

Приложение  
К ОПОП ППСЗ по специальности  
42.02.01 «Реклама»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

2021 г.

## СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ.....	3
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ.....	8
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ.....	10
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ.....	16
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ.....	20

# **1 ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ**

## **1.1 Область применения программы**

Рабочая программа учебной практики является частью основной профессиональной образовательной программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 Реклама в соответствии с ФГОС в части освоения основного вида профессиональной деятельности:

- Разработка и создание дизайна рекламной продукции;
- Производство рекламной продукции;
- Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта;
- Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта;
- Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих: 20032 Агент рекламный.

Выполнение работ и соответствующих профессиональных (ПК) и общих компетенций (ОК):

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.

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

ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.

ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.

ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.

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

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

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

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

ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.

ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.

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

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

ПК 5.1 Осуществлять работу по предоставлению и продвижению товаров, услуг, коммерческих идей

ПК 5.2 Оформлять договорную и финансовую документацию при работе с заказчиком, опираясь на правовые нормы регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг

ПК 5.3 Владеть убедительными приемами информирования потенциальных покупателей и потребителей о новых товарах, услугах, идеях.

ПК 5.4 Контактировать со средствами массовой информации по вопросам размещения рекламы.

## **1.2 Цели и задачи практики – требования к результатам прохождения практики**

В ходе освоения программы производственной практики студент должен **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;
- 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;
- задачи, цели и общие требования к рекламе;
- основные направления рекламной деятельности;
- виды рекламной деятельности;
- структуру рекламного рынка.
- 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;
- законодательство о рекламе;
- виды рекламной деятельности;
- основы организационной рекламной деятельности;
- методы и приемы информирования потенциальных покупателей и потребителей о новых товарах, услугах, идеях
- основы организации связи со средствами массовой информации;
- методы и приемы делового общения и ведения переговоров;
- методы подготовки и сбора рекламных материалов;
- порядок подготовки рекламных кампаний;
- основы этики, эстетики и психологии;
- оценку эффективности рекламы.

**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;
- 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;
- проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей;
- анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп;
- проводить сегментирование рынка;
- принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта;
- 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;
- осуществлять поиск различных рекламных идей;
- планировать и подготавливать рекламные сообщения;
- выбирать вид рекламы для реализации рекламной идеи;
- применять документы для регистрации авторского права на рекламный продукт;
- соблюдать соответствие рекламной идеи изготовлению рекламной продукции;
- планировать работу в составе коллектива;
- вести переговоры;
- тестировать эффективность рекламы;
- работать в рекламных акциях в качестве исполнителя.

**иметь практический опыт:**

- выбора художественной формы реализации рекламной идеи;
- создания визуального образа с рекламными функциями;

- художественного конструирования рекламных продуктов по заданию;
- выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта;
- построения модели (макета, сценария) объекта с учетом выбранной технологии;
- подготовки к производству рекламного продукта;
- производства рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков;
- выявления требований целевых групп потребителей;
- разработки средств продвижения рекламного продукта;
- разработки маркетинговой части бизнес-плана;
- планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта;
- контролирования соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя;
- взаимодействия с субъектами рекламной деятельности;
- подготовки документации для регистрации авторских прав;
- поиска клиентов;
- консультирования клиента по предлагаемому товару, услуге;
- заключения договоров;
- ведения отчетности;
- знания видов и типов рекламы;
- продажи рекламы.

### **1.3 Количество часов на освоение рабочей программы практики**

1. ПМ.01 УП 4 курс – 4 недели, 144 часа
2. ПМ.02 УП 3, 4 курс – 6 недель, 216 часов
3. ПМ.03 УП 3 курс – 1 неделя, 36 часов
4. ПМ.04 УП 2 курс – 1 неделя, 36 часов
5. ПМ.05 УП 2 курс – 1 неделя, 36 часов

## 2 РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видами профессиональной деятельности:

ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции;

ПМ.02 Производство рекламной продукции;

ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта;

ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта;

ПМ 05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих: 20032 Агент рекламный,

в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

ОК 01. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 02. Организовывать собственную деятельность, выбирать методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 03. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 04. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 05. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК 06. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 07. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий.

