

Автономная некоммерческая организация профессионального образования
«ПЕРМСКИЙ ГУМАНИТАРНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»
(АНО ПО «ПГТК»)

УТВЕРЖДАЮ

Заместитель директора
по учебно-методической работе

Елькина З.Д.

«28» февраля 2020 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ
профессионального модуля ПМ.05 «Выполнение работ по одной или
нескольким профессиям рабочих, должностных служащих «Агент
рекламный»»

42.02.01 Реклама

(код и наименование специальности)

Квалификация выпускника
Специалист по рекламе

(базовая подготовка)

Форма обучения
Очная

Пермь 2020 г.

Рабочая программа учебной практики профессионального модуля ПМ.05 «Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностных служащих «агент рекламный»» разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования 42.02.01 Реклама (базовая подготовка), утвержденного приказом Минобрнауки России от 12.05.2014 № 510.

Программа предназначена для студентов и преподавателей АНО ПО «ПГТК».

Автор – составитель: Мусин Э.Р., преподаватель.

Рабочая программа профессионального модуля рассмотрена и одобрена на заседании кафедры дизайна, протокол № 3 от 17.02.2020

Рекомендована к утверждению педагогическим советом АНО ПО «ПГТК» (протокол от «21» февраля 2020 г. № 3)

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

1.1. Область применения программы учебной практики

Программа учебной практики является частью программы подготовки специалистов среднего звена (далее - ППССЗ) в соответствии с требованиями ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама (базовая подготовка).

1.2. Место учебной практики в структуре образовательной программы

Учебная практика реализуется по каждому из видов профессиональной деятельности, предусмотренных ФГОС СПО по ППССЗ по специальности 42.02.01 Реклама (базовой подготовка):

ПМ.05 «Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностных служащих «агент рекламный».

Теоретической основой учебной практики обучающихся выступают следующие МДК:

МДК 05.01 Основы рекламы, организация рекламной деятельности;

1.3. Цели и задачи учебной практики

Практика имеет целью комплексное освоение обучающимися всех видов профессиональной деятельности по специальности среднего профессионального образования, формирование общих и профессиональных компетенций, а также приобретение необходимых умений и опыта практической работы по специальности.

Учебная практика направлена на формирование у студентов практических профессиональных умений, приобретение первоначального практического опыта, реализуется в рамках модулей ООП СПО по основным видам профессиональной деятельности для последующего освоения ими общих и профессиональных компетенций по избранной специальности.

Задачи практики:

- закрепление и использование специальных знаний, полученных в рамках профессионального модуля;
- преобразование приобретенных теоретических знаний в систему профессиональных умений;
- овладение современными методами сбора, анализа и обработки научной информации по проблеме;
- подбор и анализ основной и дополнительной литературы в соответствии с проблематикой работ, выполняемых во время практики;
- приобретение опыта практической работы в соответствии с требованиями, установленными ФГОС СПО по специальности – 42.02.01 Реклама.

Планируемые результаты практики

В результате прохождения учебной практики обучающийся должен:

иметь практический опыт:

- *ведения переговоров с заказчиком;*
- *использования офисной оргтехники, информационных и коммуникационных технологий при получении и оформлении заказа;*
- *создания и оформления простых текстов рекламных объявлений;*
- *работы в рекламных акциях в качестве исполнителя;*
- *использования современных информационных и коммуникационных средств продвижения рекламы;*
- *использования информационных технологий для обработки текстовой информации;*
- *использования информационных технологий для получения и несложной обработки графической информации.*

уметь:

- *контактировать с заказчиками рекламного продукта и вести переговоры с заказчиком;*
- *осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг;*
- *выбирать и использовать различные виды средств распространения рекламы;*
- *проводить основные мероприятия связей с общественностью;*
- *применять средства связи;*
- *пользоваться специализированным программным обеспечением для обработки графических изображений;*

знать:

