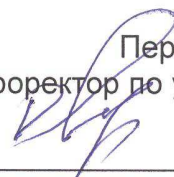


МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

П ВГУ 2.2.01.420201 – 2017

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор-  
проректор по учебной работе



Е.Е. Чупандина

« 19 » 06 2017 г

**ПОЛОЖЕНИЕ**

**о порядке проведения практик обучающихся  
в Воронежском государственном университете**

**по специальности**

**42.02.01 «Реклама»**

**Среднее профессиональное образование**

РАЗРАБОТАНО – рабочей группой факультета журналистики

ОТВЕТСТВЕННЫЙ ИСПОЛНИТЕЛЬ – декан факультета журналистики,  
д.филол.н., проф. В.В. Тулупов

ИСПОЛНИТЕЛЬ – доцент каф. рекламы и дизайна, к.филол.н., С.И. Окс

ВВЕДЕНО В ДЕЙСТВИЕ приказом ректора от 25.08.2017 № 0667

ВВОДИТСЯ ВПЕРВЫЕ \_\_\_\_\_

СРОК ПЕРЕСМОТРА – ПО НЕОБХОДИМОСТИ

## 1. ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ

Настоящее Положение обязательно для обучающихся по специальности 42.02.01 Реклама и научно-педагогических работников, обеспечивающих подготовку по специальности по указанной основной образовательной программе.

## 2. НОРМАТИВНЫЕ ССЫЛКИ

Настоящее Положение разработано в соответствии со следующими нормативными документами:

Федеральный закон от 29.12.2012 г. N 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;

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 РФ от 12 мая 2014 г. N 510 "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама";

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»;

Устав ФГБОУ ВО «ВГУ»;

П ВГУ 2.2.01 – 2015 Положение о порядке организации и осуществления образовательной деятельности, текущей, промежуточной и итоговой аттестации по основным профессиональным образовательным программам среднего профессионального образования в Воронежском государственном университете;

И ВГУ 2.2.01 – 2015 Инструкция о порядке проведения практик обучающихся в Воронежском государственном университете по основным образовательным программам среднего профессионального образования.

## 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 федеральными 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.

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 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 Ученым советом факультета, на котором реализуется данная программа, и фиксируются в учебном плане специальности.

3.1.8. Конкретное содержание всех видов практики по специальности определяются Положением о порядке проведения практик по конкретной специальности.

3.1.10. На факультетах, где обучаются инвалиды и лица 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 при разработке ОПОП устанавливаются учебным планом.

3.2.6. Сроки проведения практик устанавливаются учебным планом и календарным учебным графиком учебного процесса в соответствии с ОПОП СПО.

3.2.7. Учебная практика и практика по профилю специальности проводятся непрерывно при условии обеспечения связи между теоретическим обучением и содержанием практики.

### 3.3. Организация практик

Практики проводятся в соответствии с учебным планом.

Сроки проведения практик устанавливаются учебным планом и календарным учебным графиком учебного процесса в соответствии с ОПОП СПО. Сроки проведения практики студента могут быть перенесены на другое время в связи с отпуском по беременности, болезнью или другими причинами, подтвержденными документально.

Производственная практика проводится в организациях, деятельность которых связана с направленностью образовательной программы 42.02.01 Реклама. Прохождение практики в сторонних организациях осуществляется на основе договора о прохождении практики (**Приложение 1**), заключенного между университетом и организацией (базой практики). Договоры регистрируются в журнале регистрации договоров на практику в Учебно-методическом управлении Университета. Ежегодно, в срок до «01» ноября текущего года, факультеты, отвечающие за реализацию ОПОП СПО, предоставляют список баз практик (**Приложение 2**) в ОпРОД.

Учебная практика проводится в учебных базах практики и иных структурных подразделениях Университета либо в организациях в специально оборудованных помещениях на основе договоров между организацией, осуществляющей деятельность по образовательной программе соответствующего профиля, и Университетом.

Учебная практика проводится мастерами производственного обучения и (или) преподавателями дисциплин профессионального цикла.

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.

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.

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.

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 (**Приложение 3**).

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.

Обучающиеся, осваивающие ОПОП СПО 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.

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

Общее методическое руководство практикой по специальности 42.02.01 Реклама осуществляет кафедра рекламы и дизайна. Непосредственное руководство возлагается на руководителей практики из профессорско-преподавательского состава кафедры.

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, обучающимся по специальности 42.02.01 Реклама, при необходимости устанавливается форма прохождения практики с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

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



## 4. ПРОГРАММЫ ПРАКТИК

### 1. ПМ.01 «РАЗРАБОТКА И СОЗДАНИЕ ДИЗАЙНА РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ»

#### 1.1 Область применения программы.

Программа учебной и производственной практик является составной частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО специальности 42.02.01 Реклама Квалификация Специалист по рекламе и вида профессиональной деятельности (ВПД): «Разработка и создание дизайна рекламной продукции».

**1.2.Цели практики:учебной** - формирование у обучающихся первичных практических умений, приобретение первоначального практического опыта деятельности в рамках профессиональных модуля ПМ 01.; формирование у студентов представления о принципах разработки и создания дизайна рекламной продукции.

**Цели производственной практики:** формирование у обучающихся профессиональных компетенций в условиях работы на рекламных предприятиях.

#### 1.3. Требования к результатам учебной и производственной практик.

В результате прохождения учебной и производственной практик по ВПД обучающийся должен освоить:

	ВПД	Профессиональные компетенции
1	«Разработка и создание дизайна рекламной продукции»	1. ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей. 2. ПК 1.2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы. 3. ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты. 4. ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений. 5. ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.

#### 1.4. Формы контроля:

учебная практика – зачет

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

#### 1.5. Количество часов на освоение программы учебной и производственной практик.

Всего 180 часов (5 недель), в том числе:

Учебная практика «Практические основы разработки и создания дизайна рекламной продукции» - 72 часа;

Производственная практика – 108 часов.

### 1.2 УЧЕБНАЯ ПРАКТИКА УП 01.01 Практические основы разработки и создания дизайна рекламного продукта

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

#### 1.2. 2.Цели учебной практики:

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

**Задачи учебной практики:**

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

**1.2.3. 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.

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.

**1.2.4. Форма контроля:**

зачет.

**1.2.5. Количество часов на освоение учебной практики** в рамках освоения ПМ.01 «Разработка и создание дизайна рекламной продукции» - 2 недели; 72 часа.



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

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

Время проведения учебной практики: 4 семестр.

### **1.2.7. Разделы (этапы) практики**

День 1 Подготовительный – Организационное собрание. Ознакомление с программой практики.

День 2 Организационный – Содержательная формулировка задач для решения в ходе практики. Уточнение результатов, которые должны быть получены. Составление индивидуального плана работы обучающегося на время прохождения практики. Согласование плана с научным руководителем, его корректировка.

День 3-10 Исследовательский - Осуществление поиска идеи рекламного продукта при помощи первичных источников и материалов. Разработка композиционного решение рекламного продукта.

День 11-13 Отчетный – Написание и оформление отчета в соответствии с требованиями.

День 14 Аттестационный – Защита отчета по практике. Подведение итогов практики.

**1.2.8. 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.	- осуществление поиска различных решений при создании рекламного продукта; - разработка композиционного решения рекламного продукта; - использование методов проектирования рекламного продукта.	72	репродуктивный	концентрированно, работа на рекламном предприятии (в соответствии с приказом о направлении на практику)	Грамотное выполнение всех предусмотренных видов работ.

репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством);

продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач).

### 1.2.9. Оценка освоения компетенций по результатам прохождения 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.

**«зачтено»** ставится обучающемуся, который выполнил в срок программу практики, предоставил все необходимые документы.

**«незачтено»** 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.

**Соответствие уровней освоения компетенции планируемым результатам обучения и критериям их оценивания**

**ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей**

<b>Уровень освоения компетенции</b>	<b>Результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)</b>	<b>Критерии оценивания результатов обучения</b>
<b>Пороговый</b>	Обучающийся должен <b>уметь</b> : осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта <b>знать</b> : выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы; методы проектирования рекламного продукта; методы психологического воздействия на потребителя.	<p>Допускает единичные ошибки в определениях, нормах, методах, классификациях и основных понятиях.</p> <p>Способен применять только типичные, наиболее часто встречающиеся приемы по конкретной сформулированной задаче.</p> <p>Знает основные методы проектирования рекламного продукта.</p> <p>Способен применять теоретические знания к конкретному фактическому материалу.</p>
<b>Средний</b>		<p>Знает основные источники информации, нормативные документы, может найти основные понятия и категории по заданной тематике.</p> <p>В большинстве случаев способен выявить и применить требуемый метод/классификацию для решения поставленной задачи.</p> <p>Владеет основными методами проектирования рекламного продукта; знает выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы; методы проектирования рекламного продукта; методы психологического воздействия на потребителя.</p> <p>Затрудняется в решении сложных, неординарных проблем</p>
<b>Высокий</b>		<p>Свободно оперирует основными понятиями, терминами, нормами, методами, классификациями.</p> <p>Знает критерии эффективности решения поставленной задачи.</p> <p>Умеет выбрать эффективные приемы решения поставленной профессиональной задачи.</p> <p>Владеет основными методами по проектированию рекламного продукта и психологического воздействия на потребителя. Способен решать сложные, неординарные задачи.</p>

### 1.2.10. Отчетность о прохождении практики

1. Руководителями практики от организации и от Университета формируется аттестационный лист (**Приложение 4**), содержащий сведения об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций.

2. Руководителями практики от организации и от Университета формируется характеристика (**Приложение 5**) на обучающегося по освоению профессиональных компетенций в период прохождения практики.

3. Обучающимся составляется отчет (**Приложение 6**), который утверждается организацией.

4. Обучающийся ведет дневник в течение всего времени прохождения практики (**Приложение 7**).

## 1.3. ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ ПМ.01 «РАЗРАБОТКА И СОЗДАНИЕ ДИЗАЙНА РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ»

### 1.3.1. Область применения программы

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

### 1.3.2. 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.

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

В результате прохождения производственной практики по ВПД обучающийся должен освоить.

Код	Наименование результата обучения
ПК 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 2.	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые 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 5.	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 6.	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
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 :**

- 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.

**1.3.4. Форма контроля:**

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

**1.3.5. Количество часов на освоение производственной практики** в рамках освоения ПМ.01 «Разработка и создание дизайна рекламной продукции» - 3 недели, 108 часов.

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

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

Время проведения учебной практики: 4 семестр.

**1.3.7. Разделы (этапы) практики**

День 1 Подготовительный – установочный инструктаж по целям, задачам, срокам и требуемой отчетности, инструктаж по технике безопасности.

День 2 Организационный – формулировка задач. Уточнение результатов, которые должны быть получены. Составление индивидуального плана работы обучающегося на время прохождения практики. Согласование плана с научным руководителем, его корректировка.