ОК 08. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 09. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.

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

ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.

ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.

ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.



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

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

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

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

ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.

ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.

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

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

ПК 5.1 Осуществлять работу по предоставлению и продвижению товаров, услуг, коммерческих идей

ПК 5.2 Оформлять договорную и финансовую документацию при работе с заказчиком, опираясь на правовые нормы регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг

ПК 5.3 Владеть убедительными приемами информирования потенциальных покупателей и потребителей о новых товарах, услугах, идеях.

ПК 5.4 Контактировать со средствами массовой информации по вопросам размещения рекламы.

### 3 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

#### 3.1 Тематический план учебной практики

Код и наименование профессионального модуля	Наименования разделов практики	Учебная практика	
		Количество недель	Количество часов
1	2	3	4
ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции	Учебная практика ПМ 01	4	144
ПМ.02 Производство рекламной продукции	Учебная практика ПМ 02	6	216
ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта	Учебная практика ПМ 03	1	36
ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта	Учебная практика ПМ 04	1	36
ПМ 05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих: 20032 Агент рекламный	Учебная практика ПМ 05	1	36
<b>Всего</b>		<b>13</b>	<b>468</b>

### 3.2 Содержание учебной практики

Код профессионального модуля	Формируемый образовательный результат (практический опыт, уметь)	Содержание работ (детализация видов выполняемых работ)	Количество часов на каждый вид работы
ПМ.01	<b>уметь:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги;</li> <li>– разрабатывать композиционное решение рекламного продукта;</li> <li>– использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы;</li> <li>– составлять рекламные тексты;</li> </ul> <b>иметь практический опыт:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– выбора художественной формы реализации рекламной идеи;</li> <li>– создания визуального образа с рекламными функциями;</li> <li>– художественного конструирования рекламных продуктов по заданию;</li> </ul>	Разработка концепции и вербальных элементов рекламного текста на основе брифа рекламодателя	6
		Подготовка маркетинговой информации в рекламном тексте	6
		Составление текста рекламного объявления	6
		Разработка вариантов художественного оформления рекламного объявления.	6
		Создание макета рекламного объявления.	6
		<b>Защита отчета</b>	6
		Разработка текстов для различных видов рекламы на основе брифа рекламодателя	6
		Разработка эскизов для создания двухсторонней листовки	6
		Разработка концепции и эскизов товарного знака и логотипа как элементов фирменного стиля	6
		Создание дизайн-макета вывески	6
		Создание дизайн-макета двухсторонней листовки	6
		Разработка мудборда и эскизов плаката наружной рекламы	6
		Создание дизайн-макета плаката наружной рекламы	6
		Создание видеорекламы	6
		Разработка эскизов сувенирной продукции на основе брифа рекламодателя.	6
		Производство радиорекламы	6
		Разработка цветового решения сувенирной продукции.	6

		Создание дизайн-макета сувенирной продукции	6
		Производство наружной рекламы	6
		Создание эскизов упаковки сувенирной продукции в цвете	6
		Разработка дизайн-макета сувенирной продукции	6
		Разработка дизайн-проекта для BTL-рекламы	6
		Дифференцированный зачет	6
Всего			144
Код профессионального модуля	Формируемый образовательный результат (практический опыт, уметь)	Содержание работ (детализация видов выполняемых работ)	Количество часов на каждый вид работы
ПМ.02	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; иметь практический опыт: - выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта; - построения модели (макета, сценария) объекта с	Разработка элементов композиции рекламного календаря на основе брифа рекламодателя	6
		Разработка вариантов художественного оформления рекламного календаря	12
		Создание эскизов рекламного календаря	6
		Верстка рекламного календаря	6
		Создание дизайн-макета рекламного календаря	6
		Разработка визуальных элементов и текста листовки на основе брифа рекламодателя	6
		Разработка вариантов эскиза двухсторонней листовки	6
		Верстка двухсторонней листовки	6
		Создание эскизов листовки в различных цветовых гаммах	6
		Создание дизайн-макета листовки	6
		Защита отчета	6
		Изучение концепции компании	6
		Создание логотипа на основе предъявляемых к нему	6

