



Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация
«Многопрофильная Академия непрерывного образования»
АНПОО «МАНО»
Колледж

ПРИНЯТО

Решением Педагогического
совета АНПОО «МАНО»

Протокол № *01-01/26 от*

29.05.2023 г.



УТВЕРЖДАЮ

Ректор АНПОО «МАНО»

[Signature]
В.И. Гам

29 мая 20 23 г.

РАБОЧАЯ УЧЕБНАЯ ПРОГРАММА
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ) ПРАКТИКИ
для специальности
42.02.01 Реклама
Заочная форма обучения

Омск, 2023

Программа производственной (преддипломной) практики профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее СПО) **42.02.01 Реклама.**

Организация-разработчик:

АНПОО «Многопрофильная Академия непрерывного образования».

Разработчики:

Кичук Евгения Андреевна, преподаватель

Бугаев Анатолий Петрович, преподаватель

Беякова Светлана Александровна, преподаватель

Янабаева Нурия Шариполловна, преподаватель

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ) ПРАКТИКИ	стр. 4
2. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ) ПРАКТИКИ	12
3. ФОРМЫ ОТЧЕТНОСТИ ПО ИТОГАМ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ) ПРАКТИКИ	12
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ) ПРАКТИКИ	13
5. ПЕРЕЧЕНЬ РЕКОМЕНДУЕМЫХ УЧЕБНЫХ ИЗДАНИЙ, ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСОВ, ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	22

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ) ПРАКТИКИ

1.1. Место производственной (преддипломной) практики в структуре основной профессиональной образовательной программы

Программа преддипломной (преддипломной) практики является частью основной профессиональной образовательной программы (далее – ОПОП) по специальности СПО **42.02.01 Реклама**, в части освоения основных видов профессиональной деятельности.

1.2. Цель производственной (преддипломной) практики

Целью производственной (преддипломной) практики является комплексное освоение студентами всех видов профессиональной деятельности по специальности, формирование общих и профессиональных компетенций, а также приобретение необходимого опыта практической работы студентами по специальности в результате освоения профессиональных модулей.

Задачи преддипломной практики:

- закрепление теоретических знаний студентов, полученных в процессе обучения;
- сбор, обобщение и анализ материалов по теме ВКР;
- участие студента в практической работе на функциональном рабочем месте в соответствии со специальностью;
- изучение конкретного опыта и практики ведения общего делопроизводства и оформления документов в соответствии с выполняемыми обязанностями;
- овладение практическими навыками и методами необходимых для решения конкретных профессиональных задач.

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения профессионального модуля должен:

ПМ.01 «Разработка и создание дизайна рекламной продукции»

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен:

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 графики в рекламе;
- методы проектирования рекламного продукта;

методы психологического воздействия на потребителя.

ПМ.02 «Производство рекламной продукции»

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен:

иметь практический опыт:

- 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;

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;

знать:

- 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.

ПМ.03 «Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта».

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен:

иметь практический опыт:

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

уметь:

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

знать:

- задачи, цели и общие требования к рекламе;
- основные направления рекламной деятельности;
- виды рекламной деятельности;

структуру рекламного рынка.

ПМ.04 «Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта».

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен:

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;

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;

знать:

- экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации;
- основные принципы работы организации 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.

ПМ.05 «Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих».

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен:

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;

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

знать:

- экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной деятельности;
 - 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 реализации управленческих решений;
- классификацию целей менеджмента.

ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА:

5.1. Специалист по рекламе (базовой подготовки) должен обладать общими компетенциями, включающими в себя способность:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.

ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.

5.2. Специалист по рекламе (базовой подготовки) должен обладать профессиональными компетенциями, соответствующими видам деятельности:

5.2.1. Разработка и создание дизайна рекламной продукции.

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.

5.2.2. Производство рекламной продукции.

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.

5.2.3. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта.

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

ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.

5.2.4. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта.

ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.

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

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

1.3. Количество часов на освоение программы практики

Рабочая программа рассчитана на прохождение студентами практики в объеме 144 часов.

