметь практический опыт :**

- ведения переговоров с заказчиком;
- использования офисной оргтехники, информационных и коммуникационных технологий при оформлении заказа;
- организации связи со СМИ.

**уметь:**

- контактировать с заказчиком рекламного продукта и вести с ним переговоры;

- осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг;

- выбирать и использовать различные виды средств распространения рекламы;

**знать:**

- виды рекламной деятельности;

- виды рекламных средств и средств распространения рекламы;

- требования к рекламированию товаров и услуг, установленных законом;

- ответственность участников рекламного процесса за ненадлежащую рекламу;

- социально-психологические основы рекламы;

- факторы и методы воздействия на человека.

#### **4. Форма контроля:**

дифференцированный зачет (в качестве составной части за квалификационный экзамен по модулю).

**5. Количество часов на освоение производственной практики в рамках освоения ПМ.05 «Выполнение работ по профессии агент рекламный» - 144 часа.**

#### **6. Место и время проведения производственной практики.**

Место проведения учебной практики: на базе рекламных предприятий, с которыми заключен договор.

Время проведения производственной практики: 8 семестр.

## 7. Содержание производственной практики.

Код ПК	Производственная практика					
	Наименование ПК	Виды работ, обеспечивающие формирование ПК	Объем часов	Уровень освоения	Формат практики (рассредоточенно, концентрированно), базы практики	Показатели освоения ПК
ПК 5.1.	Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиентов.	-знакомство с основными принципами работы рекламного агента	30	репродуктивный	концентрированно, работа на рекламном предприятии	-демонстрация знаний о специфике работы современного рекламного бизнеса; - демонстрация практических навыков ведения деловых переговоров.
ПК 5.2	Оформлять договорную и финансовую документацию при работе с заказчиком.	- знакомство с основными принципами работы с документами	30	репродуктивный	концентрированно, работа на рекламном предприятии	демонстрация навыков по подготовке договорной и финансовой документации
ПК 5.3	Работать в рекламных акциях в качестве исполнителя.	- знакомство с основными принципами работы в сфере BTL	30	репродуктивный	концентрированно, работа на рекламном предприятии	- демонстрация навыков умения работать в коллективе; - демонстрация коммуникативных

						навыков при проведении рекламных акций.
ПК 5.4	Осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг.	- знакомство с основными принципами работы рекламного агента	30	репродуктивный	концентрированно, работа на рекламном предприятии	- демонстрация навыков умения предоставлять рекламные услуги в качестве посредника
ПК 5.5	Составлять и оформлять простые тексты рекламных объявлений.	- знакомство с основными принципами копирайтинга	34	репродуктивный	концентрированно, работа на рекламном предприятии	- демонстрация навыков по созданию рекламных текстов и рекламных визуальных образов

## 8 Критерии оценки практики

В итоговой оценке за практику учитывается уровень теоретического осмысления студентом своей практической деятельности (цель, задачи, содержание); степень сформированности профессиональных компетенций; социальная активность и ответственное отношение к работе.

**«Отлично»** ставится обучающемуся, который выполнил в срок и на высоком уровне с проявлением самостоятельности, творчества, инициативы весь намеченный объем работы, требуемый программой практики.

**«Хорошо»** ставится обучающемуся, который полностью выполнил намеченный на период практики программу работы, но не проявил самостоятельности и инициативы.

**«Удовлетворительно»** ставится обучающемуся, который выполнил программу практики, но допускал ошибки в основных видах профессиональной деятельности.

**«Неудовлетворительно»** ставится обучающемуся, который не выполнил программу практики.

В случае невыполнения программы, нарушения трудовой дисциплины, обучающийся может быть отстранен от практики. Обучающийся, отстраненный от практики, или работа которого признана в ходе практики неудовлетворительной, считается не выполнившим учебный план семестра.

## 9. Отчетность о прохождении практики

В начале практики обучающийся обязан согласовать с руководителем вопрос о месте ее прохождения и получить на руки необходимые документы.

Перед защитой практики студент обязан представить руководителю практики следующие материалы:

- а) дневник практиканта (Приложение 3);
- б) подробный отчет о практике (Приложение 4) ;
- в) характеристику с основного места прохождения практики (Приложение 2);
- г) творческое досье.

## 10. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ

### МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ БАЗЫ

Реализация программы предполагает проведение производственной практики на базе рекламных предприятиях на основе договоров, заключаемых между образовательным учреждением и рекламным предприятием, куда направляются учащиеся.

### КАДРОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

Руководство учебной и производственной практиками осуществляют преподаватели кафедры рекламы и дизайна и сотрудники рекламных предприятий.

### МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

Программа практики. Учебно-методическое пособие для студентов СПО факультета журналистики, ВГУ; сост. :Е.В. Маслова, С.И. Окс, 2014. -22 с.

## 4.10. ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ) ПРАКТИКИ

### 1. Область применения программы.

Программа производственной преддипломной (далее – преддипломной) практики является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности по специальности 42.02.01 Реклама (подготовка специалистов среднего звена базовой подготовки) в части освоения основных видов профессиональной деятельности (ВПД):

1. Разработка и создание дизайна рекламной продукции.
2. Производство рекламной продукции.
3. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта.
4. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта.
5. Выполнение работ по профессии агент рекламный.

**2. Цели преддипломной практики:** углубление первоначального профессионального опыта обучающимися; развитие общих и профессиональных компетенций; проверка у обучающихся готовности к самостоятельной трудовой деятельности; подготовка к выполнению выпускной квалификационной работы (дипломного проекта или дипломной работы) в организациях различных организационно-правовых форм (далее - организация).

### 3. Требования к результатам преддипломной практики.

В результате прохождения преддипломной практики по ВПД обучающийся должен освоить:

	ВПД	Профессиональные компетенции
1	Разработка и создание дизайна рекламной продукции..	ПК 1.1.–1.5
2	Производство рекламной продукции.	ПК 2.1-2.3
3	Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта.	ПК 3.1–3.2
4	Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта.	ПК 4.1-4.3
5	Выполнение работ по профессии агент рекламный.	ПК 5.1-5.5

### 4. Форма контроля преддипломной практики:

Дифференцированный зачет.

### 5. Количество часов на освоение программы преддипломной практики

Всего – 4 недели, 144 ч.

## 7.1. ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ (ПРЕДДИПЛОМНАЯ) ПРАКТИКА

### 1. Результаты освоения программы преддипломной практики.

Результатом освоения программы преддипломной практики являются сформированные профессиональные компетенции:

Код	Наименование профессиональной компетенции
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 2.2.	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.
ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 4.	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 8.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

## 2. Содержание производственной (преддипломной) практики.

Код ПК	Производственная практика					
	Наименование ПК	Виды работ, обеспечивающие формирование ПК	Объем часов	Уровень освоения	Формат практики (рассредоточено, концентрированно), базы практики	Показатели освоения ПК
ПК 1.3	Разрабатывать авторские рекламные проекты.	- знакомство с основными принципами разработки авторских рекламных проектов		продуктивный	концентрированно, факультет журналистики ФГБОУ ВПО ВГУ	Оценка выполнения индивидуального практического задания
ПК 1.4	Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.	- знакомство с основными принципами копирайтинга; - знакомство с основными принципами оформления рекламных объявлений.		продуктивный	концентрированно, факультет журналистики ФГБОУ ВПО ВГУ	Оценка выполнения индивидуального практического задания
ПК 1.5	Создавать визуальные образы с рекламными функциями.	- знакомство с основными принципами создания визуальных образов с рекламными функциями		продуктивный	концентрированно, факультет журналистики ФГБОУ ВПО ВГУ	Оценка выполнения индивидуального практического задания

ПК 2.2	Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.	- знакомство с основными принципами написания сценария; - знакомство с основными принципами создания макетов.		продуктивный	концентрированно, факультет журналистики ФГБОУ ВПО ВГУ	Оценка выполнения индивидуального практического задания
ПК 2.3	Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.	- знакомство с основными принципами реализации рекламных проектов		продуктивный	концентрированно, факультет журналистики ФГБОУ ВПО ВГУ	Оценка выполнения индивидуального практического задания
ПК 3.1.	Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.	-знакомство с основными принципами проведения социологических исследований; - знакомство с основными принципами составления программы соц.исследований.		продуктивный	концентрированно, факультет журналистики ФГБОУ ВПО ВГУ	Оценка выполнения индивидуального практического задания
ПК 3.2	Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.	- знакомство со спецификой интегрированных маркетинговых коммуникаций		продуктивный	концентрированно, факультет журналистики ФГБОУ ВПО ВГУ	Оценка выполнения индивидуального практического задания

ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Организация собственной деятельности, оценка качества выполнения профессиональных задач		продуктивный	концентрированно, факультет журналистики ФГБОУ ВПО ВГУ	Оценка выполнения индивидуального практического задания
ОК 4.	Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Поиск, анализ и оценка необходимой профессиональной информации		продуктивный	концентрированно, факультет журналистики ФГБОУ ВПО ВГУ	Оценка выполнения индивидуального практического задания
ОК 8.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение своей квалификации.	Определение задач профессионального и личностного развития, планирование самообразования и повышения квалификации		продуктивный	концентрированно, факультет журналистики ФГБОУ ВПО ВГУ	Оценка выполнения индивидуального практического задания

### 3. Список учебных пособий и методических рекомендаций

1. Маслова Е.В. Методическое пособие по выполнению выпускной квалификационной работы (ВКР). Для студентов, обучающихся по программе среднего профессионального образования. Специальность 031601 Реклама. – Воронеж, 2015. –40 с.

