

УТВЕРЖДЕНО

Директор АНО СПО

«Бирский кооперативный техникум»

Р.Г.Ахунова

«2018» 2018 год

Р.Г.Ахунова

«2019» 2019 год

Р.Г.Ахунова

«2010» 2010 год

Р.Г.Ахунова

«2011» 2011 год

СОГЛАСОВАНО

Бирский информационный центр - филиал
И.Б. Рахматова «Башкортостан»

«2018» 2018 год

СОГЛАСОВАНО

И.Б. Рахматова

«2018» 2018 год



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

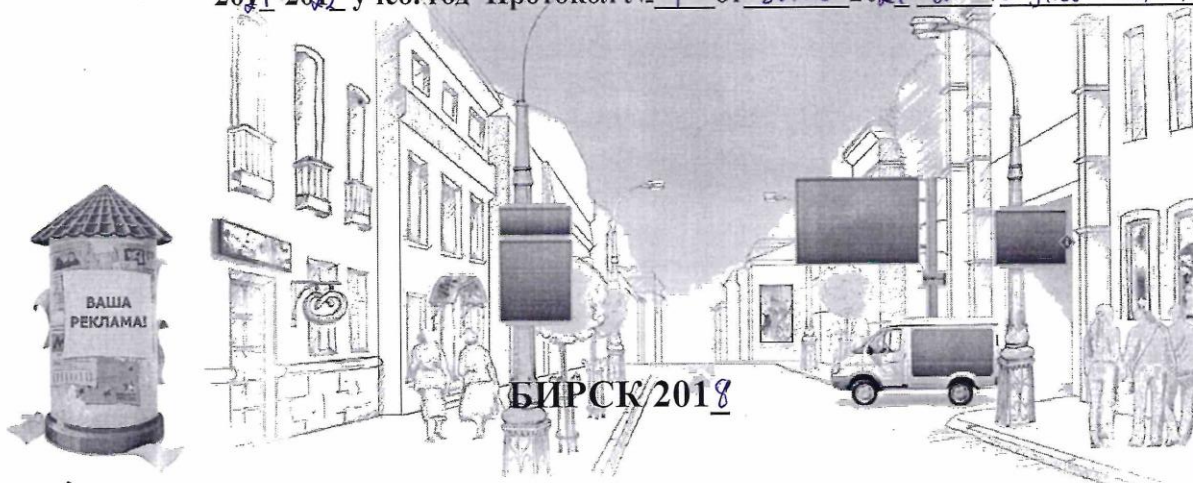
ПМ. 04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта

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

Председатель ПЦК

Сул / Ахметова И.И. /

2018-2019 учеб.год Протокол № 5 от 29.06 2018 Сул / Ахметова
2019-2010 учеб. год Протокол № 1 от 29.08 2019 Сул / Ахметова
2010-2011 учеб. год Протокол № 1 от 28.08 2010 Сул / Ахметова
2011-2012 учеб. год Протокол № 1 от 30.08 2011 Сул / Ахметова



Рабочая программа учебной 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 учебной 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» 09 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] /Ахкамова С.Э./

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

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

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ

- 2.1. Тематический план учебной практики по профессиональному модулю

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

- 3.1. Тематический план учебной практики

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ 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 УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ ПМ. 04ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССОМ ИЗГОТОВЛЕНИЯ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА

1.1. Область применения программы

Рабочая программа учебной 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 учебной практики

Учебная 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 учебной 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 учебной 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 учебной практики:

Учебная практика проводится в форме практической деятельности обучающихся под непосредственным руководством и контролем преподавателей профессионального модуля. Структурно учебная практика включает три элемента: вводный инструктаж, упражнения (самостоятельная работа) и текущее инструктирование, заключительный инструктаж (подведение итогов).

1.4 Место проведения учебной практики:

Учебная практика проводится в Учебном кабинете экономики и менеджмента.

