

Министерство образования и молодежной политики Свердловской области
ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ
КОЛЛЕДЖ УПРАВЛЕНИЯ И СЕРВИСА «СТИЛЬ»

СОГЛАСОВАНО

Заместитель директора по УР

 Н.В. Белоносова
10.01.2022

УТВЕРЖДЕНО

Зам. директора по УПР


 Качинская М.Н
10.01.2022

ПРОГРАММА ПРЕДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ

основной профессиональной образовательной
программы
специальность 42.02.01 Реклама

Екатеринбург
2022

ОДОБРЕНО
Координационно-методическим советом
ГАПОУ СО «Колледж управления и сервиса
«Стиль»
Заведующий информационно-методическим
центром


_____ Н.В. Гамкова
Протокол № 3 от «10» января 2022 г.

Разработана на основе федерального
государственного образовательного
стандарта СПО по специальности
42.02.01 Реклама
(утвержден Приказом Минобрнауки
России от «12» мая 2014 № 510)

СОГЛАСОВАНО
Заведующий отделением творчества и дизайна
_____ Е.Ю. Потапова
«10» января 2022 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ)	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ) ПРАКТИКИ	4
3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ) ПРАКТИКИ	6
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ) ПРАКТИКИ	14
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ) ПРАКТИКИ	16

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ) ПРАКТИКИ

1.1. Область применения программы

Рабочая программа производственной (преддипломной) практики является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01Реклама.

1.2. Цели и задачи производственной (преддипломной) практики:

Производственная (преддипломная) практика направлена на углубление первоначального практического опыта обучающегося по видам 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», развитие общих и профессиональных компетенций, проверку его готовности к самостоятельной трудовой деятельности, а также на подготовку к выполнению выпускной квалификационной работы.

1.3. Количество часов на освоение программы производственной (преддипломной) практики: Всего – 144 часа.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ) ПРАКТИКИ

Результатом производственной (преддипломной) практики является закрепление первоначального практического опыта и развитие профессиональных (ПК) и общих (ОК) компетенций:

Код	Наименование результата обучения
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.
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.

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПРЕДИДИПЛОМНОЙ) ПРАКТИКИ

3.1. Тематический план производственной (преддипломной) практики

Код ПК	Код и наименование профессиональных модулей	количество часов	Наименования разделов практики	количество часов по разделам
1	2	3	4	5
			Инструктаж по прохождению практики	2
ПК 1.1-1.5	ПМ 01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции	22	Тема 1 Выбор художественной формы реализации рекламной идеи Тема 2 Создания визуального образа с рекламными функциями Тема 3 Художественного конструирования рекламных продуктов по заданию	4 10 8
ПК 2.1-2.3	ПМ 02 Производство рекламной продукции	28	Тема 4 Выбор и использование инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта Тема 5 Построение модели (макета, сценария) объекта с учетом выбранной технологии	8 8
ПК 3.1-3.2	ПМ 03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта	24	Тема 6 Подготовка к производству рекламного продукта Тема 7 Производство рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков	6 6
ПК 4.1-4.3	ПМ 04 Организация и управление процессом	26	Тема 8 Выявление требований целевых групп потребителей Тема 9 Разработка средств продвижения рекламного продукта Тема 10 Разработка маркетинговой части бизнес-плана Тема 11 Планирование, разработка и техническое исполнение рекламного проекта	10 12 12 6

	изготовления рекламного продукта		Тема 12 Контроль соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя	6
			Тема 13 Взаимодействие с субъектами рекламной деятельности	6
			Тема 14 Подготовка документации для регистрации авторских прав	8
ПК 1.1- 1.5, 2.1-2.3, 3.1-3.2, 4.1-4.3	ПМ 05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих	30	Тема 15 Работа с заданиями по дипломной работе	30
ОК 1-11		10	Подготовка отчета по практике	10
Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета				2
Итого				144

3.2. Содержание производственной (преддипломной) практики

Наименование тем практики	Виды работ	Объем часов	Формируемые компетенции
1	2	4	5
Инструктаж по прохождению практики		2	ОК 1
Тема 1 Выбор художественной формы реализации рекламной идеи	<p>Содержание</p> <p>1. Описать возможные решения при создании рекламного продукта, услуги.</p> <p>2. Разработать и создать дизайн различных видов рекламной продукции рекламных афиш, плакатов, информационных листовок, объявлений, буклетов, флаеров, фирменного стиля и др.</p>	4	ПК 1.1.-1.5 ОК 1-11