- *виды рекламной деятельности;*
- *виды рекламных средств и средств распространения рекламы;*
- *требования к рекламированию товаров и услуг, установленные законом;*
- *субъекты рекламного процесса и их взаимодействие;*
- *правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию рекламных услуг;*
- *ответственность участников рекламного процесса за ненадлежащую рекламу;*
- *социально-психологические основы рекламы;*
- *факторы и методы воздействия рекламы на человека;*

- факторы, влияющие на покупку товаров;
- информационные материалы связей с общественностью, их виды;
- средства копирования и оперативного размножения документов;
- основные виды производства рекламного продукта;
- правила составления рекламных текстов;
- основные средства компьютерной обработки информации;
- средства информационно-коммуникационного обеспечения;
- направления рекламной работы;
- содержание рекламной информации;
- применяемые средства рекламы;
- рекламные мероприятия.

1.4. Результаты учебной практики (по профилю специальности)

Результатом учебной практики является формирование общих и профессиональных компетенций:

Таблица 2 - Профессиональные компетенции (ПК)

Код профессиональных компетенций	Наименование результата обучения
<i>вид профессиональной деятельности: Выполнение работ по одной или нескольким, должностям служащих и соответствующих профессиональных компетенций</i>	
ПК 1.1.	Осуществлять поиск рекламных идей.
ПК 5.1.	Осуществлять работу с клиентами: по поиску, привлечению и ведению переговоров, а также владеть технологиями продаж.
ПК 5.2.	Принимать участие в рекламных акциях в качестве исполнителя или посредника по предоставлению рекламных услуг
ПК 5.3.	Использовать офисную оргтехнику, информационные и коммуникационные технологии при оформлении договорной и финансовой документации с заказчиком, применяя в работе правовые нормы рекламного законодательства, регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг.
ПК 5.4.	Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений с использованием компьютерных технологий для обработки текстовой информации. Владеть начальными приемами создания и обработки изображений.

Формой промежуточной аттестации по учебной практике по ПМ.05.01 является дифференцированный зачет.

Для проведения промежуточной аттестации разработаны фонд-оценочных средств, включающие в себя материалы, предназначенные для определения соответствия индивидуальных образовательных достижений обучающихся основным показателям результатов обучения. В процессе аттестации проводится анализ сформированности профессиональных компетенций, приобретенного практического опыта обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС СПО по специальности.

Продолжительность практики – 36 академических часа (1 недели).

Формой отчетности по результатам практики является отчет.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ: ПРАКТИКИ ПО ПРОФИЛЮ СПЕЦИАЛЬНОСТИ

2.1. Объем производственной практики по ПМ.05

<i>Вид практики</i>	<i>Объем часов по очной форме обучения кол-во часов / неделя</i>
Учебная практика	36 часов / 1 неделя

2.2. Тематический план, структура и содержание учебной практики

Тематический план и содержание учебной практики в структуре ПМ.05. Выполнение работ по одной или нескольким, должностям служащих (36 часов)

Код и наименование профессиональных модулей и тем учебной практики	Содержание учебных занятий	Объем часов	Коды профессиональных компетенций
1	2	3	
ПМ.05. Выполнение работ по одной или нескольким, должностям служащих		36	
	Организационное собрание курса. Инструктаж по прохождению практики, цели, задачи, структура отчета.	2	ПК. 5.3; ПК.5.4 ОК1-ОК9
	Осуществление деятельности по поиску и сбору информации по техническому заданию заказчика. Ведение переговоров с заказчиком.	4	ПК. 5.1; ПК.5.2; ПК.5.3 ОК1-ОК9
	Создание и оформление информационных, рекламных текстов.	8	ПК. 5.3; ПК.5.4 ОК1-ОК9
	Разработка концепции рекламного продукта по техническому заданию заказчика.	10	ПК.5.1; ПК. 5.2; ПК. 5.3; ПК.5.4 ОК1-ОК9
	Использование офисной оргтехники, информационных и коммуникационных технологий для обработки текстовой и графической информации.	6	ПК.5.1; ПК. 5.3; ПК.5.4 ОК1-ОК9
	Подведение итогов практики и систематизация документов по практике: составление отчета по практике, заключительная беседа с руководителем практики, проверка отчета и подписание приложений документов практики.	4	ПК.5.1; ПК. 5.2; ПК. 5.3; ПК.5.4 ОК1-ОК9
	Дифференцированный зачет	2	ПК.5.1-ПК5.4 ОК1-ОК9