	учетом выбранной технологии; - подготовки к производству рекламного продукта; - производства рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков;	требований	
		Разработка эскизов элементов фирменного стиля	6
		Создание дизайн-макетов элементов фирменного стиля	6
		Создание презентации	6
		Защита отчета	6
		Разработка эскизов рекламного буклета	6
		Выполнение фотосъемки объектов для рекламного буклета	18
		Обработка фотографий в фоторедакторе	6
		Верстка рекламного буклета	18
		Разработка и составление сценария рекламного видеоролика	12
		Подбор материалов и выполнение видеосъемки рекламного ролика	18
		Обработка отснятого материала в видеоредакторе	6
		Монтаж готового видеоматериала	6
		Озвучка и окончательный монтаж видеоролика	6
		Добавление титров, текстового материала и логотипа на видео	6
		Дифференцированный зачет	6
		<b>Всего</b>	<b>216</b>
<b>Код профессионального модуля</b>	<b>Формируемый образовательный результат (практический опыт, уметь)</b>	<b>Содержание работ (детализация видов выполняемых работ)</b>	<b>Количество часов на каждый вид работы</b>
ПМ.03	<b>уметь:</b> - проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей; - анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп;	Ознакомление с видами и формами маркетинговых исследований	6
		Ознакомление с технологией проведения маркетинговых исследований	6
		Анализ информации и оценка результатов	6

	<ul style="list-style-type: none"><li>- проводить сегментирование рынка;</li><li>- принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта;</li></ul> <b>иметь практический опыт:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- выявления требований целевых групп потребителей;</li><li>- разработки средств продвижения рекламного продукта;</li><li>- разработки маркетинговой части бизнес-плана</li></ul>	исследований	
		Создание рекламного продукта	6
		Подготовка презентации	6
		Дифференцированный зачет	6
<b>Всего</b>			<b>36</b>
Код профессионального модуля	Формируемый образовательный результат (практический опыт, уметь)	Содержание работ (детализация видов выполняемых работ)	Количество часов на каждый вид работы
<b>ПМ.04</b>	<p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта;</li><li>- работать с рекламой в средствах массовой информации;</li><li>- проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком;</li><li>- проводить презентацию рекламного продукта;</li><li>- подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав;</li></ul> <p>иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта;</li><li>- контролирования соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя;</li><li>- взаимодействия с субъектами рекламной деятельности;</li><li>- подготовки документации для регистрации авторских прав.</li></ul>	Составление плана и графика деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта в рекламной организации.	6
		Составление плана проведения процедуры контроля на соответствии рекламной продукции требованиям рекламодателя в рекламной организации.	6
		Осуществление работы с рекламой в средствах массовой информации рекламной организации	6
		Взаимодействие рекламной организации с субъектами рекламной деятельности. Оценить и описать конкуренцию на рынке рекламы.	6
		Подготовка документацию для регистрации авторских прав в рекламной компании.	6
		Дифференцированный зачет	6

Всего			36
Код профессионального модуля	Формируемый образовательный результат (практический опыт, уметь)	Содержание работ (детализация видов выполняемых работ)	Количество часов на каждый вид работы
ПМ.05	уметь: - осуществлять поиск различных рекламных идей; планировать и подготавливать рекламные сообщения; - выбирать вид рекламы для реализации рекламной идеи; - применять документы для регистрации авторского права на рекламный продукт; - соблюдать соответствие рекламной идеи изготовлению рекламной продукции; планировать работу в составе коллектива; вести переговоры; - тестировать эффективность рекламы; работать в рекламных акциях в качестве исполнителя. иметь практический опыт: - поиска клиентов; - консультирования клиента по предлагаемому товару, услуге; - заключения договоров; - ведения отчетности; - знания видов и типов рекламы - продажи рекламы	Анализ рекламных продуктов на рекламном рынке	6
		Анализ эффективности рекламных носителей	6
		Осуществление поиска различных рекламных идей	6
		Организация первичной работы с заказчиками	6
		Оформление отчетной документации	6
		Дифференцированный зачет	6
Всего			36

## **4 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ**

### **4.1 Требования к материально-техническому обеспечению**

Реализация программы учебной практики предполагает работу студента в области проектирования и создания в материале рекламных продуктов, выполнения фото- и видеосъемки, обработки фотографий и видео.