<p>Тема 2 Создания визуального образа с рекламными функциями</p>	<p>Содержание</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Описать выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы. 2. Описать приемы и принципы составления рекламного текста 3. Создать и сформировать рекламный текст для разработанной рекламной продукции компании 	<p>10</p>	<p>ПК 1.1.1.5. ОК 1-11</p>
<p>Тема 3 Художественного конструирования рекламных продуктов по заданию</p>	<p>Содержание</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Разработать макет товарного знака на основе брифа рекламодателя. 2. Создать макет сувенирной продукции для компании в зависимости от целей, задач и бюджета рекламной компании. 	<p>8</p>	<p>ПК 1.1.1.5. ОК 1-11</p>
<p>Тема 4 Выбор и использование инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта</p>	<p>Содержание</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Описать основные инструменты, оборудование и основные изобразительные средства и материалы используемые при исполнении рекламного продукта 2. Разработать серию рекламных плакатов для рекламной организации (базы практики), количество макетов не менее 3-х. 	<p>8</p>	<p>ПК 2.1.2.3. ОК 1-11</p>
<p>Тема 5 Построение модели (макета, сценария) объекта с учетом выбранной технологии</p>	<p>Содержание</p>	<p>8</p>	<p>ПК 2.1.2.3. ОК 1-11</p>

	<ol style="list-style-type: none"> 1. Описать основные компьютерные технологии, которые используются при создании печатного продукта в рекламной организации (база практики). 2. Разработать и выполнить модель изделия в программе Corel Draw, по заданию руководителя производственной практики от организации. 3. Разработать 2D –модели и подготовить файл 2D- модели изделия для его дальнейшего изготовления на станке для лазерной резки, по заданию руководителя производственной практики от организации. 	6	ПК 2.1.2.3. ОК 1-11
<p>Тема 6 Подготовка к производству рекламного продукта</p>	<p>Содержание</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Описать основные этапы технологии разработки и производства рекламной продукции в рекламной организации (базы практики). 2. Создать и подготовить к производству рекламный продукт по заданию руководителя производственной практики от организации. 	6	ПК 2.1.2.3. ОК 1-11
<p>Тема 7 Производство рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков</p>	<p>Содержание</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Описать основные психологические восприятия рекламного продукта потребителем. 2. Проанализировать как осуществляется в рекламной организации (база практики) правовое обеспечение рекламной деятельности и требований заказчиков. 	6	ПК 2.1.2.3. ОК 1-11
<p>Тема 8 Выявление требований целевых групп потребителей</p>	<p>Содержание</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Проанализировать кто является целевой группой потребителей рекламной организации (базы практики). 2. Провести сегментирование потребителей рекламной организации (базы практики) и описать каждый сегмент. 3. Разработать предложения по расширению целевых групп потребителей. 	10	ПК 3.1.3.2. ОК 1-11
	<p>Содержание</p>		

Тема 9 Разработка средств продвижения рекламного продукта	<ol style="list-style-type: none"> 1. Описать основные средства продвижения рекламного продукта, используемые в рекламной организации (база практики). 2. Разработать средства продвижения рекламного продукта для рекламной организации (база практики) с целью повышения эффективности деятельности. 	12	ПК 3.1.3.2. ОК 1-11
Тема 10 Разработка маркетинговой части бизнес-плана	<p>Содержание</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Описать внешнее окружение: STEP факторы, которые влияют на деятельность рекламной организации (база практики). 2. Провести SWOT-анализ рекламной организации (база практики). 3. Разработать маркетинговую часть бизнес-плана рекламной организации. 	12	ПК 3.1.3.2. ОК 1-11
Тема 11 Планирование, разработка и техническое исполнение рекламного проекта	<p>Содержание</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Описать систему планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта в рекламной организации (база практики). 2. Разработать предложения по совершенствованию системы планирования и текущей деятельности для рекламной организации (база практики). 	6	ПК 4.1.4.3. ОК 1-11
Тема 12 Контроль соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя	<p>Содержание</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Изучить и описать как осуществляется функция контроля соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя в рекламной организации (база практике). 2. Разработать систему мероприятий по совершенствованию контроля соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя. 	6	ПК 4.1.4.3. ОК 1-11
Тема 13 Взаимодействие с субъектами рекламной деятельности	<p>Содержание</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Описать взаимодействие рекламной организации (база практики) с субъектами рекламной деятельности. 2. Разработать систему эффективных мероприятий по взаимодействию с 	6	ПК 4.1.4.3. ОК 1-11

	субъектами рекламной деятельности для рекламной организации (базы)	
--	--	--

	практики).			
Тема 14 Подготовка документации для регистрации авторских прав	Содержание			
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Описать процедуру подготовки документации для регистрации авторских прав в рекламной организации (базы практики). 2. Составить и приложить к отчету документы необходимые для регистрации авторских прав. 	8		ПК 4.1.4.3. ОК 1-11
Тема 15 Работа с заданиями по дипломной работе	<ol style="list-style-type: none"> 1. Выполнить индивидуальные задания, выданные дипломным руководителем. 	30		ПК 1.1-1.5, 2.1-2.3, 3.1-3.2, 4.1-4.3 ОК 1-11
Подготовка отчета по практике	Работа в колледже с руководителем практики, формирование отчета, сдача его на проверку руководителю.	10		ПК 1.1-1.5, 2.1-2.3, 3.1-3.2, 4.1-4.3 ОК 1-11
Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета		2		ПК 1.1-1.5, 2.1-2.3, 3.1-3.2, 4.1-4.3 ОК 1-11
Итого		144		