

Департамент культуры города Москвы

Государственное бюджетное профессиональное образовательное
учреждение города Москвы

«Театральный художественно – технический колледж»



УТВЕРЖДАЮ

Директор ГБПОУ г. Москвы

«ТХТК»

Волпянская О.И.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ) ПРАКТИКИ

Специальность 42.02.01

Реклама

Москва,
2015 год

ОДОБРЕНА
предметной (цикловой) комиссией
специальных дисциплин Анимации и
рекламы

Протокол № 1

от «03» сентября 2015 г.

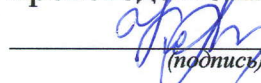
Председатель предметной (цикловой)
комиссии


(подпись)

/ Аксенова А.В.
(Ф.И.О.)

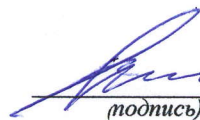
Разработана на основе Федерального
государственного образовательного
стандарта по специальности среднего
профессионального образования
42.02.01 Реклама

Заместитель директора по учебно-
производственной работе


(подпись)

/ Коренько Ю.В.
(Ф.И.О.)

Заведующий практикой


(подпись)

/ Новикова А.В.
(Ф.И.О.)

Составители (авторы):

Высоцкая Е.А., преподаватель профессиональных дисциплин, ГБПОУ
г. Москвы «ТХТК».

Новикова А.В. заведующий практикой ГБПОУ г. Москвы «ТХТК»

Программа согласована:

Резагайло И.В. Ген. Директор
(Ф.И.О., ученая степень, должность, наименование организации)



СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ПРАКТИКИ	7
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ	9
4. УСЛОВИЯ ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ	13
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ПРАКТИКИ	15

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ «ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ) ПРАКТИКИ»

1.1. Место учебной практики в структуре основной профессиональной образовательной программы (далее – ОПОП).

Программа **производственной (преддипломной) практики** является частью ОПОП по специальности СПО **42.02.01 Реклама**, в части освоения основных видов 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;

1.2. Цели и задачи практики.

Целью производственной (преддипломной) практики является:

- закрепление и углубление знаний, умений и навыков, полученных студентами в процессе обучения;
- овладение системой профессиональных умений и навыков и опытом профессиональной деятельности по специальности «Реклама» в соответствии с квалификационными требованиями, а также с учетом взаимосвязи теоретического и практического обучения, современного состояния и перспектив развития технологий производства рекламного продукта.

Основными задачами производственной (преддипломной) практики являются:

- расширение знаний по специальности;
- закрепление, расширение и систематизация знаний по специальным дисциплинам на основе изучения деятельности конкретного предприятия (рекламного агентства, рекламной компании, фото- или видеостудии);
- формирование профессиональных умений и навыков в производственно-технологической и организационно-управленческой деятельности специалиста, устойчивого интереса к творческой деятельности;
- приобретение опыта практической работы по специальности;
- формирование у обучающихся общих и профессиональных компетенций.

По профессиональной деятельности – ПМ 01. Разработка и создание дизайна рекламной продукции:

иметь практический опыт:

- выбора художественной формы реализации рекламной идеи;

- создания визуального образа с рекламными функциями;
- художественного конструирования рекламных продуктов по заданию.

уметь:

- осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги;
 - разрабатывать композиционное решение рекламного продукта;
- использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы;
- составлять рекламные тексты.

знать:

- выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы;
- приемы и принципы составления рекламного текста;
- композицию, шрифтовую и художественную графику в рекламе;
- методы проектирования рекламного продукта;
- методы психологического воздействия на потребителя.

По профессиональной деятельности – ПМ 02. Производство рекламной продукции:

иметь практический опыт:

- выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта;
- подготовки к производству рекламного продукта;
- производства рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков.

уметь:

- использовать компьютерные технологии при создании печатного рекламного продукта.

знать:

- технические и программные средства для создания печатного рекламного продукта;

По профессиональной деятельности – ПМ 03. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта:

иметь практический опыт:

знать:

- задачи, цели и общие требования к рекламе;
- основные направления рекламной деятельности;
- виды рекламной деятельности;
- структуру рекламного рынка.

уметь:

- проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей;
- анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп;
- проводить сегментирование рынка;
- принимать решения направленные на продвижение рекламного продукта.

иметь практический опыт:

- выявления требований целевых групп потребителей;
- разработки средств продвижения рекламного продукта;
- разработки маркетинговой части бизнес-плана.

По профессиональной деятельности – ПМ. 04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта:

знать:

- экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации;
- основные принципы работы организаций в условиях рыночной экономики;
- пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов;
- основные законы и нормативные акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации;
- аспекты планирования рекламы;
- этапы принятия и реализация управленческих решений;
- классификацию целей менеджмента.

