

УТВЕРЖДЕНО

Директор АНО СНО

«Бирский кооперативный техникум»

«29» августа 2018 год

«29» августа 2018 год

«29» августа 2019 год

«29» августа 2019 год

«29» августа 2010 год

«29» августа 2010 год

«29» августа 2011 год

«29» августа 2011 год

СОГЛАСОВАНО

«29» августа 2018 год
(Григорьев В.В.)

СОГЛАСОВАНО

«29» августа 2018 год
(Григорьев В.В.)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

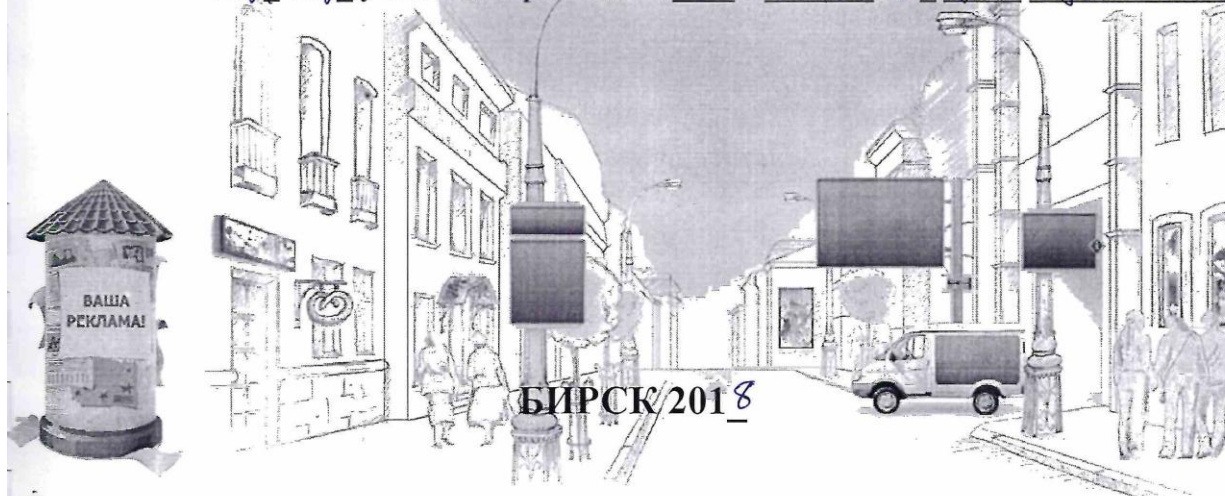
ПМ. 04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта

Рассмотрено на заседании предметно- цикло-
вой комиссии УГ 42.00.00 Средства массовой
информации и информационно- библиотечное
дело

Председатель ПЦК

Сул / Аллашова М.М. /

2018-2019 учеб.год Протокол № 5 от 29.06 2018 Сул / Аллашова
2019-2010 учеб. год Протокол № 1 от 29.08 2019 Сул / Аллашова
2010-2011 учеб. год Протокол № 1 от 28.08 2010 Сул / Аллашова
2011-2012 учеб. год Протокол № 1 от 30.08 2011 М / Мухамедова С.В.



Рабочая программа производственной практики по **ПМ. 04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта** является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО **42.02.01 Реклама**.

Рабочая программа производственной практики **ПМ. 04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта** разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, Утвержденного Приказом Минобрнауки России от 13 марта 2018 года № 177.

ОДОБРЕНО Методическим советом техникума

Протокол № 9 от «29» 06 2018 г.

Председатель Методсовета [подпись] /Лутфулина А.А./

РАССМОТРЕНО

на заседании ПЦК УГ. 42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело

Протокол № 5 от «29» 06 2018 г.

Председатель ПЦК [подпись] /Ахкамова М.И./

РАССМОТРЕНО

на заседании ПЦК УГ. 42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело

Протокол № 1 от «29» 08 2019 г.

Председатель ПЦК [подпись] /Ахкамова М.И./

РАССМОТРЕНО

на заседании ПЦК УГ. 42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело

Протокол № 1 от «28» 08 2020 г.

Председатель ПЦК [подпись] /Ахкамова М.И./

РАССМОТРЕНО

на заседании ПЦК УГ. 42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело

Протокол № 1 от «30» 08 2021 г.