День 3-18 Выполнение практических задач – Осуществление поиска идеи рекламного продукта. Разработка композиционного решение рекламного продукта (текстура, фактура, рельеф, объем как средства гармонизаций в композиции). Осуществление художественного эскизирования и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.

День 19-20 Отчетный – анализ полученных результатов. Подготовка отчета по практике: написание и оформление отчета, подготовка презентации к докладу по результатам практики.

День 21 Аттестационный – Защита отчета по практике. Подведение итогов практики.



**1.3.8. 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.	- осуществление поиска различных решений при создании рекламного продукта; - разработка композиционного решения рекламного продукта; - использование методов проектирования рекламного продукта.	10	продуктивный	концентрированно, работа на рекламном предприятии (в соответствии с приказом о направлении на практику)	Грамотное выполнение всех предусмотренных видов работ.
ПК 1.2	Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.	- владение основными принципами художественного эскизирования; - владение основными приемами композиции, шрифтовой и художественной графики в рекламе	10	продуктивный	концентрированно, работа на рекламном предприятии (в соответствии с приказом о направлении на практику)	Грамотное выполнение всех предусмотренных видов работ.
ПК 1.3	Разрабатывать авторские рекламные проекты.	- осуществление поиска различных решений при создании рекламного продукта; - умение разрабатывать композиционное решение рекламного продукта.	36	продуктивный	концентрированно, работа на рекламном предприятии(в соответствии с приказом о направлении на практику)	Грамотное выполнение всех предусмотренных видов работ.
ПК 1.4	Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.	-владение основными принципами и приемами составления рекламных текстов; - владение основными принципами оформления рекламных объявлений.	36	продуктивный	концентрированно, работа на рекламном предприятии(в соответствии с приказом о направлении на практику)	Грамотное выполнение всех предусмотренных видов работ.
ПК 1.5	Создавать визуальные образы с рекламными функциями.	- выполнение художественного конструирования рекламных продуктов по заданию; - владение методами психологического воздействия на потребителя; -	16	продуктивный	концентрированно, работа на рекламном предприятии(в соответствии с приказом о направлении на практику)	Грамотное выполнение всех предусмотренных видов работ.

репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством);

продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач).

### 1.3.9. Оценка освоения компетенций по результатам прохождения практики

Результаты оценки овладения компетенциями по каждому виду практики отражаются в аттестационных листах и характеристиках обучающихся.

Система оценки освоения общекультурных компетенций по результатам практики должна соответствовать следующим основным принципам:

- знание базовых ценностей мировой культуры и готовность опираться на них в своем личностном и общекультурном развитии;
- владение культурой мышления;
- способность к обобщению, анализу, восприятию информации;
- постановка цели и выбор путей ее достижения.

Для оценки освоения профессиональных компетенций по результатам учебной практики необходимо руководствоваться следующими уровнями оценки студента:

- уровень 1 - пороговый, соответствует академической оценке «удовлетворительно»;
- уровень 2 - средний, соответствует академической оценке «хорошо»;
- уровень 3 - высокий, соответствует академической оценке «отлично».

Пороговый уровень освоения компетенций («удовлетворительно»):

Обучающийся применяет нормы оформления документов. Способен составить письменный отчет с графической интерпретацией результатов. Выполняет виды работ в установленных рамках. В отчете не представлен глубокий анализ и обобщение результатов практики.

При проведении промежуточной аттестации студент демонстрирует ограниченные навыки видения диалога. Высказываемые положения не всегда убедительны и аргументированы.

Средний уровень освоения компетенций («хорошо»):

Обучающийся применяет нормы оформления документов. Выполняет виды работ в установленных рамках. Способен провести наблюдение, анализ и обобщение результатов и сделать выводы по результатам учебной практики. Умеет составить письменный отчет с графической интерпретацией результатов с использованием специализированных программных продуктов.

При проведении промежуточной аттестации студент демонстрирует достаточные навыки ведения диалога аргументация убедительна, уровень понимания результатов, полученных на практике, достаточно высок.

Высокий уровень освоения компетенций («отлично»):

Обучающийся применяет нормы оформления документов. Выполняет виды работ в установленных рамках. Способен провести наблюдение, анализ и обобщение результатов и сделать выводы по результатам учебной практики, предложить мероприятия по внедрению результатов практики по месту прохождения, умеет составить письменный отчет с графической интерпретацией результатов с использованием специализированных программных продуктов и презентацию в формате Power Point или другом.

Студент свободно ведет диалог, проявляет при этом инициативу и уверенность. Уровень понимания излагаемого материала свидетельствует о возможности самостоятельной работы на участке прохождения практики.

Соответствие уровней освоения компетенции планируемым результатам обучения и критериям их оценивания

ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.

<i>Уровень освоения компетенции</i>	<i>Результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)</i>	<i>Критерии оценивания результатов обучения</i>
<b>Пороговый</b>	Обучающийся должен <b>уметь:</b> осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта <b>знать:</b> выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы; методы проектирования рекламного продукта; методы психологического воздействия на потребителя.	Допускает единичные ошибки в определениях, нормах, методах, классификациях и основных понятиях.  Способен применять только типичные, наиболее часто встречающиеся приемы по конкретной сформулированной задаче.  Знает основные методы проектирования рекламного продукта.  Способен применять теоретические знания к конкретному фактическому материалу.
<b>Средний</b>		Знает основные источники информации, нормативные документы, может найти основные понятия и категории по заданной тематике. В большинстве случаев способен выявить и применить требуемый метод/классификацию для решения поставленной задачи.  Владеет основными методами проектирования рекламного продукта; знает выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы; методы проектирования рекламного продукта; методы психологического воздействия на потребителя.  Затрудняется в решении сложных, неординарных проблем
<b>Высокий</b>		Свободно оперирует основными понятиями, терминами, нормами, методами, классификациями.  Знает критерии эффективности решения поставленной задачи.  Умеет выбрать эффективные приемы решения поставленной профессиональной задачи.  Владеет основными методами по проектированию рекламного продукта и психологического воздействия на потребителя. Способен решать сложные, неординарные задачи.

**ПК 1.2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы**

<i>Уровень освоения компетенции</i>	<i>Результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)</i>	<i>Критерии оценивания результатов обучения</i>
<b>Пороговый</b>	Обучающийся должен <b>уметь:</b> осуществлять поиск различных решений при художественном эскизировании и выборе оптимальных изобразительных средств рекламы <b>знать:</b> выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы; композицию, шрифтовую и художественные графики в рекламе.	Допускает единичные ошибки в определениях, нормах, методах, классификациях и основных понятиях.  Способен применять только типичные, наиболее часто встречающиеся приемы по конкретной сформулированной задаче. Знает основные приемы художественного эскизирования.  Способен применять теоретические знания к конкретному фактическому материалу.
<b>Средний</b>		Владеет основными методами художественного эскизирования; знает выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы; методы проектирования рекламного продукта.  Затрудняется в решении сложных, неординарных проблем
<b>Высокий</b>		Свободно оперирует основными понятиями, терминами, нормами, методами, классификациями. Умеет выбрать эффективные приемы решения поставленной профессиональной задачи. Владеет основными методами по художественно-изобразительному эскизированию. Способен решать сложные, неординарные задачи.

**ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты**

<b>Уровень освоения компетенции</b>	<b>Результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)</b>	<b>Критерии оценивания результатов обучения</b>
<b>Пороговый</b>	Обучающийся должен <b>уметь:</b> осуществлять разработку технического задания, эскизного проекта, технической документации. <b>знать:</b> поэтапную специфику разработки авторского рекламного проекта; правила составления технической документации для реализации авторского проекта	Допускает единичные ошибки в определениях, нормах, методах, классификациях и основных понятиях.  Способен применять только типичные, наиболее часто встречающиеся приемы по конкретной сформулированной задаче. Знает основные этапы реализации рекламного авторского проекта.
<b>Средний</b>		Владеет на хорошем уровне основными методами реализации авторского рекламного продукта. Затрудняется в решении сложных, неординарных проблем
<b>Высокий</b>		Свободно оперирует основными понятиями, терминами, нормами, методами, классификациями. Умеет выбрать эффективные приемы решения поставленной профессиональной задачи. Отлично владеет основными методами реализации авторского рекламного продукта. Способен решать сложные, неординарные задачи.



**ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений**

<b>Уровень освоения компетенции</b>	<b>Результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)</b>	<b>Критерии оценивания результатов обучения</b>
<b>Пороговый</b>	Обучающийся должен <b>уметь:</b> создавать рекламные тексты в соответствии с правилами копирайтинга. <b>знать:</b> основные правила и приемы составления рекламных текстов	Допускает единичные ошибки в определениях, правилах, основных понятиях.  Способен применять только типичные, наиболее часто встречающиеся приемы.
<b>Средний</b>		Владеет на хорошем уровне основными приемами создания рекламных текстов. Затрудняется в решении сложных, неординарных проблем
<b>Высокий</b>		Свободно оперирует основными понятиями, терминами, методами. Умеет выбрать эффективные приемы решения поставленной профессиональной задачи. Отлично владеет приемами по копирайтингу. Способен решать сложные, неординарные задачи.

**ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями**

<i>Уровень освоения компетенции</i>	<i>Результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)</i>	<i>Критерии оценивания результатов обучения</i>
<b>Пороговый</b>	Обучающийся должен <b>уметь:</b> осуществлять разработку визуальных образов с учетом рекламной стратегии. <b>знать:</b> психологические аспекты рекламы; приемы создания рекламных визуальных образов.	Допускает единичные ошибки в определениях, нормах, методах, классификациях и основных понятиях.  Способен применять только типичные, наиболее часто встречающиеся приемы по конкретной сформулированной задаче.
<b>Средний</b>		Владеет на хорошем уровне основными приемами по созданию визуальных образов в рекламе. Затрудняется в решении сложных, неординарных проблем
<b>Высокий</b>		Свободно оперирует основными понятиями, терминами, нормами, методами, классификациями. Умеет выбрать эффективные приемы решения поставленной профессиональной задачи. Отлично владеет приемами по созданию визуальных образов в рекламе. Способен решать сложные, неординарных задачи.