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

3.1. Требования к документации, необходимой для проведения учебной практики

Для проведения учебной практики в образовательной организации предусматривается следующая документация:

- положение о практике обучающихся, осваивающих образовательные программы среднего профессионального образования (программы подготовки специалистов среднего звена – ППССЗ) в АНО ПО «ПГТК»;
- рабочий график (план) проведения практики (дневник практики);
- индивидуальное задание на практику;
- аттестационный лист;
- программа учебной практики;
- приказ о направлении обучающихся на практику, назначении руководителей практики от образовательной организации, закреплении обучающихся за базами практики;
- отчет по практике.

3.2. Требования к материально-техническому обеспечению учебной практики

Учебная практика проводится в учебных кабинетах и в лаборатории информационных и коммуникационных технологий АНО ПО «ПГТК».

Оборудование учебного кабинета: учебная классная доска, комплект учебной мебели, жалюзи.

Оборудование лаборатории и рабочих мест лаборатории:

25 персональных компьютеров AMD A8-9600 Radeon R7 10 compute cores 4C +6G 3.10; 8 Gb Ram; 120 Gb SSD; 500 GB HDD; Win 10 home edition 20H2 с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации, к ЭБС;

технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории: мультимедийный проектор (1 шт) Benq MW826ST, экран, МФУ (1 шт) HP LaserJet M1120 MFP; учебно-наглядные пособия; специализированная мебель: компьютерные столы, кресла компьютерные вращающиеся на колёсиках, учебные столы, стулья, стол для преподавателя, мягкий стул.

3.3. Информационное обеспечение реализации программы

Основные источники:

1. Захаров, Е. Е. Основы рекламы : учебное пособие / Е. Е. Захаров. — Саратов : Саратовский государственный технический университет имени Ю.А. Гагарина, ЭБС АСВ, 2012. — 40 с. — ISBN 978-5-7433-2516-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/76497.html> (дата обращения: 14.12.2020). — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/76497>

2. Основы рекламы : учебное пособие / . — Саратов : Научная книга, 2012. — 106 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/8216.html> (дата обращения: 14.12.2020). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

3. Тевлюкова, О. Ю. Основы рекламы : учебное пособие / О. Ю. Тевлюкова. — Новосибирск : Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ», 2015. — 156 с. — ISBN 978-5-7014-0707-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/87143.html>

(дата обращения: 14.12.2020). — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/87143>

4. Арутюнова, Е. А. Основы рекламы : практикум / Е. А. Арутюнова. — Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2015. — 122 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/62977.html> (дата обращения: 14.12.2020). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

Дополнительные источники:

1. Паршукова, Г. Б. Реклама в коммуникационном процессе : учебное пособие / Г. Б. Паршукова, Т. А. Воробьёва. — Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2011. — 64 с. — ISBN 978-5-7782-1598-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/45008.html> (дата обращения: 14.12.2020). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

2. Паршукова, Г. Б. Реклама в коммуникационном процессе : учебно-методическое пособие / Г. Б. Паршукова. — Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2011. — 36 с. — ISBN 978-5-7782-1879-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/45009.html> (дата обращения: 14.12.2020). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

3. Резепов, И. Ш. Психология рекламы и PR : учебное пособие / И. Ш. Резепов. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 224 с. — ISBN 978-5-394-01553-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/75203.html> (дата обращения: 14.12.2020). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