- Необходимое оборудование и технологическое оснащение рабочих мест для проведения учебной практики: компьютер с лицензионным программным обеспечением Photoshop, CorelDRAW; цифровые зеркальные фотоаппараты; штативы; комплект осветительного оборудования; фотовспышки; трехцветный фон; экран - затенитель; экран-отражатель; струйный принтер, сканер, мультимедиа проектор; персональные компьютеры с лицензионным программным обеспечением; устройства вывода звуковой информации: звуковые колонки; справочная правовая система ГАРАНТ Платформа F1; операционная система Windows XP; инструментальные средства разработки программных средств учебного назначения, в том числе реализующие возможности Интернет и мультимедиа технологий; офисные программы Microsoft: Word, Excel , PowerPoint.

### **4.2 Требования к документации, необходимой для проведения практики**

- программа практики;
- журнал по производственному обучению;
- методические указания к выполнению практических заданий;
- учебно-методическая литература;
- дневник;
- аттестационные листы по каждому модулю.

### **4.3 Информационное обеспечение обучения**

Основные источники:

1. Зельдович, Б. З. Менеджмент в медиаиндустрии : учебник для среднего профессионального образования / Б. З. Зельдович. — 2-е изд., испр. и доп. —



- Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 293 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12565-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518425> (дата обращения: 23.08.2023).
2. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 425 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16874-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531940> (дата обращения: 24.08.2023).
  3. Корпан Л.М., Балканский А.А., Сопроненко Л.П. Проектная графика: учебник для студ. учреждений среднего профессионального образования/2-е изд., - М.: Издательский центр «Академия», 2020. – 265 с.
  4. Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 514 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10539-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517937> (дата обращения: 23.08.2023).
  5. Рассадина, С. П. Информационный дизайн и медиа [Текст] : учебник для студ. учреждений сред. проф. образования / С. П. Рассадина, М. В. Исаева. — Москва : Академия, 2020. — 240 с., [16] с. цв. вкл. - (Профессиональное образование) (Топ 50). — ISBN 978-5-4468-8908-2
  6. Рыжиков, С. Н., Основы рекламной деятельности + еПриложение : учебник / С. Н. Рыжиков, Ю. М. Демидова. — Москва : КноРус, 2024. — 321 с. — ISBN 978-5-406-11899-3. — URL: <https://book.ru/book/950521> (дата обращения: 23.08.2023). — Текст : электронный.
  7. Рыжиков, С. Н., Основы рекламной деятельности + еПриложение : учебник / С. Н. Рыжиков, Ю. М. Демидова. — Москва : КноРус, 2024. — 321 с. — ISBN 978-5-406-11899-3. — URL: <https://book.ru/book/950521> (дата обращения: 23.08.2023). — Текст : электронный.
  8. Рыжиков, С. Н., Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности : учебник / С. Н. Рыжиков. — Москва : КноРус, 2024. — 245 с. — ISBN 978-5-406-12210-5. — URL: <https://book.ru/book/951076> (дата обращения: 23.08.2023). — Текст : электронный.

9. Попкова, Е. Г., Основы рекламы : учебник / Е. Г. Попкова. — Москва : КноРус, 2022. — 194 с. — ISBN 978-5-406-10018-9. — URL:<https://book.ru/book/944599> (дата обращения: 23.08.2023). — Текст : электронный.
10. Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 552 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15083-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511938> (дата обращения: 23.08.2023).
11. Сокольникова Н.М. Основы дизайна и композиции: учебник для студ. учреждений среднего профессионального образования/2-е изд., - М.: Издательский центр «Академия», 2021. – 160 с.
12. Усатая, Т. В. Дизайн-проектирование [Текст] : учебник для студ. учреждений сред. проф. образования / Т. В. Усатая, Л. В. Дерябина. – Москва : Академия, 2020. – 288 с., [16] с. цв. ил. - (Профессиональное образование) (Топ 50). – ISBN 978-5-4468-8625-8
13. Усатая Т.В. Дизайн упаковки: учебник для студ. учреждений среднего профессионального образования/2-е изд., - М.: Издательский центр «Академия», 2020. – 288 с.