2.Программа практики. Учебно-методическое пособие для студентов СПО факультета журналистики, ВГУ; сост. :Е.В. Маслова, С.И. Окс, 2014. -22 с.

### 4. Критерии оценки итогов практики

**Оценка «Отлично».**Обучающийся продемонстрировал наличие глубоких теоретических знаний учебного материала, предусмотренного программой, знание основной литературы, владение дополнительной информацией, владение умениями и навыками по программе практики, свободно ориентируется в деятельности объекта прохождения практики.Выполнены все задания, предусмотренные программой практики, обучающийся не имеет пропущенных дней практики.

**Оценка «Хорошо».**Обучающийся продемонстрировал знание основного теоретического материала и владение навыками, предусмотренными программой практики. Выполнены все задания, предусмотренные программой практики, обучающийся не имеет пропущенных дней практики.

**Оценка «Удовлетворительно».**Обучающийся продемонстрировал основные знания и навыков по программе практики. Выполнены основные задания, предусмотренные программой практики, не имеет пропущенных дней практики. Обучающийся затрудняется в ответе, возможно допущение ошибок и неточностей в ответе, но обучающийся обладает необходимыми знаниями для ответа на направляющие вопросы преподавателя.

**Оценка «Неудовлетворительно».** Обучающийся не продемонстрировал теоретических знаний и владения навыками по программе практики.

### 5. Порядок представления отчетности по практике

Основной формой отчетности являются: отчет обучающегося о прохождении практики, аттестационный лист, характеристика студента от руководителя с места прохождения практики и проект выпускной квалификационной работы.

## 10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ) ПРАКТИКИ

1.Реализация программы (преддипломной) практики осуществляется с использованием специального оборудования, в том числе с использованием оборудования фотолаборатории и видеостудии:

- мультимедийное оборудование
- ноутбуки,
- компьютерные классы с выходом в интернет
- видеокамеры,
- фотоувеличители
- фотоаппараты
- студийное оборудование: отражатели, фоны, вспышки, стойки, насадки

## 2. Примерные рекомендованные темы ВКР

1. Мультимедийный продукт: этапы производства.
2. Психологические аспекты формирования имиджа лидера средствами рекламы.
3. Этические аспекты профессиональной деятельности (российский опыт).
4. Электронная торговля и интернет -маркетинг.
5. Реклама и PR в сфере досуга
6. Региональная специфика коммуникационной политики музеев и театров. Международный опыт продвижения учреждений культуры
7. Продвижение компаний в сети Интернет (сайт, социальные сети, блоги, вирусный маркетинг и т.д.).
8. Специфика использования Интернет-технологий в рекламной деятельности.
9. «Зеленый» маркетинг
10. Коммуникационная политика компаний в сети Интернет. Разработка фирменного стиля, брендинг, нейминг.
11. Совершенствование маркетинговых коммуникаций в социальных сетях (на примере компании...);
12. Конкурентные стратегии и стратегии позиционирования на ресторанном / гостиничном рынке.
13. Совершенствование маркетинговых коммуникаций в интернет-среде (на примере компании...)
14. Формирование и управление потребительской лояльностью в сфере услуг (на примере компании...);
15. Маркетинговые коммуникации в индустрии впечатлений (на примере компании HoReCa /шоу-бизнеса и индустрии развлечений)
16. Нестандартные виды рекламы.
17. Разработка рекламной кампании образовательного учреждения.
18. Разработка рекламной кампании в сети Интернет.
19. Разработка рекламной кампании в рамках ребрендинга.
20. Разработка стратегии продвижения бренда на товарном рынке.
21. Разработка рекламной кампании для предприятий сферы услуг.
22. Организация и эффективность деятельности рекламного агентства.

Исполнители:

доц. кафедры рекламы и дизайна  Маслова Е.В. 19.05 2014

преп. кафедры рекламы и дизайна  Окс С.И. 19.05 2014

Согласовано:

Куратор ОПОП СПО  
по специальности  Маслова Е.В. 19.05 2014

Рекомендовано НМС факультета журналистики протокол № 4 дата 19.05.14г.