Председатель ПЦК [подпись] /Лукашова С.С./

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

- 1.1. Область применения программы
- 1.2. Цели и задачи производственной практики
- 1.3. Формы проведения производственной практики
- 1.4. Место проведения производственной практики
- 1.5. Количество часов на освоение программы производственной практики:

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ

- 2.1 Тематический план производственной практики по профессиональному модулю

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

- 3.1. Тематический план производственной практики

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

- 4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению
- 4.2. Общие требования к организации образовательного процесса
- 4.3. Кадровое обеспечение образовательного процесса

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

ПМ.04. ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССОМ ИЗГОТОВЛЕНИЯ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА

1.1. Область применения программы

Рабочая программа производственной практики **ПМ.04. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта** является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования (далее – ФГОС СПО) по специальности **42.02.01 Реклама** в части освоения основных видов профессиональной деятельности (ВПД): **Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта**

1.2. Цели и задачи производственной практики

Производственная практика направлена на формирование у обучающихся умений, приобретение первоначального практического опыта и реализуется для последующего освоения ими общих и профессиональных компетенций по специальности **42.02.01 Реклама**. С целью овладения указанными видами профессиональной деятельности обучающийся в ходе освоения программы производственной практики должен: приобрести первоначальный **практический опыт (ПО)** в:

- планировании, разработке и техническом исполнении рекламного проекта;
- контролировании соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя;
- взаимодействии с субъектами рекламной деятельности;
- подготовке документов для регистрации авторских прав.

В результате прохождения производственной практики по видам профессиональной деятельности обучающийся должен **уметь**:

Требования к умениям

- 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;
- *оформлять документацию для регистрации авторских прав;*
- *рассчитывать показатели использования основного и оборотного капитала, оплаты труда по различным формам и системам;*
- *оформлять внутренние документы для рекламного агентства;*

1.3 Формы проведения производственной практики

Производственная практика проводится в форме практической деятельности обучающихся под непосредственным руководством и контролем преподавателей профессионального модуля. Структурно производственная практика включает три элемента: вводный инструктаж, выполнение заданий и текущее инструктирование, заключительный инструктаж (подведение итогов).

1.4 Место проведения производственной практики:

Производственная практика проводится на предприятиях и учреждениях города и Республики Башкортостан на основании заключенных договоров.

1.5 Количество часов на освоение программы производственной практики:

всего – 36 часов (1 неделя)

Производственная практика проводится концентрированно в 8 семестре после полного освоения **МДК 04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности.**

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ ПМ. 04 ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССОМ ИЗГОТОВЛЕНИЯ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА

2.1 Тематический план производственной практики по профессиональному модулю ПМ.04 Организация и управление процессом рекламного продукта

Наименования тем	Количество часов аудиторной нагрузки	Умения
1. Планирование деятельности по работе рекламного проекта;	6	-составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта;
2. Структура и участники бизнес планирования. Требования к бизнес планам.	6	-работать с рекламой в средствах массовой информации;
3. Особенности составления калькуляции рекламного продукта.	6	-проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком;
4. Проведение согласования макетов рекламного продукта с заказчиком.	6	-проводить презентацию рекламного продукта;
5. Контроль соответствия рекламной продукции требованиям заказчика;	6	-подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав;
6. Проведение презентации рекламного продукта.	6	-оформлять документацию для регистрации авторских прав;
		-рассчитывать показатели использования основного и оборотного капитала, оплаты труда по различным формам и системам;
		-оформлять внутренние документы для рекламного агентства;
ИТОГО	36	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

3.1. Требования к материально-техническому обеспечению

Для реализации программы профессионального модуля должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

- кабинет проектирования рекламного продукта;

- лаборатории компьютерной графики и видеомонтажа;