4. Васильев, Г. А. Основы рекламы : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлениям 080100 «Экономика», 080300 «Коммерция», 080500 «Менеджмент» / Г. А. Васильев, В. А. Поляков. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 718 с. — ISBN 5-238-01059-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/81816.html> (дата обращения: 14.12.2020). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

5. Головлева, Е. Л. Основы брендинга : учебное пособие / Е. Л. Головлева. — Москва : Московский гуманитарный университет, 2011. — 164 с. — ISBN 978-5-98079-748-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/8613.html> (дата обращения: 14.12.2020). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

6. Ферафонтова, М. В. Политика государственного брендинга. Проблемы, перспективы развития : монография / М. В. Ферафонтова, Е. В. Филатов. — Москва : ИД «Экономическая газета», ИТКОР, 2012. — 114 с. — ISBN 978-5-905735-12-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/8369.html> (дата обращения: 14.12.2020). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

7. Сайкин, Е. А. Основы брендинга : учебное пособие / Е. А. Сайкин. — Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2016. — 55 с. — ISBN 978-5-7782-2906-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/91636.html> (дата обращения: 14.12.2020). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

8. Хамаганова, К. В. Стратегический брендинг : учебное пособие / К. В. Хамаганова. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2017. — 60 с. — ISBN 978-5-7937-1446-4. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/102680.html> (дата обращения: 02.08.2020). — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/102680>

9. Лесли де, Чернатони Брендинг. Как создать мощный бренд : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям 080111 «Маркетинг», 080300 «Коммерция», 070801 «Реклама» / Лесли Чернатони де, МакДональд Малькольм ; перевод Б. Л. Ерёмин. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 559 с. — ISBN 5-238-00894-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/71210.html> (дата обращения: 14.12.2020). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

10. Побединская, Е. А. Технологии брендинга территории : курс лекций / Е. А. Побединская, П. И. Срыбная. — Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2018. — 98 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/92765.html> (дата обращения: 14.12.2020). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

11. Терентьев, Ю. В. Проектирование брендинговых кампаний : учебное пособие / Ю. В. Терентьев. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2020. — 103 с. — ISBN 978-5-7937-1908-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/118411.html> (дата обращения: 04.12.2020). — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/118411>

12. Мазилкина, Е. И. Искусство успешной презентации : практическое пособие / Е. И. Мазилкина. — 2-е изд. — Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 151 с. — ISBN 978-5-4486-0469-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/79633.html> (дата обращения: 14.12.2020). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

13. Комиссарова, М. Н. Разработка проектов: рекламный менеджмент и маркетинг : учебное пособие для СПО / М. Н. Комиссарова. — Саратов : Профобразование, 2020. — 135 с. — ISBN 978-5-4488-0848-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/95594.html> (дата обращения: 14.12.2020). — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/95594>

14. Бердников, И. П. PR-коммуникации : практическое пособие / И. П. Бердников, А. Ф. Стрижова. — 4-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2021. — 208 с. — ISBN 978-5-394-04002-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/99362.html> (дата обращения: 14.12.2020). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

15. Марусева, И. В. Творческая реклама. Приемы и методы ее создания (художественно-аналитическое исследование) : монография / И. В. Марусева. — Саратов : Вузовское образование, 2016. — 304 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/38999.html> (дата обращения: 14.12.2020). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

16. Грачев, А. С. PR-служба компании : практическое пособие / А. С. Грачев, С. А. Грачева, Е. Г. Спирина. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2020. — 159 с. — ISBN 978-5-394-03568-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/87616.html> (дата обращения: 14.12.2020). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

17. Елина, Е. А. Семиотика рекламы (2-е издание) : учебное пособие / Е. А. Елина. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2016. — 137 с. — ISBN 978-5-394-01760-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/57150.html> (дата обращения: 25.09.2020). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