### 1.3.10. Отчетность о прохождении практики

- 1.Руководителями практики от организации и от Университета формируется аттестационный лист (**Приложение 4**), содержащий сведения об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций.
- 2.Руководителями практики от организации и от Университета формируется характеристика (**Приложение 5**) на обучающегося по освоению профессиональных компетенций в период прохождения практики.
- 3.Обучающимся составляется отчет (**Приложение 6**), который утверждается организацией.
- 4.Обучающийся ведет дневник в течение всего времени прохождения практики (**Приложение 7**).
- 5.Обучающийся прикладывает творческое досье (Приложение 8 )

### 1.3.11. Список учебных пособий и методических рекомендаций:

- 1.Программа практики по профилю специальности. Учебно-методическое пособие для студентов СПО факультета журналистики, ВГУ; сост. : С.И. Окс, Е.В. Маслова // Воронеж: 2016. - 60 с.
2. Рекламный креатив: технологии разработки : учебное пособие / Л.С. Щукина ; [Воронеж. гос. ун-т, Фак. журналистики] .— Воронеж : Факультет журналистики ВГУ, 2013 .— 188, [1] с. : табл.  
URL:<http://www.lib.vsu.ru/elib/texts/method/vsu/m13-245.pdf>.
- 3.Тулупов В. В. Изобразительная журналистика в газете [Электронный ресурс] : [учебное пособие для студ., обучающихся по специальности и направлению "Журналистики"] / В.В. Тулупов .— Электрон. текстовые дан. — Воронеж : Факультет журналистики ВГУ, 2012 .

## 2 ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ И ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИК ПМ.02 «ПРОИЗВОДСТВО РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ»

### 2.1. Область применения программы.

Программа учебной и производственной практик является составной частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОССПО специальности 42.02.01 Реклама, квалификация «Специалист по рекламе» и вида профессиональной деятельности (ВПД): «Производство рекламной продукции».

**1.2. Цели учебной практики:** формирование у обучающихся первичных практических умений, приобретение первоначального практического опыта деятельности в рамках профессиональных модуля ПМ 02.; формирование у студентов представления о принципах производства рекламной продукции.

**Цели производственной практики:** формирование у обучающихся профессиональных компетенций в условиях работы на рекламных предприятиях.

### 1.3. Требования к результатам учебной и производственной практик.

В результате прохождения учебной и производственной практик по ВПД обучающийся должен освоить:

	ВПД	Профессиональные компетенции
1	«Производство рекламной продукции»	1. ПК 2.1. Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы. 2. ПК 2.2. Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии. 3. ПК 2.3. Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.

**1.4. Формы контроля:**

учебная практика – зачет

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

**1.5. Количество часов на освоение программы учебной и производственной практик.**

Всего 180 часов (5 недель), в том числе:

Учебная практика «Практические основы производства рекламной продукции» - 72 часа;

Производственная практика – 108 часов.

## 2. УЧЕБНАЯ ПРАКТИКА ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ ПМ.02 «ПРОИЗВОДСТВО РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ»

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

### 2.2. 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.

### 2.3. 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.

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.

#### **2.4. Форма контроля:**

зачет.

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

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

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

Время проведения учебной практики: 6 семестр.

#### **4.3.7. Разделы (этапы) практики**

День 1 -5 Подготовительный – установочный инструктаж по целям, задачам, срокам и требуемой отчетности, инструктаж по технике безопасности.

День 6-14 Организационный – формулировка задач. Уточнение результатов, которые должны быть получены. Составление индивидуального плана работы обучающегося на время прохождения практики. Согласование плана с научным руководителем, его корректировка.



**2.7. 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.	Осуществление фотосъемки для производства рекламного продукта; использование техники и технических средств фотосъемки в рекламе; использование технических и программных средств для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации	72	репродуктивный	концентрированно, работа на рекламном предприятии	Верное и грамотное выполнение всех предусмотренных видов работ.

репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством);

продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач).

## 2.8 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.

«**зачтено**» ставится обучающемуся, который выполнил в срок программу практики, предоставил все необходимые документы.

«**незачтено**» 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.

## 2.9 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;

## 3. ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ ПМ.02 «ПРОИЗВОДСТВО РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ»

### 3.1. 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; технологию 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.

**4.3.7. Разделы (этапы) практики**

День 1 Организационный – формулировка задач. Составление окончательного индивидуального плана работы обучающегося на время прохождения практики. Согласование плана с научным руководителем, его корректировка.

День 2-18 Выполнение практических задач – производства рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков.

День 19-20 Отчетный – анализ полученных результатов. Подготовка отчета по практике: написание и оформление отчета, подготовка презентации к докладу по результатам практики.

День 21 Аттестационный – Защита отчета по практике. Подведение итогов практики.

### 3.7. 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.	Осуществление фотосъемки для производства рекламного продукта; использование техники и технических средств фотосъемки в рекламе; использование технических и программных средств для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации	36	репродуктивный	концентрированно, работа на рекламном предприятии	Верное и грамотное выполнение всех предусмотренных видов работ.
ПК 2.2	Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.	использование профессиональных пакетов программного обеспечения для создания макетов; создание сценария с учетом аспектов психологического воздействия; разработка сценария для съемок и монтажа рекламы	36	репродуктивный	концентрированно, работа на рекламном предприятии	Верное и грамотное выполнение всех предусмотренных видов работ.
ПК 2.3	Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.	использование технических и программных средств для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации; осуществление аппаратного и программного обеспечения	36	продуктивный	концентрированно, работа на рекламном предприятии	Верное и грамотное выполнение всех предусмотренных видов работ.

репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством);

продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач).

#### **4.3.9. Оценка освоения компетенций по результатам прохождения практики**

Результаты оценки овладения компетенциями по каждому виду практики отражаются в аттестационных листах и характеристиках обучающихся.

Система оценки освоения **общекультурных компетенций** по результатам практики должна соответствовать следующим основным принципам:

- знание базовых ценностей мировой культуры и готовность опираться на них в своем личностном и общекультурном развитии;
- владение культурой мышления;
- способность к обобщению, анализу, восприятию информации;
- постановка цели и выбор путей ее достижения.

Для оценки освоения **профессиональных компетенций** по результатам учебной практики необходимо руководствоваться следующими уровнями оценки студента:

- уровень 1 - пороговый, соответствует академической оценке «удовлетворительно»;
- уровень 2 - средний, соответствует академической оценке «хорошо»;
- уровень 3 - высокий, соответствует академической оценке «отлично».

##### Пороговый уровень освоения компетенций («удовлетворительно»):

Обучающийся применяет нормы оформления документов. Способен составить письменный отчет с графической интерпретацией результатов. Выполняет виды работ в установленных рамках. В отчете не представлен глубокий анализ и обобщение результатов практики.

При проведении промежуточной аттестации студент демонстрирует ограниченные навыки видения диалога. Высказываемые положения не всегда убедительны и аргументированы.

##### Средний уровень освоения компетенций («хорошо»):

Обучающийся применяет нормы оформления документов. Выполняет виды работ в установленных рамках. Способен провести наблюдение, анализ и обобщение результатов и сделать выводы по результатам учебной практики. Умеет составить письменный отчет с графической интерпретацией результатов с использованием специализированных программных продуктов.

При проведении промежуточной аттестации студент демонстрирует достаточные навыки ведения диалога аргументация убедительна, уровень понимания результатов, полученных на практике, достаточно высок.

Высокий уровень освоения компетенций («отлично»):

Обучающийся применяет нормы оформления документов. Выполняет виды работ в установленных рамках. Способен провести наблюдение, анализ и обобщение результатов и сделать выводы по результатам учебной практики, предложить мероприятия по внедрению результатов практики по месту прохождения, умеет составить письменный отчет с графической интерпретацией результатов с использованием специализированных программных продуктов и презентацию в формате PowerPoint или другом.

Студент свободно ведет диалог, проявляет при этом инициативу и уверенность. Уровень понимания излагаемого материала свидетельствует о возможности самостоятельной работы на участке прохождения практики.

## Соответствие уровней освоения компетенции планируемым результатам обучения и критериям их оценивания

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

<b>Уровень освоения компетенции</b>	<b>Результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)</b>	<b>Критерии оценивания результатов обучения</b>
<b>Пороговый</b>	Обучающийся должен <b>уметь:</b> осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта <b>знать:</b> выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы; методы проектирования рекламного продукта; методы психологического воздействия на потребителя.	Допускает единичные ошибки в определениях, нормах, методах, классификациях и основных понятиях. Способен применять только типичные, наиболее часто встречающиеся приемы по конкретной сформулированной задаче. Знает основные методы проектирования рекламного продукта. Способен применять теоретические знания к конкретному фактическому материалу.
<b>Средний</b>		Знает основные источники информации, нормативные документы, может найти основные понятия и категории по заданной тематике. В большинстве случаев способен выявить и применить требуемый метод/классификацию для решения поставленной задачи. Владеет основными методами проектирования рекламного продукта; знает выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы; методы проектирования рекламного продукта; методы психологического воздействия на потребителя. Затрудняется в решении сложных, неординарных проблем
<b>Высокий</b>		Свободно оперирует основными понятиями, терминами, нормами, методами, классификациями. Знает критерии эффективности решения поставленной задачи. Умеет выбрать эффективные приемы решения поставленной профессиональной задачи. Владеет основными методами по проектированию рекламного продукта и психологического воздействия на потребителя. Способен решать сложные, неординарные задачи.



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

<b>Уровень освоения компетенции</b>	<b>Результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)</b>	<b>Критерии оценивания результатов обучения</b>
<b>Пороговый</b>	Обучающийся должен <b>уметь:</b> разрабатывать сценарии для съемок и монтажа <b>знать:</b> технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации	Допускает единичные ошибки в определениях, нормах, методах, классификациях и основных понятиях. Способен применять только типичные, наиболее часто встречающиеся приемы по конкретной сформулированной задаче. Знает основные методы проектирования рекламного продукта. Способен применять теоретические знания к конкретному фактическому материалу.
<b>Средний</b>		Знает основные источники информации, нормативные документы, может найти основные понятия и категории по заданной тематике. В большинстве случаев способен выявить и применить требуемый метод/классификацию для решения поставленной задачи. Владеет основными методами проектирования рекламного продукта; знает выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы; методы проектирования рекламного продукта; методы психологического воздействия на потребителя. Затрудняется в решении сложных, неординарных проблем
<b>Высокий</b>		Свободно оперирует основными понятиями, терминами, нормами, методами, классификациями. Знает критерии эффективности решения поставленной задачи. Умеет выбрать эффективные приемы решения поставленной профессиональной задачи. Владеет основными методами по проектированию рекламного продукта и психологического воздействия на потребителя. Способен решать сложные, неординарные задачи.

## ПК 2.3. Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале

<i>Уровень освоения компетенции</i>	<i>Результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)</i>	<i>Критерии оценивания результатов обучения</i>
<b>Пороговый</b>	Обучающийся должен <b>уметь:</b> осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта <b>знать:</b> выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы; методы проектирования рекламного продукта; методы психологического воздействия на потребителя.	Допускает единичные ошибки в определениях, нормах, методах, классификациях и основных понятиях. Способен применять только типичные, наиболее часто встречающиеся приемы по конкретной сформулированной задаче. Знает основные методы проектирования рекламного продукта. Способен применять теоретические знания к конкретному фактическому материалу.
<b>Средний</b>		Знает основные источники информации, нормативные документы, может найти основные понятия и категории по заданной тематике. В большинстве случаев способен выявить и применить требуемый метод/классификацию для решения поставленной задачи. Владеет основными методами проектирования рекламного продукта; знает выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы; методы проектирования рекламного продукта; методы психологического воздействия на потребителя. Затрудняется в решении сложных, неординарных проблем
<b>Высокий</b>		Свободно оперирует основными понятиями, терминами, нормами, методами, классификациями. Знает критерии эффективности решения поставленной задачи. Умеет выбрать эффективные приемы решения поставленной профессиональной задачи. Владеет основными методами по проектированию рекламного продукта и психологического воздействия на потребителя. Способен решать сложные, неординарные задачи.