1.4. Требования к базам производственной (преддипломной) практики

Место и время проведения производственной (преддипломной) практики

Практика проводится согласно календарному учебному графику, утвержденному директором колледжа. Практика обучающихся проводится в организациях на основе прямых договоров между колледжем и организацией, в которую направляются обучающиеся. Направление деятельности организаций должно соответствовать профилю подготовки обучающихся.

Практика организуется и проводится в рекламных агентствах, рекламных организациях (производственные компании, фото и видео салоны, типографии и др).

2. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ) ПРАКТИКИ

Виды деятельности	Содержание практики, виды работ, задания	Количество часов
Разработка и создание дизайна рекламной продукции	<p>Задание 1. Ознакомление с предприятием (организацией). По результатам ознакомления с предприятием студент готовит краткую характеристику, в которой должно быть отражено следующее:</p> <ul style="list-style-type: none"> - краткая историческая справка предприятия (организации); - описание деятельности организации (предприятия), в которой отразить основные виды деятельности организации, ассортимент реализуемой продукции или оказываемых услуг, покупатели (заказчики) организации и др. (можно отразить специфику организации). <p>Задание 2. Описание рекламной деятельности, которая проводится на предприятии (в организации) (используемые средства распространения рекламы; примеры рекламной деятельности организации; представление в отчете рекламной печатной продукции, фото).</p> <p>Задание 3. Проведение исследования целевой аудитории с использованием различных методов (по выбору студента).</p> <p>Задание 4. Разработка макета любого вида рекламной продукции для решения конкретной проблемной ситуации организации (предприятия) (печатная, сувенирная, упаковочная продукция, любой вид наружной рекламы, теле, радио ролик и др.). Описание процесса последовательного изготовления продукции. Представление авторского оригинал-макета рекламной продукции, выполненного в цвете.</p> <p>5. Индивидуальное задание по написанию ВКР. Изучение практических вопросов организации исследования по теме ВКР.</p>	144
Производство рекламной продукции		
Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта		
Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта		

<p>Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих</p>	<p>Описание сущности задания, методов и способов его решения. Этапы выполнения задания (представить результаты в приложении к отчету).</p> <p>В выводах отчета проанализируйте результаты своей деятельности <i>по критериям</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> — самостоятельность в отборе необходимой текстовой и визуальной информации; — четкое соблюдение последовательности проектирования и разработки рекламного продукта (поиск рекламной идеи, выполнение вариантов эскизов для выполнения макета, применение приемов композиции, художественно-выразительных средств рекламы, разработка с оригинал-макета с помощью программного обеспечения); — правильность и точность выполнения заданий; — четкое, логически выстроенное описание процесса выполнения каждого задания. 	
---	--	--

3. ФОРМЫ ОТЧЕТНОСТИ ПО ИТОГАМ ПРАКТИКИ

- дневник практиканта,
- отчет студента о проделанной работе,
- характеристика руководителя практики от принимающей стороны.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ) ПРАКТИКИ

4.1. Контроль работы практикантов и их отчетность по каждому виду практики

Основными критериями оценивания результатов практики являются:

- объективность, всесторонний учет выполненного объема работы и анализ ее качества;
- учет индивидуально - личностных особенностей каждого студента, степень сформированности профессиональных компетенций;
- уровень профессиональной направленности: интерес к профессии, ответственное и творческое отношение к работе, инициативность, активность, самостоятельность, исполнительность, доброжелательное отношение к коллегам.

Учет выполненной работы ведется каждым студентом ежедневно в *дневнике практики*. Дневник практики заполняется по каждому виду практики. Записи в дневнике должны содержать краткое описание выполненной работы. Дневники проверяются и подписываются руководителями практики. По завершении каждого вида практики студент составляет план-*отчет*. В плане-отчете также может найти отражение работа, выполненная студентом по заданию работников баз практики. По отдельным видам практики дневник может иметь дополнительное содержание, прописанное в методических рекомендациях.

Итогом практики является ее защита в форме дифференцированного зачёта, где оцениваются уровень приобретенного практического опыта, компетенций, качество ведения дневника. По итогам практики выставляется оценка.