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;
- взаимодействия с субъектами рекламной деятельности;
- подготовки документации для регистрации авторских прав.

1.3. Количество недель (часов) на освоение программы ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ) практики:

Всего 4 недели, 144 часа, (педагогическая нагрузка руководителя практики 72 часа).

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ПРАКТИКИ

Результатом производственной (преддипломной) практики является освоение общих компетенций (ОК):

Код	Наименование результата практики
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3.	Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях.
ОК 4.	Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5.	Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности.
ОК 6.	Работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7.	Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за 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.	Исполнять воинскую обязанность, в том числе с применением полученных профессиональных знаний (для юношей).
ОК 11.	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.
ОК 12.	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.

профессиональных компетенций (ПК):

Вид профессиональной деятельности	Код	Наименование результатов практики
1	2	3
Осуществлять поиск рекламных идей	ПК 1.1.	Придумывать эскизы рекламных продуктов

1	2	3
Осуществлять художественное конструирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.	ПК 1.2.	Использовать приемы и принципы составления рекламного текста на практике. Знать композиционные приемы, шрифтовую и художественную графику в рекламе.
Разрабатывать авторские рекламные проекты.	ПК 1.3.	Разрабатывать и создавать макеты рекламных продуктов: визиток, календаря, буклета, плакатов, стенда, фирменного бланка, конверта и папок.
Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.	ПК 1.4.	Знакомство с основными принципами оформления рекламных объявлений.
Создавать визуальные образы с рекламными функциями.	ПК 1.5.	Знакомство с основными принципами создания визуальных образов с рекламными функциями .
Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.	ПК 2.1	Выбирать определенные художественно-изобразительные средства, цветовую гамму, шрифты, композицию и метод рисования в зависимости от рекламного продукта
Создавать модели объекта с учетом выбранной технологии.	ПК 2.2.	Выбирать определенные компьютерные программы в зависимости от рекламного продукта
Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.	ПК 2.3.	Изготавливать макеты рекламной продукции в электронном и печатном виде
Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.	ПК 3.1.	Знакомство с основными принципами проведения социологических исследований.

1	2	3
Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.	ПК 3.2.	Знакомство со спецификой интегрированных маркетинговых коммуникаций.
Планировать собственную работу в составе коллектива Исполнителей.	ПК 4.1.	Организовывать собственную деятельность, оценку качества выполнения профессиональных задач.
Осуществлять самоконтроль исполнения изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.	ПК 4.2.	Планировать, разработки и техническое исполнение рекламного проекта; Контролировать соответствие рекламной продукции требованиям рекламодателя.
Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.	ПК 4.3.	Подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ) ПРАКТИКИ

3.1. Тематический план

Коды формируемых компетенций	Наименование профессионального модуля	Объем времени, отведенный на практику (в неделях, часах)	Сроки проведения
ПК 1.1, 1.2, ПК 1.3.	МДК.01.01 Художественное проектирование рекламного продукта МДК.01.02. Разработка творческой концепции рекламного продукта	54 часа	1-3 недели
ПК 2.1, 2.2, ПК 2.3	МДК.02.01 Выполнение рекламных проектов в материале	54 часа	1-3 недели
ПК 3.1., 3.2.	МДК.03.01 Маркетинг в рекламе МДК.03.02 Правовое обеспечение рекламной деятельности	18 часов	4 неделя
ПК 4.1., 4.2., ПК 4.3.	МДК.04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности	18 часов	4 неделя

3.2. Содержание практики

Виды деятельности	Виды работ	Содержание освоенного учебного материала, необходимого для видов работ	Наименование учебных дисциплин, междисциплинарных курсов с указанием тем, обеспечивающих выполнение видов работ	Количество часов	Формируемые компетенции
1	2	3	4	5	6
Вводное занятие	Ознакомление, изучение норм техники безопасности при выполнении работ.	Введение. Правила внутреннего распорядка. Инструктажи по технике безопасности, противопожарной безопасности, правила эксплуатации электрических приборов.		6	
Организация производственного процесса на предприятии	Ознакомление с организацией рекламной деятельности на предприятии.	Этапы и стадии творческого процесса составление текста и изображения, художественная редакция текста. Способы подачи рекламной информации через Интернет - разработка собственного сайта, рекламных баннеров и другие.	МДК.01.01 Художественное проектирование рекламного продукта МДК.01.02. Разработка творческой концепции рекламного продукта	6	ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.3.
Рекламные тексты и объявления	Ознакомление с правилами и формами создания рекламных текстов.	Разработка текстовых тем, выбор стиля, художественного оформления рекламного материала, выбор средств распространения рекламы.	МДК.01.01 Художественное проектирование рекламного продукта МДК.01.02. Разработка творческой концепции рекламного продукта	6	ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.3.