#### 4.2.10. Отчетность о прохождении практики

- 1.Руководителями практики от организации и от Университета формируется аттестационный лист (**Приложение 4**), содержащий сведения об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций.
- 2.Руководителями практики от организации и от Университета формируется характеристика (**Приложение 5**) на обучающегося по освоению профессиональных компетенций в период прохождения практики.
- 3.Обучающимся составляется отчет (**Приложение 6**), который утверждается организацией.
- 4.Обучающийся ведет дневник в течение всего времени прохождения практики (**Приложение 7**).
5. Обучающийся должен предоставить творческое досье (Приложение 8)

#### 4.3.11. Список учебных пособий и методических рекомендаций:

- 1.Программа практики по профилю специальности. Учебно-методическое пособие для студентов СПО факультета журналистики, ВГУ; сост. : С.И. Окс, Е.В. Маслова // Воронеж: 2016. - 60 с.
2. Рекламный креатив: технологии разработки : учебное пособие / Л.С. Щукина ; [Воронеж. гос. ун-т, Фак. журналистики] .— Воронеж : Факультет журналистики ВГУ, 2013 .— 188, [1] с. : табл.  
URL:<http://www.lib.vsu.ru/elib/texts/method/vsu/m13-245.pdf>.
- 3.Тулупов В. В. Изобразительная журналистика в газете [Электронный ресурс] : [учебное пособие для студ., обучающихся по специальности и направлению "Журналистики"] / В.В. Тулупов .— Электрон. текстовые дан. — Воронеж : Факультет журналистики ВГУ, 2012 .

### 3. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ПМ.03 «МАРКЕТИНГОВОЕ И ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РЕАЛИЗАЦИИ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА»

#### 1.1. Область применения программы.

Программа учебной и производственной практик является составной частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО специальности 42.02.01 Реклама Квалификация Специалист по рекламе и вида профессиональной деятельности (ВПД): «Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта».

1.2. **Цели производственной практики:** формирование у обучающихся общих и профессиональных компетенций, приобретение практического опыта в рамках модуля ПМ.03.

1.3. Требования к результатам производственной практики.

В результате прохождения производственной практики по ВПД обучающийся должен освоить:

	ВПД	Профессиональные компетенции
1	«Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта»	ПК 3.1. Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка. ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.

**1.4. Формы контроля:**

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

**1.5. Количество часов на освоение программы учебной и производственной практик.**

Всего 144 часа (4 недели), в том числе:

**3. ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ  
МОДУЛЮ ПМ.03. «МАРКЕТИНГОВОЕ И ПРАВОВОЕ  
ОБЕСПЕЧЕНИЕ РЕАЛИЗАЦИИ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА»**

**3.1. Область применения программы**

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

**3.2. 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.

**3.3. 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.

**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.03 «Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта» - 144 часа.

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

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

Время проведения учебной практики: 8 семестр.

**4.3.7. Разделы (этапы) практики**

День 1 Подготовительный – установочный инструктаж по целям, задачам, срокам и требуемой отчетности, инструктаж по технике безопасности.

День 2 Организационный – формулировка задач. Уточнение результатов, которые должны быть получены. Составление индивидуального плана работы обучающегося на время прохождения практики. Согласование плана с научным руководителем, его корректировка.

День 3-25 Выполнение практических задач – выявления требований целевых групп потребителей; разработки средств продвижения рекламного продукта; разработки маркетинговой части бизнес-плана

День 25-27 Отчетный – анализ полученных результатов. Подготовка отчета по практике: написание и оформление отчета, подготовка презентации к докладу по результатам практики.

День 28 Аттестационный – Защита отчета по практике. Подведение итогов практики.

**3.7. 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.	-проведение социологических исследований; - составление программ соц.исследований.	72	репродуктивный	концентрированно, работа на рекламном предприятии	грамотное выполнение всех предусмотренных видов работ.
ПК 3.2	Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.	- составление медиа-плана; - проведение сегментирования рынка.	72	продуктивный	концентрированно, работа на рекламном предприятии	

репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством);

продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач).

### 3.8. Критерии оценки практики

#### 4.2.9. Оценка освоения компетенций по результатам прохождения практики

Результаты оценки овладения компетенциями по каждому виду практики отражаются в аттестационных листах и характеристиках обучающихся.

Система оценки освоения **общекультурных компетенций** по результатам практики должна соответствовать следующим основным принципам:

- знание базовых ценностей мировой культуры и готовность опираться на них в своем личностном и общекультурном развитии;
- владение культурой мышления;
- способность к обобщению, анализу, восприятию информации;
- постановка цели и выбор путей ее достижения.

Для оценки освоения **профессиональных компетенций** по результатам учебной практики необходимо руководствоваться следующими уровнями оценки студента:

- уровень 1 - пороговый, соответствует академической оценке «удовлетворительно»;
- уровень 2 - средний, соответствует академической оценке «хорошо»;
- уровень 3 - высокий, соответствует академической оценке «отлично».

#### Пороговый уровень освоения компетенций («удовлетворительно»):

Обучающийся применяет нормы оформления документов. Способен составить письменный отчет с графической интерпретацией результатов. Выполняет виды работ в установленных рамках. В отчете не представлен глубокий анализ и обобщение результатов практики.

При проведении промежуточной аттестации студент демонстрирует ограниченные навыки видения диалога. Высказываемые положения не всегда убедительны и аргументированы.

#### Средний уровень освоения компетенций («хорошо»):

Обучающийся применяет нормы оформления документов. Выполняет виды работ в установленных рамках. Способен провести наблюдение, анализ и обобщение результатов и сделать выводы по результатам учебной практики.

Умеет составить письменный отчет с графической интерпретацией результатов с использованием специализированных программных продуктов.

При проведении промежуточной аттестации студент демонстрирует достаточные навыки ведения диалога аргументация убедительна, уровень понимания результатов, полученных на практике, достаточно высок.

Высокий уровень освоения компетенций («отлично»):

Обучающийся применяет нормы оформления документов. Выполняет виды работ в установленных рамках. Способен провести наблюдение, анализ и обобщение результатов и сделать выводы по результатам учебной практики, предложить мероприятия по внедрению результатов практики по месту прохождения, умеет составить письменный отчет с графической интерпретацией результатов с использованием специализированных программных продуктов и презентацию в формате PowerPoint или другом.

Студент свободно ведет диалог, проявляет при этом инициативу и уверенность. Уровень понимания излагаемого материала свидетельствует о возможности самостоятельной работы на участке прохождения практики.



**Соответствие уровней освоения компетенции планируемым результатам обучения и критериям их оценивания**

**ПК 3.1. Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка**

<i>Уровень освоения компетенции</i>	<i>Результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)</i>	<i>Критерии оценивания результатов обучения</i>
<b>Пороговый</b>	Обучающийся должен <b>уметь</b> : проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей; анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп; проводить сегментирование рынка; <b>знать</b> : виды рекламной деятельности; структуру рекламного рынка.	Допускает единичные ошибки в определениях, нормах, методах, классификациях и основных понятиях.  Способен применять только типичные, наиболее часто встречающиеся приемы по конкретной сформулированной задаче. Владет основными приемами сегментирования рынка.
<b>Средний</b>		Владеет на хорошем уровне основными приемами по сегментированию рынка. Грамотно проводит анализ покупательских предпочтений на основе сегментирования рынка.  Затрудняется в решении сложных, неординарных проблем
<b>Высокий</b>		Свободно оперирует основными понятиями, терминами, нормами, методами, классификациями. Умеет выбрать эффективные приемы решения поставленной профессиональной задачи. Отлично владеет приемами по сегментированию рынка. Грамотно выявляет предпочтения целевых аудиторий. Способен решать сложные, неординарных задачи.

**ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта**

<b>Уровень освоения компетенции</b>	<b>Результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)</b>	<b>Критерии оценивания результатов обучения</b>
<b>Пороговый</b>	Обучающийся должен <b>уметь:</b> - проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей; - принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта. <b>знать:</b> психологические аспекты рекламы; задачи, цели и общие требования к рекламе; основные направления рекламной деятельности;	Допускает единичные ошибки в определениях, нормах, методах, классификациях и основных понятиях.  Способен применять только типичные, наиболее часто встречающиеся приемы по конкретной сформулированной задаче.
<b>Средний</b>		Владеет на хорошем уровне основными приемами по медиапланированию, по разработке методов продвижения рекламы.  Затрудняется в решении сложных, неординарных проблем
<b>Высокий</b>		Свободно оперирует основными понятиями, терминами, нормами, методами, классификациями. Умеет выбрать эффективные приемы решения поставленной профессиональной задачи. Отлично владеет приемами по медиапланированию, по разработке методов продвижения рекламы Способен решать сложные, неординарные задачи.

#### 4.3.10. Отчетность о прохождении практики

- 1.Руководителями практики от организации и от Университета формируется аттестационный лист (**Приложение 4**), содержащий сведения об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций.
- 2.Руководителями практики от организации и от Университета формируется характеристика (**Приложение 5**) на обучающегося по освоению профессиональных компетенций в период прохождения практики.
- 3.Обучающимся составляется отчет (**Приложение 6**), который утверждается организацией.
- 4.Обучающийся ведет дневник в течение всего времени прохождения практики (**Приложение 7**).
- 5.Обучающийся прикладывает творческое досье (Приложение 8 )

#### 4.3.11. Список учебных пособий и методических рекомендаций:

- 1.Программа практики по профилю специальности. Учебно-методическое пособие для студентов СПО факультета журналистики, ВГУ; сост. : С.И. Окс, Е.В. Маслова // Воронеж: 2016. - 60 с.
2. Рекламный креатив: технологии разработки : учебное пособие / Л.С. Щукина ; [Воронеж. гос. ун-т, Фак. журналистики] .— Воронеж : Факультет журналистики ВГУ, 2013 .— 188, [1] с. : табл.  
URL:<http://www.lib.vsu.ru/elib/texts/method/vsu/m13-245.pdf>.
- 3.Тулупов В. В. Изобразительная журналистика в газете [Электронный ресурс] : [учебное пособие для студ., обучающихся по специальности и направлению "Журналистика"] / В.В. Тулупов .— Электрон. текстовые дан. — Воронеж : Факультет журналистики ВГУ, 2012 .

