

Приложение  
К ОПОП ППСЗ по специальности  
42.02.01 «Реклама»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ  
ПРАКТИКИ

2020 г.

## СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ.....	3
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ.....	8
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ.....	10
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ.....	15
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСЬВЕННОЙ ПРАКТИКИ.....	18

# **1 ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ 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 ПП 4 курс – 2 недели, 72 часа
2. ПМ.02 ПП3, 4 курс – 4 недель, 144 часа
3. ПМ.03 ПП 3 курс – 1 неделя, 36 часов
4. ПМ.04 ПП - 2, 3 курс – 2 недели, 72 часа
5. ПМ.05 ПП - 2 курс – 1 неделя, 36 часов

## **2 РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ 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 Контакттировать со средствами массовой информации по вопросам размещения рекламы.

### 3 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

#### 3.1 Тематический план производственной практики

Код и наименование профессионального модуля	Наименования разделов практики	Производственная практика	
		Количество недель	Количество часов
1	2	3	4
ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции	Производственная практика ПМ 01	2	72
ПМ.02 Производство рекламной продукции	Производственная практика ПМ 02	4	144
ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта	Производственная практика ПМ 03	1	36
ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта	Производственная практика ПМ 04	2	72
ПМ 05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих: 20032 Агент рекламный	Производственная практика ПМ 05	1	36
<b>Всего</b>		<b>10</b>	<b>360</b>

### 3.2 Содержание производственной 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>	Определение искомых выгод потребителей на рынке рекламных услуг	6
		Разработка эскизов комбинированного логотипа компании на основе требований	6
		Создание макета комбинированного логотипа компании в цветовом решении	6
		Создание шаблона ценностного предложения	6
		Формирование УТП	6
		Защита отчета	6
		Разработка графического мудборда для последующего создания рекламного проспекта	6
		Разработка эскизов рекламного проспекта	6
		Создание дизайн-макета рекламного проспекта	6
		Разработка серии эскизов двухсторонней визитки компании в цветовом решении	6
		Разработка дизайн-макета двухсторонней визитки	6
		Дифференцированный зачет	6
Всего			72
Код профессионального модуля	Формируемый образовательный результат (практический опыт, уметь)	Содержание работ (детализация видов выполняемых работ)	Количество часов на каждый вид работы
ПМ.02	<b>уметь:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- осуществлять фотосъемку для производства рекламного продукта;</li> <li>- осуществлять видеосъемку для производства рекламного продукта;</li> </ul>	Ознакомление со структурой организации	6
		Ознакомление с фирменным стилем компании	6
		Составление эскизов для ребрендинга логотипа фирмы	6

	<ul style="list-style-type: none"><li>- использовать компьютерные технологии при создании печатного рекламного продукта;</li><li>- разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы;</li></ul> использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео-, анимации; <ul style="list-style-type: none"><li>- использовать мультимедийные и web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта;</li></ul> <b>иметь практический опыт:</b> <ul style="list-style-type: none"><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></ul>	Создание макета ребрендинга логотипа организации	6
		Внедрение нового логотипа в компанию	6
		Защита отчета	6
		Разработка вариантов эскизов визитки организации	6
		Разработка вариантов цветового решения эскизов визитки	6
		Разработка дизайн-макета визиток	6
		Разработка вариантов эскиз наружной рекламы (билборд)	6
		Разработка макета наружной рекламы (билборда)	6
		Защита отчета	6
		Разработка вариантов идеи каталога	12
		Создание эскизов рекламного каталога	12
		Выполнение съёмочного процесса имиджевой фотографии	12
		Произвести процесс съёмки объектов/предметов для каталога	6
		Обработка фотографий в фоторедакторе для каталога	6
Верстка рекламного каталога	18		
Дифференцированный зачет	6		
		<b>Всего</b>	<b>144</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> <ul style="list-style-type: none"><li>- проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей;</li><li>- анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп;</li></ul>	Составление информационно-правовой справки об организации. Изучение состава учредительных документов организации	6
		Составление проекта договора об оказании	6

<ul style="list-style-type: none"> <li>- проводить сегментирование рынка;</li> <li>- принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта;</li> <li><b>иметь практический опыт:</b></li> <li>- выявления требований целевых групп потребителей;</li> <li>- разработки средств продвижения рекламного продукта;</li> <li>- разработки маркетинговой части бизнес-плана</li> </ul>	рекламных услуг предприятия.	
	Рассмотрение и описание видов ответственности заказчиков и исполнителей при заключении договоров по оказанию рекламных услуг	6
	Анализ процессов продвижения рекламных продуктов на основании изученной базы рекламного предприятия	6
	Подготовка презентации маркетингового анализа компании.	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
ПМ.04	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; иметь практический опыт: - планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта; - контролирования соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя;	Составление плана и графика деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта в рекламной организации.	12
		Составление плана проведения процедуры контроля на соответствии рекламной продукции требованиям рекламодателя в рекламной организации.	12
		Осуществление работы с рекламой в средствах массовой информации рекламной организации	6
		Защита отчета	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.	12
		Подготовка документацию для регистрации авторских прав в рекламной компании.	12

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- взаимодействия с субъектами рекламной деятельности;</li> <li>- подготовки документации для регистрации авторских прав.</li> </ul>	Дифференцированный зачет	6
<b>Всего</b>			<b>72</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.05	<b>уметь:</b> 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. <b>иметь практический опыт:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- поиска клиентов;</li> <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>	Изучение сферы деятельности предприятия, его организационно-правовой формы.	6
		Изучение производственной деятельности предприятия и подразделений.	6
		Изучение маркетинговой и коммуникационной деятельности на предприятии.	6
		Методы разработки технической документации для создания и заказа рекламных конструкций.	6
		Методы создания эскизов, макетов, проектирования будущего рекламного продукта или мероприятия, используемые на	6
		Дифференцированный зачет	6
		<b>Всего</b>	<b>36</b>

## **4 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ**

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

Реализация программы производственной практики предполагает стажировку студента на предприятии услуг в области рекламы.