1	2	3	4	5	6
Организация рекламы в организации	Ознакомление с внешней рекламой современной организации (предприятия)	Интерьер организации (предприятия) как средство рекламы, оборудование для рекламы в организации (предприятии), освещение, цветовые и звуковые эффекты, рекламные указатели, рекламные мероприятия.	МДК.02.01 Выполнение рекламных проектов в материале	6	ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.3
Товарные знаки в рекламе	Понятие фирменного стиля, товарных знаков, требования к ним.	Порядок разработки и регистрации товарных знаков, использование товарных знаков.	МДК.03.02 Правовое обеспечение рекламной деятельности	12	ПК 3.2.
Создание печатной рекламы	Реклама в газетах, в журналах, в справочниках. Наружная реклама. Реклама на транспорте.	Создание текста печатной рекламы. Дизайн печатной рекламы: стадии разработки пакета; принципы дизайна печатной рекламы; цвет; шрифтовое оформление. Производство печатной рекламы.	МДК.03.01 Маркетинг в рекламе	12	ПК 3.1.
Создание рекламы для электронных масс-медиа	Рекламные радиоролики, формы создания и аппаратные средства. Телевизионные рекламные ролики: элементы; характеристик и обращения телевизионной рекламы.	Виды телевизионной рекламы. Создание рекламного текста для вещательных СМИ. Художественная редакция рекламных средств на ТВ. Планирование и производство вещательной рекламы. Реклама в Интернете: дизайн Web-сайта; дизайн баннерной рекламы.	МДК.01.02. Разработка творческой концепции рекламного продукта	12	ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.3.

1	2	3	4	5	6
Прямой маркетинг	Ознакомление с индустрией прямого маркетинга.	Медиа-средства прямого маркетинга: почтовая реклама; каталоги; телефонный маркетинг. Печатные медиа -средства, средства вещательной рекламы; Интернет. Управление базами данных. Интегрированный прямой маркетинг.	МДК.03.01 Маркетинг в рекламе	12	ПК 3.1.
Стимулирование продаж	Роль стимулирования в маркетинге.	Изучение стимулирования сбыта, направленного на потребителей. Стимулирование, направленное на посредника. Другие виды стимулирования.	МДК.04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности	12	ПК 4.1. ПК 4.2. ПК 4.3.
Деятельность публичных отношений (РК)	Цели, задачи и функции публичных отношений.	Сопоставление Р R и рекламы; виды деятельности PR; инструменты PR; PR для некоммерческих организаций. Оценка эффективности и мастерства работы службы PR.	МДК.04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности	12	ПК 4.1. ПК 4.2. ПК 4.3.
Торгово-розничная и деловая реклама	Изучение медиа-средств розничной и деловой рекламы.	Закупка пространства в местных СМИ. Деловая реклама: виды и цели деловой рекламы; создание деловой рекламы	МДК.01.02. Разработка творческой концепции рекламного продукта	12	ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.3.

1	2	3	4	5	6
Организация и планирование рекламных кампаний	Цели и виды рекламных кампаний, планирование этапов рекламной кампании, определение целевой аудитории рекламной кампании, создание рекламного обращения.	Структура плана кампании: ситуационный анализ; SWOT-анализ; стратегия кампании; стратегия коммуникаций; медиа-план; другие инструменты маркетинговых коммуникаций; ассигнования и бюджет кампании. Оценка кампании.	МДК.03.01 Маркетинг в рекламе МДК.04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности	12	ПК 3.1. ПК 4.1. ПК 4.2. ПК 4.3.
Работа специалиста по рекламе	Работа в качестве стажера в должности специалиста по рекламе	Моделирование решений профессиональных задач по созданию различных видов рекламной продукции, стимулированию сбыта, спонсорства и маркетинга специальных рекламных мероприятий, интерактивному стимулированию и стимулированию через Интернет.	МДК.04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности	12	ПК 4.1. ПК 4.2. ПК 4.3.
Сбор и обобщение материала для дипломной работы		При сборе информации особое внимание уделяется применению новых рекламных средств и технологий, компьютерной графики, широкого использования программных средств.		12	
			ИТОГО	144	

4. УСЛОВИЯ ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОВЕДЕНИИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ) ПРАКТИКИ

Во время производственной (преддипломной) практики студенты последовательно перемещаются для работы на разных участках. С этой целью для каждой группы составляется график распределения студентов.