### 1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ И ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИК ПМ.04 «ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССОМ ИЗГОТОВЛЕНИЯ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА»

#### 1.1. Область применения программы.

Программа учебной и производственной практик является составной частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО специальности 42.02.01 Реклама Квалификация Специалист по рекламе и вида профессиональной деятельности (ВПД): «Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта».

**1.2. Цели учебной практики:** формирование у обучающихся первичных практических умений, приобретение первоначального практического опыта деятельности в рамках профессиональных модуля ПМ 04.; формирование у студентов представления о принципах организации и управления процессом изготовления рекламного продукта.

**Цели производственной практики:** формирование у обучающихся профессиональных компетенций в условиях работы на рекламных предприятиях.

**1.3. Требования к результатам учебной и производственной практик.**

В результате прохождения учебной и производственной практик по ВПД обучающийся должен освоить:

	ВПД	Профессиональные компетенции
1	«Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта»	1.ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей. 2.ПК 4.2. Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее. 3.ПК 4.3. Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.

#### 1.4. Формы контроля:

учебная практика – зачет

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

#### 1.5. Количество часов на освоение программы учебной и производственной практик.

Всего 180 часов (5 недель), в том числе:

Учебная практика - 72 часа;

Производственная практика – 108 часов.

## 2. УЧЕБНАЯ ПРАКТИКА ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ ПМ. 04. «ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССОМ ИЗГОТОВЛЕНИЯ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА»

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

#### 2.2. 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.

#### 2.3. 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:

Код	Наименование профессиональной компетенции
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 личного 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 личного 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:

*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.

#### **2.4. Форма контроля:**

зачет.

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

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

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

Время проведения учебной практики: 8 семестр.

#### **4.3.7. Разделы (этапы) практики**

День 1 -5 Подготовительный – установочный инструктаж по целям, задачам, срокам и требуемой отчетности, инструктаж по технике безопасности.

День 6-14 Организационный – формулировка задач. Уточнение результатов, которые должны быть получены. Составление индивидуального плана работы обучающегося на время прохождения практики. Согласование плана с научным руководителем, его корректировка.

**2.7. 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; - составление личного плана работы специалиста по рекламе на основе тайм-менеджмента	72	продуктивный	концентрированно	грамотное выполнение всех предусмотренных видов работ.

репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством);

продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач).

## 2.8. Критерии оценки практики

### 4.2.9. Оценка освоения компетенций по результатам прохождения 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.

**«зачтено»** ставится обучающемуся, который выполнил в срок программу практики, предоставил все необходимые документы.

**«незачтено»** 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.

## 3. ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ ПМ. 04. «ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССОМ ИЗГОТОВЛЕНИЯ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА»

### 3.1. Область применения программы

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

### 3.2. 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.

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

В результате прохождения производственной практики по ВПД обучающийся должен освоить.

Код	Наименование результата обучения
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 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:*

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.

#### **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.04 «Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта» - 108 часов.

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

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

Время проведения учебной практики: 8 семестр.

#### 4.3.7. Разделы (этапы) практики

День 1 Организационный – формулировка задач. Уточнение результатов, которые должны быть получены. Составление окончательного индивидуального плана работы обучающегося на время прохождения практики. Согласование плана с научным руководителем, его корректировка.

День 2-18 Выполнение практических задач – планирование, разработка и техническое исполнения рекламного проекта; контролирования соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя; взаимодействие с субъектами рекламной деятельности; подготовка документации для регистрации авторских прав;

День 19-20 Отчетный – анализ полученных результатов. Подготовка отчета по практике: написание и оформление отчета, подготовка презентации к докладу по результатам практики.

День 21 Аттестационный – Защита отчета по практике. Подведение итогов практики.

### 3.7. Содержание производственной практики

Код ПК	Производственная практика					
	Наименование ПК	Виды работ, обеспечивающие формирование ПК	Объем часов	Уровень освоения	Формат практики (распределенно, концентрированно), базы практики	Показатели освоения ПК
ПК 4.1.	Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.	-умение планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.	6	продуктивный	концентрированно, работа на рекламном предприятии	грамотное выполнение всех предусмотренных видов работ
ПК 4.2	Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.	- согласование рекламной продукции , корректировка и устранение недостатков.	36	продуктивный	концентрированно, работа на рекламном предприятии	
ПК 4.3	Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.	-составление договора авторского права; - сбор и оформление документов для регистрации авторского права; - подготовка и оформлении документации для регистрации авторских прав.	66	продуктивный	концентрированно, работа на рекламном предприятии	

репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством);

продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач).

### 3.8. Критерии оценки практики

#### 4.2.9. Оценка освоения компетенций по результатам прохождения практики

Результаты оценки овладения компетенциями по каждому виду практики отражаются в аттестационных листах и характеристиках обучающихся.

Система оценки освоения **общекультурных компетенций** по результатам практики должна соответствовать следующим основным принципам:

- знание базовых ценностей мировой культуры и готовность опираться на них в своем личностном и общекультурном развитии;
- владение культурой мышления;
- способность к обобщению, анализу, восприятию информации;
- постановка цели и выбор путей ее достижения.

Для оценки освоения **профессиональных компетенций** по результатам учебной практики необходимо руководствоваться следующими уровнями оценки студента:

- уровень 1 - пороговый, соответствует академической оценке «удовлетворительно»;
- уровень 2 - средний, соответствует академической оценке «хорошо»;
- уровень 3 - высокий, соответствует академической оценке «отлично».

#### Пороговый уровень освоения компетенций («удовлетворительно»):

Обучающийся применяет нормы оформления документов. Способен составить письменный отчет с графической интерпретацией результатов. Выполняет виды работ в установленных рамках. В отчете не представлен глубокий анализ и обобщение результатов практики.

При проведении промежуточной аттестации студент демонстрирует ограниченные навыки видения диалога. Высказываемые положения не всегда убедительны и аргументированы.

#### Средний уровень освоения компетенций («хорошо»):

Обучающийся применяет нормы оформления документов. Выполняет виды работ в установленных рамках. Способен провести наблюдение, анализ и обобщение результатов и сделать выводы по результатам учебной практики. Умеет составить письменный отчет с графической интерпретацией результатов с использованием специализированных программных продуктов.

При проведении промежуточной аттестации студент демонстрирует достаточные навыки ведения диалога аргументация убедительна, уровень понимания результатов, полученных на практике, достаточно высок.

Высокий уровень освоения компетенций («отлично»):

Обучающийся применяет нормы оформления документов. Выполняет виды работ в установленных рамках. Способен провести наблюдение, анализ и обобщение результатов и сделать выводы по результатам учебной практики, предложить мероприятия по внедрению результатов практики по месту прохождения, умеет составить письменный отчет с графической интерпретацией результатов с использованием специализированных программных продуктов и презентацию в формате PowerPoint или другом.

Студент свободно ведет диалог, проявляет при этом инициативу и уверенность. Уровень понимания излагаемого материала свидетельствует о возможности самостоятельной работы на участке прохождения практики.

## Соответствие уровней освоения компетенции планируемым результатам обучения и критериям их оценивания

## ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей

<i>Уровень освоения компетенции</i>	<i>Результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)</i>	<i>Критерии оценивания результатов обучения</i>
<i>Пороговый</i>	Обучающийся должен <b>уметь</b> : составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта совместно с коллективом исполнителей. <b>знать</b> : классификацию целей менеджмента; особенность работы на рекламном предприятии.	Допускает единичные ошибки в определениях, нормах, правилах.
<i>Средний</i>		Владеет на хорошем уровне основными определениями, нормами, правилами работы в на рекламном предприятии.  Затрудняется в решении сложных, неординарных проблем
<i>Высокий</i>		Свободно оперирует основными понятиями, терминами, нормами, , классификациями. Умеет выбрать эффективные приемы решения поставленной профессиональной задачи. Способен решать сложные, неординарных задачи.

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

<i>Уровень освоения компетенции</i>	<i>Результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)</i>	<i>Критерии оценивания результатов обучения</i>
<b>Пороговый</b>	Обучающийся должен <b>уметь</b> : составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта. <b>знать</b> : задачи, цели и общие требования к рекламе; аспекты планирования рекламы;	Допускает единичные ошибки в определениях, нормах, методах, классификациях и основных понятиях.  Способен применять только типичные, наиболее часто встречающиеся приемы по конкретной сформулированной задаче.
<b>Средний</b>		Владеет на хорошем уровне основными приемами посозданию рекламной продукции. Грамотно проводит оценку на соответствие продукта рекламной идеи. Затрудняется в решении сложных, неординарных проблем
<b>Высокий</b>		Свободно оперирует основными понятиями, терминами, нормами, методами, классификациями. Умеет выбрать эффективные приемы решения поставленной профессиональной задачи. Отлично владеет приемами по медиапланированию, по созданию рекламной продукции. Грамотно проводит оценку на соответствие продукта рекламной идеи.  Способен решать сложные, неординарных задачи.

**ПК 4.3. Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт**

<i>Уровень освоения компетенции</i>	<i>Результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)</i>	<i>Критерии оценивания результатов обучения</i>
<b>Пороговый</b>	Обучающийся должен <b>уметь:</b> оформлять документацию для регистрации авторского права на рекламный продукт. проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком <b>знать:</b> основные федеральные законы и иные нормативные правовые акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации; аспекты планирования рекламы; правила составления договора	Допускает единичные ошибки в определениях, нормах, методах, классификациях и основных понятиях.  Способен составить договор для регистрации авторских прав на рекламную продукцию.
<b>Средний</b>		Хорошо знает основные федеральные законы и иные нормативные правовые акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации. Грамотно составляет договоры. Затрудняется в решении сложных, неординарных проблем
<b>Высокий</b>		Свободно оперирует основными понятиями, терминами, нормами, методами, классификациями. Отлично знает основные федеральные законы и иные нормативные правовые акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации. Грамотно составляет договоры.  Способен решать сложные, неординарные задачи.



#### 4.3.10. Отчетность о прохождении практики

- 1.Руководителями практики от организации и от Университета формируется аттестационный лист (**Приложение 4**), содержащий сведения об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций.
- 2.Руководителями практики от организации и от Университета формируется характеристика (**Приложение 5**) на обучающегося по освоению профессиональных компетенций в период прохождения практики.
- 3.Обучающимся составляется отчет (**Приложение 6**), который утверждается организацией.
- 4.Обучающийся ведет дневник в течение всего времени прохождения практики (**Приложение 7**).
- 5.Обучающийся прикладывает творческое досье (Приложение 8 )

#### 4.3.11. Список учебных пособий и методических рекомендаций:

- 1.Программа практики по профилю специальности. Учебно-методическое пособие для студентов СПО факультета журналистики, ВГУ; сост. : С.И. Окс, Е.В. Маслова // Воронеж: 2016. - 60 с.
2. Рекламный креатив: технологии разработки : учебное пособие / Л.С. Щукина ; [Воронеж. гос. ун-т, Фак. журналистики] .— Воронеж : Факультет журналистики ВГУ, 2013 .— 188, [1] с. : табл.  
URL:<http://www.lib.vsu.ru/elib/texts/method/vsu/m13-245.pdf>.
- 3.Тулупов В. В. Изобразительная журналистика в газете [Электронный ресурс] : [учебное пособие для студ., обучающихся по специальности и направлению "Журналистики"] / В.В. Тулупов .— Электрон. текстовые дан. — Воронеж : Факультет журналистики ВГУ, 2012 .