3.2. Перечень информационного обеспечения обучения. Перечень учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Васильев, Г.А. Основы рекламы: учеб. пособие для студентов СПО/ Г. А. Васильев, В. А. Поляков. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2018. — 719 с. - ISBN 978-5-238-01059-1. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028601>.
2. Горфинкель, В. Я. Инновационный менеджмент: учебник / под ред. В. Я. Горфинкеля, Т. Г. Попадюк. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва: ИНФРА-М, 2019. — 380 с. - ISBN 978-5-9558-0311-1. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1247039>
3. Драчева Е.Л. Д Менеджмент: Учеб. пособие для студ. учреждений сред. проф. образования/ Е. Л. Драчева, Л. И. Юликов. — 2-е изд., стер. — М.: Издательский центр «Академия», 2018. — 288 с
4. Коробкова С. Н., Кравченко В. И., Орлов С. В. и др. Сервисная деятельность: Учеб. пособие 2-е изд. /Под общ. ред. И.П. Павловой и др. – СПб.: ГУАП, 2018. – 109 с.
5. Лапуста М. Г., Малое предпринимательство: учебник / М. Г. Лапуста. - Москва: ИНФРА-М, 2019. - 685 с. - ISBN 978-5-16-003352-5. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/306096>
6. Левкина Н. М., Как организовать свой бизнес и сделать его успешным: Практ. пособие / Н. М. Левкина, А. М. Левкин; Изд.-книготорговый центр "Маркетинг". - М.: Маркетинг, 2018. - 151 с.
7. Маслова Е. В., Реклама и связи с общественностью: теория и практика: / [Е. В. Маслова и др.]. — Воронеж: Издательский дом ВГУ, 2018.— 370 с.
8. Михеева Н. А., Менеджмент в социально-культурной сфере [Текст]: социально-экономические механизмы и методы управления: учеб. пособие / Н. А. Михеева, Л. Н. Галенская. - СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2018. - 168 с.
9. Мишон Е. В., Управление общественными отношениями: учебное пособие / Е. В. Мишон; Министерство образования и науки РФ. - Воронеж: Издательский дом ВГУ, 2019. – 117 с.
10. Райченко А. В. Менеджмент: учеб. пособие / А. В. Райченко, И. В. Хохлова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: ИНФРА-М, 2018. — 342 с. — (Среднее профессиональное образование). - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/563352>
11. Федцов В. Г. Культура сервиса: Учеб. - практ. пособие: для студентов СПО и практ. работников сферы обслуживания / В. Г. Федцов. - М.: ПРИОР, 2018. - 208 с.; 20 см. - (Для студентов и специалистов сферы сервиса / Акад. рус. предпринимателей. Ин-т рус. предпринимательства).; ISBN 5-7990-0403-5

Дополнительные источники:

1. Антипов К. В., Основы рекламы: учебник / К. В. Антипов. - 3-е изд. - Москва: Дашков и К, 2018. - 328 с. - ISBN 978-5-394-02394-1. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/415267>
2. Кузнецов П. А., Политическая реклама. Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Связи с общественностью» / П. А. Кузнецов. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2018. - 127 с. - ISBN 978-5-238-01830-0. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028537>
3. Реклама: язык, речь, общение: учеб. пособие / под ред. О. Я. Гойхмана, В. М. Лейчика. — М.: ИНФРА-М, 2019. - 288 с. - ISBN 978-5-16-003389-1. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/912530>

Интернет-ресурсы:

1. Полнотекстовая база «Университетская библиотека» – образовательный ресурс. –URL: <http://www.biblioclub.ru>
2. www.prosmi.ru (журналы о рекламе)
3. www.4p.ru (журнал Маркетинг)
4. www.advertology.ru (о рекламе)

3.5 Общие требования к организации образовательного процесса

Обучение проводится с использованием различных технических средств обучения, методических приёмов проблемного обучения, контекстного обучения, имитационных и не имитационных моделей профессиональной деятельности, деловые и ролевые игры, разбор конкретных ситуаций, «мозгового штурма», работы «малыми» группами, индивидуального направленного обучения.

Освоение производственной практики **ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта** проводится в соответствии с учебным планом по специальности **42.02.01 Реклама** и календарным учебным графиком.

Образовательный процесс организуется по расписанию занятий.

3.6. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Преподаватели или мастера производственного обучения, осуществляющие руководство производственной практикой обучающихся, их квалификация должны отвечать квалификационным требованиям, указанным в квалификационных справочниках, и (или) профессиональных стандартах (при наличии).

Преподаватели или мастера производственного обучения, привлекаемые к реализации образовательной программы, должны получать дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в организациях, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности, указанной в пункте 1.5 настоящего ФГОС СПО, не реже 1 раза в 3 года с учетом расширения спектра профессиональных компетенций.