4.1. Требования к документации, необходимой для проведения практики:

- Положение об учебной и производственной практике студентов, осваивающих основные профессиональные программы СПО;
- программа производственной (преддипломной) практики;
- договоры с организациями на проведение практики;
- календарно-тематический план;
- приказ о назначении руководителя практики от образовательного учреждения;
- график проведения практики;
- график защиты отчетов по практике.

4.2. Требования к учебно-методическому обеспечению практики:

Перед началом практики студент обязан совместно с руководителем разработать конкретные задания практики и календарный план их прохождения.

В первый день практики в организации (на предприятии) студенту необходимо:

- познакомиться с коллективом, в котором организовано прохождение практики;
- изучить правила внутреннего распорядка организации;
- изучить технику безопасности и расписаться в соответствующих документах.

В бланк индивидуального задания по практике необходимо ежедневно записывать краткие сведения о проделанной работе.

Во время практики необходимо четко выполнять рекомендации и указания руководителя практики.

В процессе прохождения практики студент выполняет задания, соблюдая календарный график.

Источником сбора, изучения, обобщения и анализа информации о предприятии являются:

- нормативно-правовые документы: устав и другие документы, регламентирующие деятельность предприятия;
- нормативно-правовые документы по основным направлениям деятельности предприятия, в том числе законы и другие подзаконные акты;
- положения о подразделениях, руководящие документы, методики, стандарты, должностные инструкции, процедуры;
- схемы организационных структур, оперативные документы, регламентирующие деятельность подразделения (непосредственного

- места прохождения практики);
- информация о продукте и технологиях организации (предприятия);
- личные наблюдения, беседы, опросы и т.п.

4.3. Требования к материально-техническому обеспечению:

Реализация программы производственной (преддипломной) практики осуществляется с использованием специального оборудования.

- средства обучения и обработки информации (компьютер, принтер, сканнер, ноутбук, мультимедийная установка);
- экран, проектор;
- студийное оборудование: отражатели, фоны, вспышки, стойки, насадки; фотоувеличитель, фотоаппараты.

4.4. Перечень учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные

№ п/п	Наименование	Автор	Издательство и год издания
1.	Основы рекламы	Рощупкин С.Н.	МГУКИ, г. Москва, 2008
2.	Изобразительные средства рекламы	Дегтярев А.Р.	Фаир-пресс, г. Москва 2006.
3.	Разработка рекламного продукта: Учебное пособие.	Романов А.А., Поляков В.А., Васильев Г.А.	– М.: ИНФРА - М, 2010.

Интернет-ресурсы

1. <http://hronofag.ru/> Статьи для разработки рекламных продуктов в Photoshop
2. <http://photoshoplove.ru/design/> Создание визиток в Photoshop
3. <http://sozdavaj.ru/> Создание визиток в Photoshop
4. <http://kalejdoskopphotoshopa.ru/> Создание коллажей в Photoshop
5. <http://machula.ru/sozдание-bukleta-v-redaktore-word/> Статья о разработке буклета в Word
6. <http://8art.ru/790-sozдание-plakata-v-fotoshop.html> Создание плаката в Photoshop
7. <http://www.youtube.com/watch?v=lgP0o4OKRIk> Создание плаката в Photoshop

4.5. Требования к руководителям практики от образовательного учреждения и организации

Требования к руководителям практики от образовательного учреждения: ✓
Высшее профессиональное образование по специальности, опыт работы не менее 3 лет, соответствующей профилю.

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ) ПРАКТИКИ

Оценка «Отлично». Обучающийся продемонстрировал наличие глубоких теоретических знаний учебного материала, предусмотренного программой, знание основной литературы, владение дополнительной информацией, владение умениями и навыками по программе практики, свободно ориентируется в деятельности объекта прохождения практики. Выполнены все задания, предусмотренные программой практики, обучающийся не имеет пропущенных дней практики.

Оценка «Хорошо». Обучающийся продемонстрировал знание основного теоретического материала и владение навыками, предусмотренными программой практики. Выполнены все задания, предусмотренные программой практики, обучающийся не имеет пропущенных дней практики.

Оценка «Удовлетворительно». Обучающийся продемонстрировал основные знания и навыки по программе практики. Выполнены основные задания, предусмотренные программой практики, не имеет пропущенных дней практики. Обучающийся затрудняется в ответе, возможно допущение ошибок и неточностей в ответе, но обучающийся обладает необходимыми знаниями для ответа на наводящие вопросы преподавателя.

Оценка «Неудовлетворительно». Обучающийся не продемонстрировал теоретических знаний и владений навыками по программе практики. Порядок представления отчетности по практике

Основной формой отчетности являются: аттестационный лист, характеристика студента от руководителя с места прохождения практики и проект выпускной квалификационной работы. При подведении итогов учитывается прилежание студентов к выполнению заданий, посещение и поведение на территории практики.