Подготовка и сдача отчета по практике предполагает подготовку портфолио:

- заполнение отчетных форм дневника;
- отзывы, благодарности от руководителей практик, руководства организаций, где студент проходил производственную практику;
- фото- и видеоматериалы, демонстрирующие наиболее интересные и проблемные моменты прохождения производственной практики;
- производственная характеристика.

4.2. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ВИДОВ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 1.1 Осуществлять поиск рекламных идей.	<ul style="list-style-type: none"> - иметь представление о важнейшем компоненте рекламной деятельности - создании рекламного продукта - знает виды рекламного продукта - знает психологию восприятия рекламного продукта - понимает сущность рекламной концепции и рекламной идеи - использовать методы активации поиска идей 	<p>Текущий контроль в форме:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экспертной оценки на практическом занятии; - защиты практических работ; - тестирования <p>Зачеты по производственной практике и разделам профессионального модуля.</p> <p>Экспертная оценка действия на практике, анализа (самоанализа) деятельности, решения конкретных ситуаций в период производственной практики.</p> <p>Квалификационный экзамен по профессиональному модулю.</p>
ПК. 1.2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.	<ul style="list-style-type: none"> - Имеет представление о видах художественной графики; - Знает приемы и средства композиционной организации; - Знает приемы и способы создания рекламного образа; - Знает изобразительные средства рекламы; - Выполняет эскизы от руки и с помощью компьютерных графических программ; - Использует выразительные возможности шрифтового изображения; - Использует различные художественные средства при разработке рекламного продукта 	<p>Квалификационный экзамен по профессиональному модулю.</p>

ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.	<ul style="list-style-type: none"> - знает основные этапы выполнения рекламного проекта; - проводит исследование; - разрабатывает дизайн-концепцию; - разрабатывает композиционно-пластические решения; - обосновывает идею проекта. 	
ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений	<ul style="list-style-type: none"> - имеет представление о профессиональном языке; - знает структуру рекламного текста; - знает принципы создания рекламного текста; - составляет и оформляет тексты рекламных объявлений 	
ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями	<ul style="list-style-type: none"> - знает приемы и способы создания рекламного образа; - использует различные способы при создании визуальных рекламных образов 	

ПМ.02 Производство рекламной продукции

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 2.1. Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы	<p>Точность подбора инструментов и материалов для изготовления Полиграфической рекламной продукции в соответствии с технологическими требованиями</p> <p>Точность подбора инструментов и материалов для создания фото и видео рекламы в соответствии с технологическими требованиями</p>	<p>Практические работы. Творческие работы. Отчет по учебной и производственной практике. Самостоятельная работа.</p>
ПК 2.2. Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.	<p>Соблюдение технологического процесса при создании макетов (моделей) полиграфической и сувенирной рекламной продукции с учетом выбранной технологии</p> <p>Соблюдение технологического процесса при создании сценарных планов</p>	

	<p>рекламной видео продукции с учетом выбранной технологии;</p> <p>Соблюдение технологического процесса при создании сценарных планов рекламной фото продукции с учетом выбранной технологии;</p>	
<p>ПК 2.3. Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.</p>	<p>Соблюдение технологического процесса при изготовлении полиграфической и сувенирной рекламной продукции в соответствии с техническим заданием</p> <p>Соблюдение технологического процесса при выполнении сценарного плана рекламной видеопроизводства в соответствии с техническим заданием;</p> <p>Соблюдение технологического процесса при выполнении сценарного плана рекламной фотопродукции в соответствии с техническим заданием</p>	

ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
<p>ПК 3.1. Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.</p>	<p>выявление требований целевых групп потребителей;</p>	<p>Текущий контроль в форме:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экспертной оценки на практическом занятии; - защиты практических работ; - тестирования <p>Зачеты по производственной практике и разделам профессионального модуля.</p> <p>Экспертная оценка действия на практике, анализа (самоанализа) деятельности, решения конкретных ситуаций в период производственной практики.</p> <p>Квалификационный</p>
<p>ПК. 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - разработка средств продвижения рекламного продукта; - разработка маркетинговой части бизнес-плана <p>- знает виды рекламной деятельности;</p> <p>знает структуру рекламного рынка.</p>	<p>Индивидуальные задания,</p> <p>экспертная оценка,</p> <p>производственная практика</p>

ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 4.1 Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.	<ul style="list-style-type: none"> - умение организации рабочего места; - навык планирования, разработки и технического исполнения рекламного продукта 	<p>текущий контроль в форме:</p> <ul style="list-style-type: none"> - оценки результатов выполнения практических работ по темам МДК; - оценка выполнения пробных самостоятельных заданий; - защита индивидуальных заданий; - наблюдение за прохождением практики;
ПК 4.2 Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.	<ul style="list-style-type: none"> - навык контролирования соответствия рекламного продукта требованиям рекламодателя - точность и аккуратность в составлении планов и графиков деятельности по изготовлению рекламного продукта 	<ul style="list-style-type: none"> - защита учебной и производственной практики
ПК 4.3 Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.	<ul style="list-style-type: none"> - умение подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав 	

**ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих,
должностям служащих**

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 1.1 Осуществлять поиск рекламных идей.	<ul style="list-style-type: none"> - иметь представление о важнейшем компоненте рекламной деятельности - иметь представление о создании рекламного продукта - знает виды рекламного продукта - знает психологию восприятия рекламного продукта - понимает сущность рекламной концепции и рекламной идеи - использовать методы активации поиска идей 	<p>Текущий контроль в форме:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экспертной оценки на практическом занятии; - защиты практических работ; - тестирования <p>Зачеты по производственной практике и разделам профессионального модуля.</p> <p>Экспертная оценка действия на практике, анализа (самоанализа) деятельности, решения конкретных ситуаций в период производственной практики.</p> <p>Квалификационный экзамен по профессиональному модулю.</p>
ПК. 1.2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.	<ul style="list-style-type: none"> - Имеет представление о видах художественной графики; - Знает приемы и средства композиционной организации; - Знает приемы и способы создания рекламного образа; - Знает изобразительные средства рекламы; - Выполняет эскизы от руки и с помощью компьютерных графических программ; - Использует выразительные возможности шрифтового изображения; - Использует различные художественные средства при разработке рекламного продукта 	
ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.	<ul style="list-style-type: none"> - знает основные этапы выполнения рекламного проекта; - проводит исследование; - разрабатывает дизайн-концепцию; - разрабатывает композиционно-пластические решения; - обосновывает идею проекта. 	

ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями	- знает приемы и способы создания рекламного образа; - использует различные способы при создании визуальных рекламных образов	
ПК 3.1. Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.	- выявление требований целевых групп потребителей;	
ПК. 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.	- разработка средств продвижения рекламного продукта; - разработка маркетинговой части бизнес-плана - знает виды рекламной деятельности; знает структуру рекламного рынка.	
ПК 4.3 Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.	- умение подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав	

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общих компетенций и обеспечивающих их умений.

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	Демонстрация интереса к будущей профессии через: - высокий уровень успешности студента в образовательном процессе, участие в различных мероприятиях колледжа; - умение грамотно строить	Итоговая аттестация. Оценка эссе. Общение, наблюдения, беседы в течении обучения

	беседы, логично излагать свои мысли касающиеся будущей профессиональной деятельности.	
ОК2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	<ul style="list-style-type: none"> - умение выбирать и применять методы и способы решения профессиональных задач в области разработки программных продуктов; - умение давать оценку эффективности и качеству выполнения проектных работ; умение рационально планировать и организовывать деятельность. 	Итоговая аттестация. Наблюдение, тестирование; Оценка и защита отчетов по практическим работам, учебным и производственным практикам.
ОК2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	<ul style="list-style-type: none"> - умение выбирать и применять методы и способы решения профессиональных задач в области разработки программных продуктов; - умение давать оценку эффективности и качеству выполнения проектных работ; - умение рационально планировать и организовывать деятельность. - 	Итоговая аттестация. Наблюдение, тестирование; Оценка и защита отчетов по практическим работам, учебным и производственным практикам.
ОК3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	<ul style="list-style-type: none"> - умение решать проблемы в стандартных и нестандартных ситуациях; - обоснованность способа решения проблемы; - ясность и аргументированность изложения собственного мнения; - достижение поставленных целей и задач при решении проблем 	Итоговая и рубежная аттестация. Наблюдения, тестирование.
ОК4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	<ul style="list-style-type: none"> - умение находить необходимую информацию для подготовки и решения задач; - навыки использования различных источников всех видов; - умение анализировать 	Рубежная аттестация. Наблюдения, тестирование. Анализ и оценка защиты рефератов, докладов, презентаций.