### 5. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ПМ.05«ВЫПОЛНЕНИЕ РАБОТ ПО ПРОФЕССИИ АГЕНТ РЕКЛАМНЫЙ»

#### 5.1.1. Область применения программы.

Программа учебной и производственной практик является составной частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО специальности 42.02.01 Реклама Квалификация Специалист по рекламе и вида профессиональной деятельности (ВПД): «Выполнение работ по профессии агент рекламный».

5.1.2. **Цели производственной практики:** формирование у обучающихся практических умений, приобретение практического опыта деятельности в рамках профессиональных модуля ПМ 05.; формирование у студентов представления о принципах работы рекламного агента.

#### 5.1.3. Требования к результатам производственной практики.

В результате прохождения учебной и производственной практик по ВПД обучающийся должен освоить:

	ВПД	Профессиональные компетенции
1	«Выполнение работ по профессии агент рекламный»	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.

**5.1.4. Формы контроля:**

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

**5.1.5. Количество часов на освоение программы учебной и производственной практик.**

Всего 144 часа (4 недели), в том числе:

Производственная практика – 144 часа.

## 5.2. ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ ПМ 05. «ВЫПОЛНЕНИЕ РАБОТ ПО ПРОФЕССИИ АГЕНТ РЕКЛАМНЫЙ»

### 5.2.1. Область применения программы

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

### 5.2.2. Цели производственной практики:

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

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

В результате прохождения производственной практики по ВПД обучающийся должен освоить.

Код	Наименование результата обучения
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.

#### **5.2.4. Форма контроля:**

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

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

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

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

Время проведения производственной практики: 8 семестр.

#### **4.3.7. Разделы (этапы) практики**

День 1 Подготовительный – установочный инструктаж по целям, задачам, срокам и требуемой отчетности, инструктаж по технике безопасности.

День 2 Организационный – формулировка задач. Уточнение результатов, которые должны быть получены. Составление индивидуального плана работы обучающегося на время прохождения практики. Согласование плана с научным руководителем, его корректировка.

День 3-25 Выполнение практических задач – ведение переговоров с заказчиком;

использование офисной оргтехники, информационных и коммуникационных технологий при оформлении заказа; организации связи со СМИ.

День 25-27 Отчетный – анализ полученных результатов. Подготовка отчета по практике: написание и оформление отчета, подготовка презентации к докладу по результатам практики.

День 28 Аттестационный – Защита отчета по практике. Подведение итогов практики.

**5.2.7. 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.	-осуществление мониторинга в СМИ по поиску и привлечению клиентов.	30	продуктивный	концентрированно, работа на рекламном предприятии	грамотное выполнение всех предусмотренных видов работ
ПК 5.2	Оформлять договорную и финансовую документацию при работе с заказчиком.	- составление договорной и финансовой документации для заказчика	30	репродуктивный	концентрированно, работа на рекламном предприятии	
ПК 5.3	Работать в рекламных акциях в качестве исполнителя.	- осуществление деятельности специалиста по BTL-технологиям.	30	продуктивный	концентрированно, работа на рекламном предприятии	
ПК 5.4	Осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг.	- владение навыками переговоров с заказчиком; - организация связи со СМИ;	30	продуктивный	концентрированно, работа на рекламном предприятии	
ПК 5.5	Составлять и оформлять простые тексты рекламных объявлений.	выполнение работ по копирайтингу	24	репродуктивный	концентрированно, работа на рекламном предприятии	

репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством);

продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач).

## 5.2.8 Критерии оценки практики

### 5.2.9. Оценка освоения компетенций по результатам прохождения практики

Результаты оценки овладения компетенциями по каждому виду практики отражаются в аттестационных листах и характеристиках обучающихся.

Система оценки освоения **общекультурных компетенций** по результатам практики должна соответствовать следующим основным принципам:

- знание базовых ценностей мировой культуры и готовность опираться на них в своем личностном и общекультурном развитии;
- владение культурой мышления;
- способность к обобщению, анализу, восприятию информации;
- постановка цели и выбор путей ее достижения.

Для оценки освоения **профессиональных компетенций** по результатам учебной практики необходимо руководствоваться следующими уровнями оценки студента:

- уровень 1 - пороговый, соответствует академической оценке «удовлетворительно»;
- уровень 2 - средний, соответствует академической оценке «хорошо»;
- уровень 3 - высокий, соответствует академической оценке «отлично».

#### Пороговый уровень освоения компетенций («удовлетворительно»):

Обучающийся применяет нормы оформления документов. Способен составить письменный отчет с графической интерпретацией результатов. Выполняет виды работ в установленных рамках. В отчете не представлен глубокий анализ и обобщение результатов практики.

При проведении промежуточной аттестации студент демонстрирует ограниченные навыки видения диалога. Высказываемые положения не всегда убедительны и аргументированы.

#### Средний уровень освоения компетенций («хорошо»):

Обучающийся применяет нормы оформления документов. Выполняет виды работ в установленных рамках. Способен провести наблюдение, анализ и обобщение результатов и сделать выводы по результатам учебной практики. Умеет составить письменный отчет с графической интерпретацией результатов с использованием специализированных программных продуктов.

При проведении промежуточной аттестации студент демонстрирует достаточные навыки ведения диалога аргументация убедительна, уровень понимания результатов, полученных на практике, достаточно высок.

Высокий уровень освоения компетенций («отлично»):

Обучающийся применяет нормы оформления документов. Выполняет виды работ в установленных рамках. Способен провести наблюдение, анализ и обобщение результатов и сделать выводы по результатам учебной практики, предложить мероприятия по внедрению результатов практики по месту прохождения, умеет составить письменный отчет с графической интерпретацией результатов с использованием специализированных программных продуктов и презентацию в формате PowerPoint или другом.

Студент свободно ведет диалог, проявляет при этом инициативу и уверенность. Уровень понимания излагаемого материала свидетельствует о возможности самостоятельной работы на участке прохождения практики.

**Соответствие уровней освоения компетенции планируемыми результатами обучения и критериям их оценивания**

**ПК 5.1. Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиентов**

<b>Уровень освоения компетенции</b>	<b>Результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)</b>	<b>Критерии оценивания результатов обучения</b>
<b>Пороговый</b>	Обучающийся должен <b>уметь</b> : контактировать с заказчиком рекламного продукта и вести с ним переговоры	Допускает единичные ошибки в определениях, нормах, правилах.
<b>Средний</b>	<b>знать</b> : - 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;	Владеет на хорошем уровне основными определениями, нормами, правилами работы с потенциальными клиентами.  Хорошо разбирается в требованиях к рекламированию товаров и услуг, установленных законом; Затрудняется в решении сложных, неординарных проблем.
<b>Высокий</b>	- социально-психологические основы рекламы; - факторы и методы воздействия на человека.	Свободно оперирует основными понятиями, терминами, нормами, классификациями. Умеет выбрать эффективные приемы решения поставленной профессиональной задачи. Свободно владеет факторами и методами воздействия на человека.  Грамотно разбирается в требованиях к рекламированию товаров и услуг, установленных законом; Способен решать сложные, неординарные задачи.

### ПК 5.2. Оформлять договорную и финансовую документацию при работе с заказчиком

<i>Уровень освоения компетенции</i>	<i>Результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)</i>	<i>Критерии оценивания результатов обучения</i>
<b>Пороговый</b>	Обучающийся должен <b>уметь</b> : составлять договорную и финансовую документацию при работе с заказчиком, опираясь на законодательство РФ. <b>знать</b> :	Допускает ошибки в определениях, нормах, правилах. Способен применять только типичные, наиболее часто встречающиеся приемы по конкретной сформулированной задаче.
<b>Средний</b>	Основные федеральные законы и иные нормативные правовые акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации. Требования к рекламированию товаров и услуг, установленных законом; Ответственность участников рекламного процесса за ненадлежащую рекламу.	Владеет на хорошем уровне основными определениями, нормами, правилами. Хорошо разбирается в требованиях к рекламированию товаров и услуг, установленных законом; Затрудняется в решении сложных, неординарных проблем.
<b>Высокий</b>		Свободно оперирует основными понятиями, терминами, нормами, , классификациями. Умеет выбрать эффективные приемы решения поставленной профессиональной задачи. Свободно владеет приемами составления документации. Грамотно разбирается в требованиях к рекламированию товаров и услуг, установленных законом; Способен решать сложные, неординарных задачи.

### ПК 5.3. Работать в рекламных акциях в качестве исполнителя

<i>Уровень освоения компетенции</i>	<i>Результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)</i>	<i>Критерии оценивания результатов обучения</i>
<b>Пороговый</b>	Обучающийся должен <b>уметь</b> : контактировать с потенциальной аудиторией.	Способен применять только типичные, наиболее часто встречающиеся приемы по конкретной сформулированной задаче.
<b>Средний</b>	<b>знать</b> : - социально-психологические основы рекламы; - факторы и методы воздействия на человека.	Владеет на хорошем уровне основными приемами работы с клиентами. Затрудняется в решении сложных, неординарных проблем.
<b>Высокий</b>		Свободно оперирует основными понятиями, терминами, нормами, , классификациями. Умеет выбрать эффективные приемы решения поставленной профессиональной задачи. Способен решать сложные, неординарных задачи.



### ПК 5.4. Осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг

<i>Уровень освоения компетенции</i>	<i>Результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)</i>	<i>Критерии оценивания результатов обучения</i>
<b>Пороговый</b>	Обучающийся должен <b>уметь</b> : составлять договорную и финансовую документацию при работе с заказчиком, опираясь на законодательство РФ осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг РФ.	Допускает ошибки в определениях, нормах, правилах. Способен применять только типичные, наиболее часто встречающиеся приемы по конкретной сформулированной задаче.
<b>Средний</b>	<b>знать</b> : Основные федеральные законы и иные нормативные правовые акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации. Требования к рекламированию товаров и услуг, установленных законом;	Владеет на хорошем уровне основными определениями, нормами, правилами. Хорошо разбирается в требованиях к рекламированию товаров и услуг, установленных законом; Затрудняется в решении сложных, неординарных проблем.
<b>Высокий</b>	Ответственность участников рекламного процесса за ненадлежащую рекламу.	Свободно оперирует основными понятиями, терминами, нормами, классификациями. Умеет выбрать эффективные приемы решения поставленной профессиональной задачи. Свободно владеет приемами составления документации. Грамотно разбирается в требованиях к рекламированию товаров и услуг, установленных законом; Способен решать сложные, неординарные задачи.