Преподаватели и мастера производственного обучения, обеспечивающие освоение обучающимися профессиональных модулей, имеющих опыт деятельности не менее 3 лет в организациях, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности, указанной в пункте 1.4 настоящего ФГОС СПО, в общем числе педагогических работников, реализующих образовательную программу, должна быть не менее 25 процентов.

4. Контроль и оценка результатов освоения программы производственной практики по ПМ 04. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта

Контроль и оценка результатов освоения производственной практики осуществляется руководителем практики в процессе контроля за посещаемостью производственной практики, самостоятельного выполнения обучающимися заданий, выполнения практических проверочных работ. В результате освоения производственной практики в рамках профессиональных модулей обучающиеся проходят промежуточную аттестацию в форме дифференцированного зачета.

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
---------------------	-----------------	---------------

Умения - 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; - оформлять документацию для регистрации авторских прав; - рассчитывать показатели использования основного и оборотного капитала, оплаты труда по различным формам и системам; - оформлять внутренние документы для рекламного агентства; Иметь практический опыт в: - планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта; - контролирования соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя; - взаимодействия с субъектами рекламной деятельности; - подготовки документов для регистрации авторских прав.	- демонстрация интереса к будущей профессии. - активность посещения - занятий, производственной практики; - активность участия в профессиональных конкурсах, семинарах , других мероприятиях на различном уровне. - адекватный выбор методов и способов решения профессиональных задач; - обоснование постановки цели, выбора и применения методов и способов решения профессиональных задач в области исследования рынка рекламных услуг; - демонстрация аргументированности выбора разработки рекламных продуктов; - демонстрация умения рационального распределение времени на все этапы работы, - демонстрация умения самостоятельно обнаруживать допущенные ошибки, своевременность коррекции деятельности на основе результатов самооценки; - демонстрация способности принятия решений стандартных и нестандартных профессиональных задач в области разработки	Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях при выполнении работ по учебной и производственной практике
--	---	--

	рекламных продуктов; -демонстрация способности анализировать возможные варианты и обоснования их выбора	
--	--	--

Наименование результата освоения практики

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
ВД. 4	Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта
ПК 4.1	Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.
ПК 4.2	Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.
ПК 4.3	Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт

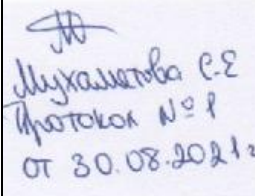
- ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес
- ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
- ОК 3. Принимать решения в стандартных 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.

ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ, ВНЕСЕННЫХ В РАБОЧУЮ ПРОГРАММУ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебный год	Вид изменений (объём времени, порядок освоения УД и ПМ и.т.п.)	В какой документ ИПССЗвносятся изменения	Конкретное содержание изменений	Экспертное суждение о необходимости и целесообразности внесения изменений	Подпись председателя ЦК/ представителей работодателей
2019-2020	изменения кофакто	Рабочая программа	АИРО "Бухгалтерия кооперативов"	Внесение изменений в учебный план	А.И.Акимов
2020-2021	изменения в содержании программы	Рабочая программа	1. Реклама в интернете; автор: Зурков А.П. https://znaniya.ru/ru/2020 (Э.В.Варшавский) 2. Интернет-реклама и PR; автор: М.С. https://znaniya.ru/ru/2021 (Э.В.Варшавский) 3. Маркетинг: основы профессии; автор: Г.И. Алешинский, Б.И. Варева, 2020	Обновление информационного содержания	А.И.Акимов

ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ, ВНЕСЕННЫХ В РАБОЧУЮ ПРОГРАММУ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

ПМ.04 ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССОМ ИЗГОТОВЛЕНИЯ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА

Учебный год	Вид изменений (объём времени, порядок освоения УД и ПМ и т.п.)	В какой документ ППССЗ вносятся изменения	Конкретное содержание изменений	Экспертное суждение о необходимости и целесообразности внесения изменений	Подпись председателя ЦК/ представителей работодателей
2021-2022	Включение планируемых личностных результатов (ЛР)	Рабочая программа производственной практики	Включение следующих планируемых результатов: ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта ЛР 13-19, согласно Рабочей программы воспитания 42.02.01 Реклама	Приказ Минпросвещения России № П-7 от 27.01.2022	 Мухомова Е.Е. Протокол № 8 от 30.08.2021г.