Дополнительные источники:

1. Кораблев Д. А. Фотосъемка детей. СПб.2008 г.
2. Левкина А. В. Фотодело. Учебное пособие. – М., Альфа-М. Инфра-М. 2015.
3. Мусорин М.К., Привалов В.Д., Фотография: Учеб. пособие для студ. учреждений сред. проф. учреждений. – м.; Гуманит. изд. центр ВЛАДОС, 2013. – 336.
4. Надеждин Н.Я. Технология цифровой фотографии. - Москва, 2008 г.
5. Соловьева Н.М., Фотоаппаратура и ее эксплуатация: учеб. пособие. – М.: Дрофа, 2015.
6. Гайдукова Б. М., Техника и технология лабораторных работ - Москва, Академия, 2015 г.
7. Б.М.Гайдукова. Как фотографировать людей. - Москва. 2017 г.
8. Соколова В.А. Секреты композиции - Москва, АСТ, 2017 г.
9. Комплекты журнала «Российское фото».

Интернет-ресурсы:

Интернет – журнал <http://www.mix-foto.ru>

1. <http://35foto.ru>

2. <http://www.mywed.ru>
3. <http://fototips.ru>

#### **4.4 Общие требования к организации практики**

Реализация программы практики производится на территории Колледжа в соответствующих действующим санитарным и противопожарным нормам кабинетах.

#### **4.5 Кадровое обеспечение образовательного процесса. Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой**

Требования к квалификации педагогических кадров: высшее образование, стаж работы не менее 1 года, курсы повышения квалификации не реже 1 раза в 3 года, опыт работы в организациях, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности не менее 3 лет.

## 5 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Основные виды деятельности	Код и наименование компетенции	Основные показатели оценки результат	Формы и методы контроля и оценки
<p>ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции;</p> <p>ПМ.02 Производство рекламной продукции;</p> <p>ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта;</p> <p>ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта;</p> <p>ПМ 05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих: 20032 Агент рекламный</p>	<p>ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.</p> <p>ПК 1.2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.</p> <p>ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.</p> <p>ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.</p> <p>ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.</p> <p>ПК 2.1. Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.</p> <p>ПК 2.2. Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.</p> <p>ПК 2.3. Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.</p> <p>ПК 3.1. Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.</p> <p>ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.</p> <p>ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.</p> <p>ПК 4.2. Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной</p>	<p><b>знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы;</li> <li>- приемы и принципы составления рекламного текста;</li> <li>- композицию, шрифтовую и художественную графики в рекламе;</li> <li>- методы проектирования рекламного продукта;</li> <li>- методы психологического воздействия на потребителя;</li> <li>- технику, технологии и технические средства фотосъемки в рекламе;</li> <li>- технику, технологии и технические средства видеосъемки в рекламе;</li> <li>- технические и программные средства для создания печатного рекламного продукта;</li> <li>- технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации;</li> <li>- технологию создания Интернет-рекламы;</li> <li>- аппаратное и программное обеспечение;</li> <li>- задачи, цели и общие требования к рекламе;</li> <li>- основные направления рекламной деятельности;</li> <li>- виды рекламной деятельности;</li> <li>- структуру рекламного рынка.</li> <li>- экономический механизм</li> </ul>	<p>Экспертная оценка практического занятия</p>