### ПК 5.5. Составлять и оформлять простые тексты рекламных объявлений

<i>Уровень освоения компетенции</i>	<i>Результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)</i>	<i>Критерии оценивания результатов обучения</i>
<b>Пороговый</b>	Обучающийся должен <b>уметь</b> : составлять простые тексты, опираясь на законы копирайтинга.	Допускает ошибки при написании текстов. Знает и применяет только основные приемы создания рекламных текстов.
<b>Средний</b>	<b>знать</b> : основные приемы составления текстов.	Владеет на хорошем уровне основными приемами. Способен грамотно решить поставленные задачи.
<b>Высокий</b>		Свободно оперирует основными понятиями, классификациями, приемами. Умеет выбрать эффективные приемы решения поставленной профессиональной задачи. Способен решать сложные, неординарные задачи.

### 5.3.10. Отчетность о прохождении практики

- 1.Руководителями практики от организации и от Университета формируется аттестационный лист (**Приложение 4**), содержащий сведения об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций.
- 2.Руководителями практики от организации и от Университета формируется характеристика (**Приложение 5**) на обучающегося по освоению профессиональных компетенций в период прохождения практики.
- 3.Обучающимся составляется отчет (**Приложение 6**), который утверждается организацией.
- 4.Обучающийся ведет дневник в течение всего времени прохождения практики (**Приложение 7**).
- 5.Обучающийся прикладывает творческое досье (Приложение 8 )

### 5.3.11. Список учебных пособий и методических рекомендаций:

- 1.Программа практики по профилю специальности. Учебно-методическое пособие для студентов СПО факультета журналистики, ВГУ; сост. : С.И. Окс, Е.В. Маслова // Воронеж: 2016. - 60 с.
2. Рекламный креатив: технологии разработки : учебное пособие / Л.С. Щукина ; [Воронеж. гос. ун-т, Фак. журналистики] .— Воронеж : Факультет журналистики ВГУ, 2013 .— 188, [1] с. : табл.  
URL:<http://www.lib.vsu.ru/elib/texts/method/vsu/m13-245.pdf>.

## **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.

## II. 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.

**Содержание производственной (преддипломной) практики**

Код ПК	Производственная практика					
	Наименование ПК	Виды работ, обеспечивающие формирование ПК	Объем часов	Уровень освоения	Формат практики (распределено, концентрировано), базы практики	Показатели освоения ПК
ПК 1.3	Разрабатывать авторские рекламные проекты.	- осуществление поиска различных решений при создании рекламного продукта; - умение разрабатывать композиционное решение рекламного продукта.		продуктивный	концентрировано, факультет журналистики ФГБОУ ВО ВГУ	Оценка выполнения индивидуального практического задания
ПК 1.4	Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.	владение основными принципами и приемами составления рекламных текстов; - владение основными принципами оформления рекламных объявлений.		продуктивный	концентрировано, факультет журналистики ФГБОУ ВО ВГУ	Оценка выполнения индивидуального практического задания
ПК 1.5	Создавать визуальные образы с рекламными функциями.	выполнение художественного конструирования рекламных продуктов по заданию; - владение методами психологического воздействия на потребителя;		продуктивный	концентрировано, факультет журналистики ФГБОУ ВО ВГУ	Оценка выполнения индивидуального практического задания
ПК 2.2	Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.	использование профессиональных пакетов программного обеспечения для создания макетов; создание сценария с учетом аспектов психологического воздействия; разработка сценария для съемок и монтажа рекламы		продуктивный	концентрировано, факультет журналистики ФГБОУ ВО ВГУ	Оценка выполнения индивидуального практического задания
ПК 2.3	Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.	использование технических и программных средств для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации; осуществление аппаратного и программного обеспечения		продуктивный	концентрировано, факультет журналистики ФГБОУ ВО ВГУ	Оценка выполнения индивидуального практического задания
ПК 3.1.	Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.	. - проведение социологических исследований; - составление программ соц.исследований.		продуктивный	концентрировано, факультет журналистики ФГБОУ ВО ВГУ	Оценка выполнения индивидуального практического задания

ПК 3.2	Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.	составление медиа-плана; - проведение сегментирования рынка.		продуктивный	концентрированно, факультет журналистики ФГБОУ ВО 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 ВО 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 ВО 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 ВО ВГУ	Оценка выполнения индивидуального практического задания

репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством);

продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач).

### 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.Окс С.И. Организация и проведение преддипломной практики. Учебно-методическое пособие для студентов СПО факультета журналистики, ВГУ /С.И. Окс // Воронеж: 2016. - 16 с.
- 3.Программа практики по профилю специальности. Учебно-методическое пособие для студентов СПО факультета журналистики, ВГУ; сост. : С.И. Окс, Е.В. Маслова // Воронеж: 2016. - 60 с.

Критерии оценки работы студентов на производственной преддипломной практике:

- оценка «отлично» выставляется при полном соответствии работы студента всем трем вышеуказанным показателям. Соответствует высокому уровню сформированности компетенций: компетенции сформированы полностью, проявляются и используются систематически, в полном объеме;
- оценка «хорошо» выставляется в случае, если работа студента в ходе практики не соответствует одному из перечисленных показателей или в случае предоставления отчетной документации позже установленного срока. Соответствует хорошему уровню сформированности компетенций: компетенции в целом сформированы, но проявляются и используются фрагментарно, не в полном объеме. Данный уровень превосходит, по крайней мере, по одному из перечисленных выше показателей пороговый (базовый) уровень;
- оценка «удовлетворительно» выставляется в случае, если работа студента в ходе практики не соответствует любым двум из перечисленных показателей. Соответствует пороговому (базовому) уровню сформированности компетенций: компетенции сформированы в общих чертах, проявляются и используются ситуативно, частично. Данный уровень обязателен для всех осваивающих основную образовательную программу;
- оценка «неудовлетворительно» выставляется в случае несоответствия работы студента всем трем показателям, его неорганизованности, безответственности и низкого качества работы при выполнении заданий, предусмотренных программой практики или запланированных руководителем от учреждения - базы практики.

Факт невыполнения требований, предъявляемых к студенту-практиканту во время практики и отраженных в вышеперечисленных критериях, фиксируется вместе с рекомендуемой оценкой в отзывах руководителей.

### 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.

### **III. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ) ПРАКТИКИ**

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

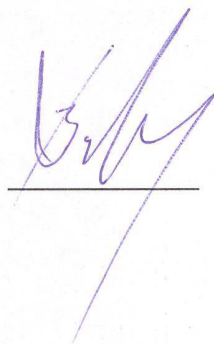
- мультимедийное оборудование
- ноутбуки,
- компьютерные классы с выходом в интернет
- видеокамеры,
- фотоувеличители
- фотоаппараты
- студийное оборудование: отражатели, фоны, вспышки, стойки, насадки



**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.

ОТВЕТСТВЕННЫЙ ИСПОЛНИТЕЛЬ



В.В. Тулупов



## Приложение 1

Форма договора  
(обязательное)

ДОГОВОР № \_\_\_\_\_

## об организации и проведении практики обучающихся

г. Воронеж

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

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Воронежский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ВГУ»), именуемое в дальнейшем «Университет», в лице первого проректора – проректора по учебной работе Чупандиной Елены Евгеньевны, действующей на основании доверенности от 01.07.2016 г. №111, и

\_\_\_\_\_  
наименование организации  
именуемое в дальнейшем «Организация», в лице

\_\_\_\_\_  
должность, Ф.И.О.  
действующего на основании

\_\_\_\_\_  
наименование документа, подтверждающего полномочия  
с другой стороны, вместе именуемые «Стороны», заключили настоящий договор о нижеследующем:

**Предмет договора**

Предметом настоящего договора является организация и проведение  
\_\_\_\_\_ практики обучающихся по  
основной \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ учебной/производственной  
профессиональной образовательной программе среднего профессионального  
образования по специальности

Количество обучающихся, направляемых на практику, \_\_\_\_\_ человек.  
Содержание и сроки прохождения практики определяется согласованной  
Сторонами программой практики.

**2. Права и обязанности сторон**

2.1. Университет обязуется:

2.1.1. Разработать и согласовать с Организацией программу практики, содержание и планируемые результаты практики.

2.1.2. Направить в Организацию обучающихся Университета в сроки, предусмотренные рабочим графиком (планом) проведения практики.

2.1.3. Не позднее чем за неделю до начала практики представить Организации копию приказа о направлении на практику.

2.1.4. Осуществлять руководство практикой.

2.1.5. Контролировать реализацию программы практики и условия проведения практики, в том числе требования охраны труда, безопасности

жизнедеятельности и пожарной безопасности в соответствии с правилами и нормами, в том числе отраслевыми.

2.1.6. Определять совместно с Организацией процедуру оценки общих и профессиональных компетенций обучающихся, освоенных ими в ходе прохождения практики.

2.1.7. Разрабатывать и согласовывать с Организацией формы отчетности и оценочный материал прохождения практики.

2.1.8. Оказывать обучающимся необходимое содействие в подготовке характеристики и отчета о практике.

2.1.9. Обеспечить предварительную подготовку обучающихся, проводить контроль прохождения практики и оказывать методическую помощь руководителю практики от Организации.

2.1.10. Обеспечить соблюдение обучающимися в период прохождения практики правил внутреннего трудового распорядка Организации.

2.1.11. Принимать участие в работе комиссии Организации по расследованию несчастных случаев с обучающимися.

2.2. Университет имеет право:

2.2.1. Принимать участие в распределении обучающихся по местам для прохождения практики.

2.2.2. Оказывать методическую помощь обучающимся при выполнении ими индивидуальных заданий.

2.2.3. Оценивать результаты выполнения обучающимися программы практики.

2.2.4. При непредставлении обучающемуся рабочего места и работ, отвечающих требованиям учебных программ специальности, необеспечении условий безопасности труда, а также при использовании труда обучающегося на сторонних или подсобных работах отозвать обучающегося с места практики.

2.3. Организация обязуется:

2.3.1. Согласовать программу практики, содержание и планируемые результаты практики, задание на практику.

2.3.2. Предоставить рабочие места обучающимся, назначить руководителя практики, определить наставников.

2.3.3. Участвовать в определении процедуры оценки результатов освоения общих и профессиональных компетенций, полученных в период прохождения практики, а также оценке таких результатов.

2.3.4. Участвовать в формировании оценочного материала для оценки общих и профессиональных компетенций, освоенных обучающимися в период прохождения практики.

2.3.5. Обеспечить безопасные условия прохождения практики, отвечающие санитарным правилам и требованиям охраны труда.

2.3.6. Проводить инструктаж обучающихся по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка.