1.5 Количество часов на освоение программы учебной практики:

всего – 36 часов (1 неделя)

Учебная практика проводится концентрированно в 8-м семестре после полного освоения МДК 04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ ПМ. 04 ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССОМ ИЗГОТОВЛЕНИЯ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА**2.1 Тематический план учебной практики по профессиональному модулю ПМ. 04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта**

Наименования тем	Количество часов аудиторной нагрузки	Умения
1. Планирование деятельности по разработке рекламного проекта;	2	- проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей; - анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп; - проводить сегментирование рынка; - принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта;
2. Проведение согласования макетов рекламного продукта с заказчиком;	2	
3. Контроль соответствия рекламной продукции требованиям заказчика;	2	
4. Проведение презентации рекламного продукта;	2	
5. Перечень и характеристика основных внутренних документов, необходимых для ведения рекламного бизнеса;	2	
6. Правила ведения клиентской базы;	2	
7. Основы организации рекламной деятельности;	2	
8. Эффективность контроля: принципы контроля;	2	
9. Применение методики проведения презентаций;	2	
10. Планирование, как функция управления: виды планирования и приемы эффективного планирования;	2	
11. Составление бизнес плана рекламного агентства;	2	
12. Структура и участники бизнес планирования. Требования к бизнес планам;	2	
13. Основы организации рекламной деятельности;	2	
14. Функциональные подразделения: особенности их организации и управления ими в условиях сервисной экономики;	2	
15. Документы для регистрации авторского права на рекламный		

продукт;	2	
16. Подготовка презентационных материалов;	2	
17. Проведение согласования макетов рекламного продукта с заказчиком;	2	
18. Работа с возражениями заказчика	2	
ИТОГО:	36	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

3.1. Требования к материально-техническому обеспечению

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

-Учебный кабинет экономики и менеджмента;

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

Преподаватели, 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, 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 учебной практики по ПМ. 04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта

Контроль и оценка результатов освоения учебной практики осуществляется руководителем практики в процессе проведения учебных занятий, самостоятельного выполнения обучающимися заданий, выполнения практических проверочных работ. В результате освоения учебной 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.	-Точность подбора инструментов и материалов для изготовления полиграфической рекламной продукции в соответствии с технологическими требованиями; -Эффективность и качество выполненной самостоятельной работы; -Участие в конкурсах профессионального мастерства, выставках-ярмарках, мастер-классах и т. п.; -Систематичность в изучении дополнительной, справочной литературы, периодических изданий по профессии; -Адекватный выбор методов и способов решения профессиональных задач; -Верность выбора способов коррекции результатов собственной деятельности; -Аргументированность оценки информации с использованием информационно-коммуникационных технологий. -Обоснованность отбора средств решения профессиональных задач с учетом экологических требований. -Ясность и правильность изложения информации, собственных мыслей на иностранном языке с использованием несложных речевых оборотов для решения профессиональных задач	Собеседование. Творческие работы. Отчет по учебной практике. Анализ библиотечного формуляра обучающегося, оценка результатов самостоятельной работы; Тест. Собеседование. Отчет по учебной практике.

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

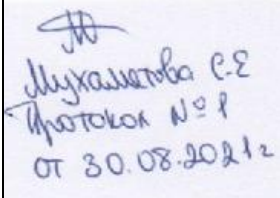
- ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
- ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
- ОК 3. Принимать решения в стандартных 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	изменению координат образовательной организации	Рабочая программа	АИРО "Бизнес-кооперативизм"	Внесение изменений в учеб. про.	А.А. Ахмедов Протокол № 8 от 23.08.2019
2020-2021	внесению в список литературы новых источников	Рабочая программа	1. Реклама в туризме; автор: Зурков А.П. https://znanium.ru/uz/2020 (эл. версия) 2. Интернет-реклама и PR; Кривова И.С., https://znanium.ru/uz/2021 (эл. версия) 3. Маркетинг: освоение профессии; Азев Г.И., Алишеница В.И., Карев Б.Е., 2020	Обновляем информационного источника обучения	

ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ, ВНЕСЕННЫХ В РАБОЧУЮ ПРОГРАММУ УЧЕБНОЙ 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 учебной 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	 Мухоматова С.С. Протокол № 1 от 30.08.2021г.