**Приложение 1  
(обязательное)**

**АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ**

1. Ф.И.О. студента \_\_\_\_\_

2. Курс \_\_\_\_\_ Группа \_\_\_\_\_ Специальность \_\_\_\_\_

3. Место проведения практики \_\_\_\_\_

4. Сроки прохождения практики с \_\_\_\_ . \_\_\_\_ .20\_\_ по \_\_\_\_ . \_\_\_\_ .20\_\_ объеме \_\_\_\_\_ часов

5. Наименование профессионального модуля \_\_\_\_\_

6. Виды выполняемых работ:

№ п/п	Наименование вида работ	Отметка о выполнении
		+
		-
		+
		+

Руководитель практики

от Университета \_\_\_\_\_  
должность, Ф.И.О., подпись

Руководитель практики

от Организации \_\_\_\_\_  
должность, Ф.И.О., подпись

\_\_\_\_ . \_\_\_\_ .20\_\_

*Разъяснения по заполнению:*

*П.2 - указывается наименование организации (база практики), юридический адрес организации.*

*П.3 - при условии, что студентом выполнено не менее 70% перечисленных видов работ, считается, что программа практики выполнена.*

**Приложение 2  
(обязательное)**

Заполняется на фирменном бланке организации – базы производственной практики

**ХАРАКТЕРИСТИКА**  
*профессиональной деятельности студента*  
*во время прохождения практики (учебной, производственной)*

На студента ФГБОУ ВПО «ВГУ»

\_\_\_\_\_  
ФИО

Факультет \_\_\_\_\_  
группа \_\_\_\_\_  
специаль-  
ность \_\_\_\_\_

*код и наименование специальности*

проходившего практику с \_\_\_\_\_ по \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.  
на базе: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
*название организации*

по \_\_\_\_\_  
*вид производственной практики*

**Показатели выполнения производственных заданий:**

уровень теоретической подготовки \_\_\_\_\_

качество выполненных заданий \_\_\_\_\_

трудовая дисциплина и соблюдение техники безопасности \_\_\_\_\_

Выводы и предложения \_\_\_\_\_

Дата «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_

Руководитель практики от организации (базы практик)

\_\_\_\_\_  
*должность*  
М.П.

\_\_\_\_\_  
*подпись*

\_\_\_\_\_  
*ФИО*

**Приложение 3  
(обязательное)**

**Форма титульного листа дневника по прохождению практики  
и схема его ведения**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
(ФГБОУ ВПО «ВГУ»)**

Факультет \_\_\_\_\_  
Кафедра \_\_\_\_\_

**ДНЕВНИК**

\_\_\_\_\_ *указать вид практики*

\_\_\_\_\_ студента

\_\_\_\_\_ *ФИО*

Курс \_\_\_\_\_ группа \_\_\_\_\_

Специальность \_\_\_\_\_

Место проведения практики \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ *наименование базы практики*

Время проведения практики с \_\_\_\_\_ по \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Руководители практики:

от Университета \_\_\_\_\_  
*(подпись, ФИО)*

от базы практики \_\_\_\_\_  
*(подпись, ФИО)*

Студент \_\_\_\_\_  
*(подпись, ФИО)*

М.П. базы практики

Схема дневника

Дата, часы, место работы	Краткие сведения о проделанной работе	Подпись ответ- ственного лица

Заключение руководителя по виду практики по итогам практики студента

---

---

---

\_\_\_\_\_

Дата \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Подпись руководителя

## Приложение 4 (обязательное)

### Форма отчета студента о прохождении практики

#### ОТЧЕТ

о прохождении \_\_\_\_\_ практики  
*указать вид практики*

студента (ки) \_\_\_\_\_ факультета \_\_\_\_ группы \_\_\_\_\_ курса

\_\_\_\_\_  
*фамилия, имя, отчество*

Специальности \_\_\_\_\_

1. Место прохождения практики: \_\_\_\_\_

2. Сроки прохождения практики:

- а) согласно графику учебного плана с \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.  
по \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.;
- б) действительный срок практики с \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.  
по \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Причины изменения срока, если таковые были.

3. Порядок прохождения практики, ее содержание, выполнение программы практики. Указать противоречия между теорией и практикой, выявленные во время производственной практики, их причины. Собственная точка зрения студента на возможность их устранения. Указать недостатки производственной практики (оборудование, организация, снабжение), их причины и возможности устранения.

4. Производственные экскурсии, их значение.

5. Доклады и сообщения, сделанные студентом во время практики, участие в рационализаторской работе, в техучебе, проводимой на предприятии.

6. Оценка практики, ее положительные и отрицательные стороны, выводы и предложения по улучшению практики.

7. Перечень приложений к отчету.

Дата

ФИО студента, подпись