2.3.7. Обеспечить обучающихся необходимыми материалами, которые не составляют коммерческую тайну и могут быть использованы при выполнении индивидуальных заданий, курсовых и выпускных квалификационных работ.

2.3.8. Уведомлять Университет о нарушении обучающимися графика практики, а также правил внутреннего трудового распорядка.

2.3.9. По окончании практики выдать каждому обучающемуся отзыв (характеристику) о его работе и качестве подготовленного им отчета о практике.

2.3.10. Предоставлять возможность повторного направления обучающегося на практику, если он не прошел практику по уважительным причинам.

2.3.11. Не допускать использования обучающихся Университета на должностях, не предусмотренных программой практики и не имеющих отношения к специальности обучающихся Университета. Не привлекать обучающихся к выполнению тяжелых работ с вредными и опасными условиями труда.

2.3.12. Учитывать несчастные случаи и расследовать их, если они произойдут с обучающимся Университета в период практики в Организации, в соответствии с законодательством Российской Федерации.

2.4. Организация имеет право:

2.4.1. Не допускать обучающегося к прохождению практики в случае выявления фактов нарушения им правил внутреннего трудового распорядка, охраны труда, техники безопасности, а также в иных случаях нарушения условий настоящего договора обучающимся или Университетом.

2.4.2. При наличии вакантных должностей заключать с обучающимися срочные трудовые договоры.

### **3. Ответственность сторон**

3.1 Стороны несут ответственность за неисполнение или ненадлежащее исполнение обязанностей по настоящему договору в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации.

3.2 Ответственность за вред, который может наступить вследствие разглашения обучающимся конфиденциальной информации Организации, а также за нарушение интеллектуальных, авторских и иных неимущественных прав несет обучающийся.

3.3. В случае установления факта умышленного нарушения обучающимся режима конфиденциальности Организация имеет право досрочно приостановить прохождение практики виновным лицом.

3.4. Стороны освобождаются от ответственности в случае, если неисполнение или ненадлежащее исполнение ими своих обязательств по настоящему договору будет связано с документально подтвержденными обстоятельствами, не зависящими от их воли: природных явлений (землетрясений, наводнений, эпидемий), действий государственных органов, актов террора, войн и т.д.

### **4. Изменение и прекращение действия договора**

4.1. Все изменения и дополнения к настоящему договору оформляются дополнительными соглашениями Сторон в письменной форме, которые являются неотъемлемой частью настоящего договора.

4.2. Настоящий договор может быть прекращен по основаниям, установленным действующим законодательством Российской Федерации.

4.3. Стороны вправе по обоюдному согласию отказаться от исполнения настоящего договора в любой момент с предварительным письменным уведомлением другой стороны не менее чем за 30 (тридцать) дней до предполагаемой даты прекращения настоящего договора.

### **5. Заключительные положения**

5.1. Настоящий договор составлен и подписан в двух аутентичных экземплярах - по одному для каждой Стороны.

5.2. Договор вступает в силу с момента подписания и действует до \_\_\_\_\_.20\_\_.

5.3. Если до окончания срока действия настоящего договора ни одна из Сторон не заявит о прекращении действия договора, необходимости внесения в договор изменений и/или дополнений, о необходимости заключения нового договора на иных условиях, настоящий договор считается продленным (продлонгированным) на неопределенный срок на прежних условиях.

5.4. Споры и разногласия, которые могут возникнуть при исполнении настоящего договора, будут по возможности разрешаться путем переговоров между Сторонами.

5.5. В случае если Стороны не придут к соглашению, споры разрешаются в судебном порядке в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации.

5.6. Во всем остальном, что не предусмотрено настоящим договором, Стороны руководствуются действующим законодательством Российской Федерации.

## 6. Реквизиты и подписи сторон

### Университет

Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего  
образования «Воронежский  
государственный университет» (ФГБОУ ВО  
«ВГУ»)

394018, г. Воронеж, Университетская пл., д.  
1

ИНН 3666029505 КПП 366601001

ОГРН 1023601560510 ОКТМО 20701000

л/с 20316Х50290 в Управлении

Федерального Казначейства по

Воронежской области

Код ТОФК 3100

р/с 40501810920072000002

ОТДЕЛЕНИЕ ВОРОНЕЖ Г.ВОРОНЕЖ

БИК 042007001

Первый проректор –  
проректор по учебной работе

\_\_\_\_\_ Е.Е. Чупандина

М.П.

### Организация

**Приложение 2  
(обязательное)  
Сведения о местах проведения практик**

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

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

**Сведения о местах проведения практик**

\_\_\_\_\_  
(наименование образовательной программы)

№ п/п	Наименование вида практики в соответствии с учебным планом	Место проведения практики	Реквизиты и сроки действия договоров
1	2	3	4

Декан  
НАИМЕНОВАНИЕ  
факультета

М.П.

И.О. Фамилия

**Приложение 3  
(обязательное)  
Форма приказа о направлении на практику студентов СПО**

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

**ПРИКАЗ**

\_\_\_\_.\_\_\_\_. 20\_\_ Воронеж №\_\_\_\_\_

О направлении на практику студентов СПО

В соответствии с графиком учебного плана для студентов наименование факультета очной формы обучения, обучающихся по программе среднего профессионального образования «СПЕЦИАЛЬНОСТЬ» по договорам на оказание платных образовательных услуг,

приказываю:

1. Направить для прохождения (учебной, производственной, преддипломной) практики «НАЗВАНИЕ ПРАКТИКИ» по профилю специальности в рамках ШИФР «НАЗВАНИЕ ПРОЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ» (для учебной и производственной) с \_\_. \_\_.20\_\_ по \_\_. \_\_.20\_\_ следующих студентов № курса (на базе основного общего образования):

НАЗВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ

1. ФИО
2. ФИО

НАЗВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ

1. ФИО
2. ФИО

2. Назначить руководителем (учебной, производственной, преддипломной) практики по профилю специальности «НАЗВАНИЕ ПРОЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ» (для учебной и производственной) от университета ДОЛЖНОСТЬ, ФИО.
3. Утвердить руководителем (учебной, производственной, преддипломной) практики по профилю специальности «НАЗВАНИЕ ПРОЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ» (для учебной и производственной) от организации ДОЛЖНОСТЬ, ФИО

Первый проректор –  
проректор по учебной работе

Е.Е. Чупандина

Исп.: Фамилия Имя Отчество

ПРОЕКТ ВНОСИТ –

Декан факультета журналистики

В.В.Тулупов      \_\_.\_\_.20\_\_

СОГЛАСОВАНО:

Начальник УМУ

Л.И. Колесникова      \_\_.\_\_.20\_\_

Начальник ОпРОД

И.В. Долгополов      \_\_.\_\_.20\_\_

Начальник отдела ООП ВО УМУ

Е.Д. Кочетова      \_\_.\_\_.20\_\_

Расчет рассылки: УМУ (239), факультет журналистики.



**Приложение 4  
(обязательное)**

**Образец аттестационного листа**

АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ  
прохождения учебной / производственной практики  
«Название практики»

1. Ф.И.О. студента

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

3. Место проведения практики

4. Сроки прохождения практики с \_\_\_\_ . \_\_\_\_ .20\_\_ по \_\_\_\_ . \_\_\_\_ .20\_\_ в объёме \_\_\_\_\_ часов

5. Наименование профессионального модуля

6. Уровень освоения профессиональных компетенций (ПК) в соответствии с видом выполняемых работ:

№ п/п	Код ПК	ПК	Наименование вида работ	Уровень освоения ПК (пороговый/средний/высокий)

Руководитель практики  
от  
Университета \_\_\_\_\_

*должность, Ф.И.О., подпись*

Руководитель практики  
от Организации \_\_\_\_\_

*должность, Ф.И.О., подпись*

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

**Приложение 5  
(обязательное)  
Форма характеристики**

**ХАРАКТЕРИСТИКА**

*профессиональной деятельности студента во время прохождения учебной /  
производственной практики  
«Название практики»*

На студента ФГБОУ ВО «ВГУ»

*ФИО*

факультета \_\_\_\_\_ курса \_\_\_\_\_ группы \_\_\_\_\_  
специальности \_\_\_\_\_

*код и наименование специальности*

проходившего (учебную, производственную) практику с \_\_\_\_\_ по \_\_\_\_\_ 20 \_\_г.  
на базе: \_\_\_\_\_

*название организации*

по \_\_\_\_\_

*название ПМ*  
**Показатели выполнения заданий:**

№ п/п	Компетенции / Группы компетенций	Наименование вида работ	Освоение компетенций
			Освоена
			Не освоена

качество выполненных заданий

теоретическая подготовка, умение применять теорию на практике \_\_\_\_\_

способность к обобщению, анализу, восприятию информации

проявление интереса к специальности \_\_\_\_\_  
индивидуальные особенности (личные качества, способность к личностному и общекультурному развитию, владение культурой мышления):

постановка цели и выбор путей ее достижения

трудовая дисциплина и соблюдение техники безопасности \_\_\_\_\_  
замечания по прохождению практики \_\_\_\_\_

готовность к самостоятельной трудовой деятельности (после прохождения  
преддипломной практики)

---

Дата «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_

Руководитель практики от организации (базы практики)

---

*должность*

М.П.

*подпись ФИО*

**Приложение 6  
(обязательное)  
Форма отчета**

**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 в соответствии с заданием на практику, 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 обучающимся 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

Руководитель практики от организации (базы практик)

\_\_\_\_\_ *должность*

\_\_\_\_\_ *подпись*

\_\_\_\_\_ *ФИО*

М.П.

**Приложение 7**  
**(обязательное)**  
**Форма титульного листа дневника по прохождению практики**  
**и схема его ведения**

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

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

**ДНЕВНИК**  
**Учебной / производственной практики**

---

*«Название» практики*

Обучающегося

---

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 ответственного лица

Заключение руководителя по виду практики по итогам практики студента

---

---

---

Дата \_\_\_\_\_ Подпись руководителя \_\_\_\_\_

**Приложение 8**  
**(рекомендуемое)**  
**Порядок оформления творческого досье**

Все материалы творческого характера оформляются по установленному образцу.

Публикации аккуратно помечаются. В верхней части номера указываются: Ф.И.О. студента, курс, полоса, название материала и дополнительные сведения: материал под псевдонимом, авторский и т.д.

Макеты полос представляются на макетных бланках, иные изобразительные материалы – в виде эскизов, вырезок (фотопубликации, логотипы и т.д.), скриншотов, либо в оригинале, тексты теле- и радиопередач (в том числе рекламного характера) представляются в аудиовизуальном (аудио) оригинале и его распечатке.

Все материалы творческого досье практики должны быть заверены подписью ответственного сотрудника и печатью организации и представлены в количестве не менее двух экземпляров.

«Не прошедшие» материалы представляются в виде оригиналов.

Все материалы творческого досье и отчет должны иметь электронные версии.

Дубликаты всех материалов, а также их электронные версии и черновики необходимо оставлять у себя до окончания защиты.