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. Шаменкова, Т. Ю. Технология выполнения окрашивания волос и химической (перманентной) завивки [Текст] : учебник для студ. учреждений сред. проф. образования / Т. Ю. Шаменкова. – 3-е изд., испр. – Москва : Академия, 2020. – 208 с., [8] с. цв. ил. : ил. - (Профессиональное образование) (Топ 50). – ISBN 978-5-4468-8417-9

2. Шаменкова, Т. Ю. Технология выполнения окрашивания волос и химической (перманентной) завивки : учебник для студ. учреждений сред. проф. образования / Т. Ю. Шаменкова. – 3-е изд., испр. – Москва : Академия, 2020. – 208 с., [8] с. цв. ил. : ил. - (Профессиональное образование) (Топ 50). – ISBN 978-5-4468-8417-9. - Текст: электронный // Электронная библиотека Академия. — URL : <https://academia-moscow.ru/catalogue/4831/473773/>
3. Васильева, Н. И. Технология выполнения постижерных изделий из натуральных и искусственных волос : учебник для студ. учреждений сред. проф. образования / Н. И. Васильева. – Москва : Академия, 2018. – 160 с. : ил., [16] с. цв. вкл. – ISBN 978-5-4468-7120-9
4. Ермилова, Д. Ю. История домов моды : учебное пособие для среднего профессионального образования / Д. Ю. Ермилова. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 443 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-06625-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515360> (дата обращения: 25.08.2023).
5. Королева, С. И. Моделирование причесок различного назначения с учетом актуальных тенденций моды : учебник для студ. учреждений сред. проф. образования / С. И. Королева. – 3-е изд., стер. – Москва : Академия, 2018. – 160] с., [16] с. цв. ил. - (Профессиональное образование) (Топ 50). – ISBN 978-5-4468-7302-9
6. Рычкова, Н. В., Основы маркетинга сферы услуг (для специальности "Парикмахерское искусство") : учебник / Н. В. Рычкова. — Москва : КноРус, 2022. — 209 с. — (для специальности "Парикмахерское искусство"). — ISBN 978-5-406-09677-2. — URL: <https://book.ru/book/943634> (дата обращения: 23.08.2023). — Текст : электронный.
7. М. А. Коргова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 197 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12330-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517850> (дата обращения: 25.08.2023).
8. Шаменкова, Т. Ю. Технология выполнения окрашивания волос и химической (перманентной) завивки [Текст] : учебник для студ. учреждений сред. проф. образования / Т. Ю. Шаменкова. – 3-е изд., испр. – Москва : Академия, 2020. – 208 с., [8] с. цв. ил. : ил. - (Профессиональное образование) (Топ 50). – ISBN 978-5-4468-8417-9

Дополнительные источники:

1. Масленникова Л.В. Выполнение стрижек и укладок волос, 2016 [www.academia-moscow.ru-ЭБС «Академия»](http://www.academia-moscow.ru-ЭБС «Академия»)
2. Плотникова И.Ю., Черниченко Т.А. Технология парикмахерских работ. М.: Академия, 2017



3. Журналы Долорес, 2020
4. Журнал ART Coiffure, 2020
5. Журнал Ki MAGAZIN / KPSMETIK INTERNATIONAL, 2020
6. Журнал VOGUE Россия, 2020

Интернет-ресурсы:

1. [www.hairs.ru](http://www.hairs.ru)

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

Реализация программы производственной практики осуществляется по договорам с базовыми предприятиями. Базами производственной практики являются рекламные компании или предприятия с рекламным отделом. Основными условиями прохождения производственной практики на данных предприятиях и организациях являются наличие квалифицированного персонала, оснащенность современным технологическим оборудованием, соблюдение санитарного состояния помещений.

#### **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 продукции в части соответствия ее</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 и экономические показатели деятельности рекламной</li> </ul>	<p>Экспертная оценка практического занятия</p>

	<p>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 Контакттировать со средствами массовой информации по вопросам размещения рекламы.</p>	<p>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.  <b>уметь:</b>  - осуществлять поиск</p>	
--	---	--	--

		<p>различных решений при создании рекламного продукта, услуги;</p> <ul style="list-style-type: none"> <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 продвижение рекламного продукта;</li> <li>- составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому</li> </ul>	
--	--	--	--

		<p>исполнению рекламного продукта;</p> <ul style="list-style-type: none"> <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 функциями;</li> <li>- художественного конструирования рекламных продуктов по заданию;</li> <li>- выбора и использования инструмента, оборудования и основных</li> </ul>	
--	--	--	--

		<p>изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта;</p> <ul style="list-style-type: none"> <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> <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>	
--	--	---	--