18. Луговой, Д. Б. Копирайтинг : учебное пособие / Д. Б. Луговой. — Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2017. — 131 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL:

<https://www.iprbookshop.ru/75579.html> (дата обращения: 14.12.2020). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

19. Арзуманян, А. Б. Правовое регулирование рекламы в России и за рубежом : учебное пособие / А. Б. Арзуманян. — Ростов-на-Дону, Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2021. — 116 с. — ISBN 978-5-9275-3963-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/121924.html> (дата обращения: 23.05.2022). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

Профессиональные базы данных и информационные ресурсы сети Интернет:

1. <http://www.edu.ru> - Российский портал открытого образования
2. <http://www.advtime.ru> - Время рекламы. Теория и практика рекламы. СМИ. РА.
3. <http://www.sostav.ru> - Состав. Реклама, маркетинг, PR.
4. <http://www.adindex.ru> Adindex. - Сайт о рекламе и маркетинге.
5. <http://www.advertology.ru>. - Наука о рекламе.
6. <http://www.advesti.ru> - Сайт, посвященный рекламодателям.
7. <http://www.rwr.ru> - RWR. Реклама в России.
8. <http://www.akarussia.ru> - АКАР. Ассоциация Коммуникационных Агентств России.
9. <http://www.adme.ru> - Сайт о рекламе.
10. <http://www.reklamodatel.ru> - Рекламные идеи - YES!": профессиональный журнал о рекламе и маркетинге.

4 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

В период прохождения учебной практики обучающимся ведётся рабочий график (план) проведения практики.

Формой отчётности обучающихся по учебной практики является: **отчёт о практике**.

Отчёт отражает выполнение программы учебной практики заданий и поручений, полученных от руководителя практики от образовательной организации. Отчёт должен содержать выводы о приобретённых навыках, освоении профессиональных компетенций и возможности применения теоретических знаний, полученных при обучении.

В качестве приложения к отчету практики обучающийся может оформить графические, аудио-, фото-, видео-, материалы, приложить наглядные образцы документов (изделий), подтверждающие практический опыт, полученный на практике.

По результатам практики обучающимся также оформляется отчет, состоящий из письменного описания выполненных работ и приложений, свидетельствующих о закреплении знаний, умений, приобретении практического опыта, формировании общих и профессиональных компетенций. Отчет должен содержать развернутые ответы на все пункты программы практики, описательная часть технического задания, проведенные по данным собранного материала, графические и табличные материалы, приложения.

Отчет имеет следующую структуру: титульный лист, содержание, введение, основная часть, практическая часть, заключение, список источников литературы, приложения.

Текст отчета должен быть отпечатан на компьютере через 1,5 межстрочный интервал с использованием шрифта Times New Roman 14. Расстояние от границы листа до текста слева 30 мм, справа – 15 мм, от верхней и нижней строки текста до границы листа – 20 мм, номер страницы ставится внизу справа. Абзацы в тексте следует начинать с отступа в 1,25 см. Разделы: «СОДЕРЖАНИЕ», «ВВЕДЕНИЕ», «ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ», «ПРАКТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ», «ЗАКЛЮЧЕНИЕ» пишут с прописной буквы, располагаются по центру. Заголовки не нумеруют.

Примерный объем отчета 14 листов (без учета Приложений к отчету). Объем отчета уменьшен быть не может, а может быть только увеличен.

Титульный лист отчета оформляется в соответствии с требованиями, указанными в Приложении 1 к данной рабочей программе. На последующих листах располагается основной текст отчета.

Студент отвечает за грамотность и аккуратность оформления отчета. Отчет, в котором

отсутствуют подписи руководителя практики от организации, к рассмотрению не допускается.

Контроль и оценка результатов освоения учебной практики осуществляется руководителем практики в процессе её проведения, самостоятельного выполнения обучающимися заданий.