	<p>продукции в части соответствия ее рекламной идее.</p> <p>ПК 4.3. Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.</p> <p>ПК 5.1 Осуществлять работу по предоставлению и продвижению товаров, услуг, коммерческих идей</p> <p>ПК 5.2 Оформлять договорную и финансовую документацию при работе с заказчиком, опираясь на правовые нормы регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг</p> <p>ПК 5.3 Владеть убедительными приемами информирования потенциальных покупателей и потребителей о новых товарах, услугах, идеях.</p> <p>ПК 5.4 Контактировать со средствами массовой информации по вопросам размещения рекламы.</p>	<p>и экономические показатели деятельности рекламной организации;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные принципы работы организаций в условиях рыночной экономики;</li> <li>- пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов;</li> <li>- основные федеральные законы и иные нормативные правовые акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации;</li> <li>- аспекты планирования рекламы;</li> <li>- этапы принятия и реализации управленческих решений;</li> <li>- классификацию целей менеджмента;</li> <li>- законодательство о рекламе;</li> <li>- виды рекламной деятельности;</li> <li>- основы организационной рекламной деятельности;</li> <li>- методы и приемы информирования потенциальных покупателей и потребителей о новых товарах, услугах, идеях</li> <li>- основы организации связи со средствами массовой информации;</li> <li>- методы и приемы делового общения и ведения переговоров;</li> <li>- методы подготовки и сбора рекламных материалов;</li> <li>- порядок подготовки рекламных кампаний;</li> <li>- основы этики, эстетики и психологии;</li> </ul> <p>оценку эффективности рекламы.</p>	
--	--	---	--

		<p><b>уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги;</li> <li>- разрабатывать композиционное решение рекламного продукта;</li> <li>- использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы;</li> <li>- составлять рекламные тексты;</li> <li>- осуществлять фотосъемку для производства рекламного продукта;</li> <li>- осуществлять видеосъемку для производства рекламного продукта;</li> <li>- использовать компьютерные технологии при создании печатного рекламного продукта;</li> <li>- разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы;</li> <li>- использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео-, анимации;</li> <li>- использовать мультимедийные и web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта;</li> <li>- проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей;</li> <li>- анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп;</li> <li>- проводить сегментирование рынка;</li> <li>- принимать решения, направленные на</li> </ul>	
--	--	---	--

		<p>продвижение рекламного продукта;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта;</li> <li>- работать с рекламой в средствах массовой информации;</li> <li>- проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком;</li> <li>- проводить презентацию рекламного продукта;</li> <li>- подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав;</li> <li>- осуществлять поиск различных рекламных идей;</li> <li>- планировать и подготавливать рекламные сообщения;</li> <li>- выбирать вид рекламы для реализации рекламной идеи;</li> <li>- применять документы для регистрации авторского права на рекламный продукт;</li> <li>- соблюдать соответствие рекламной идеи изготовлению рекламной продукции;</li> <li>- планировать работу в составе коллектива;</li> <li>- вести переговоры;</li> <li>- тестировать эффективность рекламы;</li> <li>- работать в рекламных акциях в качестве исполнителя.</li> </ul> <p><b>иметь практический опыт:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- выбора художественной формы реализации рекламной идеи;</li> <li>- создания визуального образа с рекламными</li> </ul>	
--	--	--	--

		<p>функциями;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- художественного конструирования рекламных продуктов по заданию;</li> <li>- выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта;</li> <li>- построения модели (макета, сценария) объекта с учетом выбранной технологии;</li> <li>- подготовки к производству рекламного продукта;</li> <li>- производства рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков;</li> <li>- выявления требований целевых групп потребителей;</li> <li>- разработки средств продвижения рекламного продукта;</li> <li>- разработки маркетинговой части бизнес-плана;</li> <li>- планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта;</li> <li>- контролирования соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя;</li> <li>- взаимодействия с субъектами рекламной деятельности;</li> <li>- подготовки документации для регистрации авторских прав;</li> <li>- поиска клиентов;</li> </ul>	
--	--	--	--



		<ul style="list-style-type: none"> <li>- консультирования клиента по предлагаемому товару, услуге;</li> <li>- заключения договоров;</li> <li>- ведения отчетности;</li> <li>- знания видов и типов рекламы;</li> <li>- продажи рекламы.</li> </ul>	
--	--	--	--