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

ПРИНЯТО
Решением Педагогического совета
АНПОО «МАНО»
Протокол № 01-01/16 от
01.06.2022 г.

УТВЕРЖДАЮ
Ректор АНПОО «МАНО»
_____ В.И. Гам
«01» июня 2022 г.

РАБОЧАЯ УЧЕБНАЯ ПРОГРАММА

УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ
по профессиональному модулю
ПМ. 03 МАРКЕТИНГОВОЕ И ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РЕАЛИЗАЦИИ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА
для специальности
42.02.01 Реклама

Заочная форма обучения

Омск, 2022

Программа учебной 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».

Разработчик: Белякова Светлана Александровна, преподаватель.

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	4
2. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ	7
3. ФОРМЫ ОТЧЕТНОСТИ ПО ИТОГАМ ПРАКТИКИ	8
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	9
5. ПЕРЕЧЕНЬ РЕКОМЕНДУЕМЫХ УЧЕБНЫХ ИЗДАНИЙ, ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСОВ, ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	14

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ ПМ. 3 МАРКЕТИНГОВОЕ И ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РЕАЛИЗАЦИИ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА

1.1. Место учебной практики в структуре основной профессиональной образовательной программы

Программа учебной практики является частью основной профессиональной образовательной программы (далее – ОПОП) по специальности СПО 42.02.01 Реклама, в части освоения основного вида профессиональной деятельности: Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта.

1.2. Цель учебной практики

Целью учебной практики является создание условий для формирования у студентов общих и профессиональных компетенций, приобретения практического опыта.

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

ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА:

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности «Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта».

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.

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

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.

1.3. Количество часов на освоение программы практики

Рабочая программа рассчитана на прохождение студентами практики в объеме 36 часов.

1.4. Требования к базам 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.

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

2. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

Наименование профессионального модуля, МДК, разделов	**Содержание практики, виды работ, задания**	**Объем часов**
МДК 03.01 Маркетинг в рекламе МДК 03.02 Правовое обеспечение рекламной деятельности	**Задание на учебную практику (виды работ):** 1. Охарактеризовать предприятие (рекламодателя) и его организационно-правовую структуру. 2. Изучить состав учредительных документов организации и составить их перечень. 3. Проанализировать маркетинговую деятельность предприятия. 4. Составить проект договора об оказании рекламных услуг на основании изученных хозяйственных договоров рекламного предприятия 5. Составить проект претензии заказчика о нарушении условий договора об оказании рекламных услуг на основании изученной правовой базы рекламного предприятия	36
Итоговая аттестация	Дифференцированный зачет	

3. ФОРМЫ ОТЧЕТНОСТИ ПО ИТОГАМ ПРАКТИКИ

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

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Работа над отчетом по практике должна позволить руководителю оценить уровень развития следующих профессиональных и общих компетенций студента:

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	**Основные показатели оценки результата**	**Формы и методы контроля и оценки**
ПК 3.1. Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.	выявление требований целевых групп потребителей;	Текущий контроль в форме: - экспертной оценки на практическом занятии; - защиты практических работ; - тестирования Зачеты по производственной практике и разделам профессионального модуля. Экспертная оценка действия на практике, анализа (самоанализа) деятельности, решения конкретных ситуаций в период производственной практики. Квалификационный Индивидуальные задания, экспертная оценка, производственная практика
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.	

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.	- 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.	- 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.	- 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.	- 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.
	многообразие информации. - обоснованность выбора информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития. - полнота, достоверность и научность собранной информации. - результативность информационного поиска.	
ОК 5. Использовать информационно – коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности.	- умение применять информационно – коммуникационные технологии в своей профессиональной деятельности. .	Анализ и оценка коммуникативных навыков студента на производственной практике. Рубежная аттестация. Наблюдения, тестирование.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	- 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.	Итоговая аттестация, рубежная аттестация.
ОК7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения задания	- умение проводить самоанализ и коррекцию результатов собственной работы; - умение организовывать выполнение задания при работе в группе; - проявляет ответственность за работу подчиненных, результат выполнения заданий.	Итоговая аттестация. Рубежная аттестация. Тесты – опросники. Наблюдение, беседы, анализ деятельности.

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.	

Оценка индивидуальных образовательных достижений по результатам текущего контроля и промежуточной аттестации производится в соответствии с универсальной шкалой (таблица).

Процент результативности (правильных ответов)	**Качественная оценка индивидуальных образовательных достижений**	
	балл (отметка)	**вербальный аналог**
90 ÷ 100	5	отлично
80 ÷ 89	4	хорошо
70 ÷ 79	3	удовлетворительно
менее 70	2	не удовлетворительно

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

Основные источники:

1. Семенова, Л. М. Маркетинг в рекламе. Имиджбилдинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. М. Семенова. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 141 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11529-1.
2. Щепилова, Г. Г. Маркетинговое и правовое обеспечение рекламной деятельности : учебник для среднего профессионального образования / Г. Г. Щепилова, К. В. Щепилов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2018. — 381 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-01247-7.

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»