	<p>многообразие информации.</p> <ul style="list-style-type: none"> - обоснованность выбора информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития. - полнота, достоверность и научность собранной информации. - результативность информационного поиска. 	
<p>ОК 5. Использовать информационно – коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - умение применять информационно – коммуникационные технологии в своей профессиональной деятельности. 	<p>Анализ и оценка коммуникативных навыков студента на производственной практике.</p> <p>Рубежная аттестация.</p> <p>Наблюдения, тестирование.</p>
<p>ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - умение взаимодействовать со студентами, преподавателями в ходе обучения; - знание теории менеджмента о сотрудничестве с работниками в производственном коллективе. - использование делового стиля общения; - соблюдение субординационных отношений; - построение продуктивного процесса общения, толерантное восприятие позиции субъекта взаимодействия; - умение привлечь других субъектов трудового процесса к решению поставленных задач. 	<p>Итоговая аттестация, рубежная аттестация.</p>
<p>ОК7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения задания</p>	<ul style="list-style-type: none"> - умение проводить самоанализ и коррекцию результатов собственной работы; - умение организовывать выполнение задания при работе в группе; - проявляет ответственность за работу подчиненных, результат выполнения заданий. 	<p>Итоговая аттестация.</p> <p>Рубежная аттестация.</p> <p>Тесты – опросники.</p> <p>Наблюдение, беседы, анализ деятельности.</p>

ОК8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	- владение навыками самообразования; - умение строить траекторию собственного обучения и повышения квалификации.	Итоговая аттестация. Оценка самостоятельной работы, участие в НИР.
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	- умение анализировать перспективы инноваций в области разработки программных продуктов в области ИС; - умение использовать на практике современные технологии в области делопроизводства.	Рубежная аттестация. Наблюдение и оценка на практических занятиях, при выполнении работ по учебной и производственной практике.
ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.	- демонстрация готовности к исполнению воинской обязанности	
ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.	- организация самостоятельных занятий при изучении профессионального модуля - участвовать в научно-исследовательском обществе с дальнейшей возможностью практического применения результатов исследований.	

5. ПЕРЕЧЕНЬ РЕКОМЕНДУЕМЫХ УЧЕБНЫХ ИЗДАНИЙ, ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСОВ, ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Основные источники:

1. Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 552 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-8974-8.
2. Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 514 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10539-1.
3. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и

- доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 431 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-04657-1.
4. Боресков, А. В. Компьютерная графика : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. В. Боресков, Е. В. Шикин. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 219 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11630-4.
5. Трищенко, Д. А. Техника и технологии рекламного видео : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Д. А. Трищенко. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 177 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12575-7.

Дополнительные источники:

1. Рекламный дискурс и рекламный текст: коллективная монография / науч. ред. Т.Н. Колокольцева. – 3-е изд., стер. – Москва: Флинта, 2016. – 297 с.-
 2. Ежова, Е.Н. Лингвистика рекламного текста: монография / Е.Н. Ежова; Министерство образования и науки РФ, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Северо-Кавказский федеральный университет». – Ставрополь: СКФУ, 2018. – 211 с.
 3. Елисеенков, Г.С. Дизайн-проектирование: учебное пособие / Г.С. Елисеенков, Г.Ю. Мхитарян ; Министерство культуры Российской Федерации, Кемеровский государственный институт культуры, Институт визуальных искусств, Кафедра дизайна. – Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры, 2016. – 150 с.

Базы данных и/или Интернет-ресурсы:

1. <http://akot.rosmintrud.ru/> Единая общероссийская справочно-информационная система по охране труда

<http://www.edu.ru/> Библиотека федерального портала «РОССИЙСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ»

<http://www.consultant.ru> Справочная правовая система «Консультант Плюс»