Результаты обучения (практический опыт, освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля для оценки результатов обучения
<p>иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ведения переговоров с заказчиком; - использования офисной оргтехники, информационных и коммуникационных технологий при получении и оформлении заказа; - создания и оформления простых текстов рекламных объявлений; - работы в рекламных акциях в качестве исполнителя; - использования современных информационных и коммуникационных средств продвижения рекламы; - использования информационных технологий для обработки текстовой информации; - использования информационных технологий для получения и несложной обработки графической информации. 	<p>Наличие положительного аттестационного листа о качестве выполненных работ за время прохождения практики и сформированности профессиональных компетенций, положительной характеристики на обучающегося по освоению профессиональных компетенций в период практики.</p> <p>Полнота и своевременность представления отчета в соответствии с индивидуальным заданием на практику.</p>
<p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - контактировать с заказчиками рекламного продукта и вести переговоры с заказчиком; - осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг; - выбирать и использовать различные виды средств распространения рекламы; - проводить основные мероприятия связей с общественностью; - применять средства связи; - пользоваться специализированным программным обеспечением для обработки графических изображений; 	
<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - виды рекламной деятельности; - виды рекламных средств и средств распространения рекламы; - требования к рекламированию товаров и услуг, установленные законом; - субъекты рекламного процесса и их взаимодействие; - правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию рекламных услуг; - ответственность участников рекламного процесса за ненадлежащую рекламу; - социально-психологические основы рекламы; - факторы и методы воздействия рекламы на человека; - факторы, влияющие на покупку товаров; - информационные материалы связей с общественностью, их виды; - средства копирования и оперативного размножения документов; - основные виды производства рекламного 	

продукта; - правила составления рекламных текстов; - основные средства компьютерной обработки информации; - средства информационно-коммуникационного обеспечения; - направления рекламной работы; - содержание рекламной информации; - применяемые средства рекламы; - рекламные мероприятия.	
--	--

К защите практики допускаются обучающиеся, своевременно и в полном объеме выполнившие программу практики и представившие в указанные сроки всю отчетную документацию. В ходе защиты выясняется степень выполнения обучающимся программы практики, глубина понимания основных задач практики и основных вопросов, отраженных в отчете.

Форма промежуточной аттестации по итогам прохождения практики – дифференцированный зачет и предполагает оценку: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», которая проставляется в экзаменационную ведомость и зачетную книжку студента. Оценка «неудовлетворительно», полученная студентом по итогам практики, в зачетную книжку не проставляется.

При оценке итогов работы студента принимается во внимание выполнение программы практики и реализация поставленных задач в полном объеме, активность, ответственность и творческий подход практиканта к работе, качественная характеристика продуктивности деятельности, качество итоговой документации и представление ее в установленные сроки, защита отчета по практике.

Оценка «отлично» ставится студенту, который в срок в полном объеме и на высоком уровне выполнил программу практики. Документация оформлена в соответствии с требованиями и представлена в установленные сроки.

Оценка «хорошо» ставится студенту, который выполнил программу практики в полном объеме с незначительным нарушением сроков, обнаружил практические умения в соответствии со специальностью, но был менее самостоятелен, инициативен в деятельности. Документация оформлена в соответствии с требованиями, однако представлена с незначительным нарушением сроков.

Оценка «удовлетворительно» ставится студенту, который выполнил программу практики не в полном объеме, допускал просчеты и ошибки в работе, свидетельствующие о поверхностных знаниях. Отчетная документация представлена в срок, но не в полном объеме, есть серьезные замечания по ее оформлению и содержанию, потребовавшие доработки.

Оценка «неудовлетворительно» ставится студенту, который не выполнил программу практики. Отчетная документация не представлена.

Студент, не выполнивший программу учебной практике, направляется на практику повторно.

**Автономная некоммерческая организация
профессионального образования
«ПЕРМСКИЙ ГУМАНИТАРНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»
(АНО ПО «ПГТК»)**

**ОТЧЕТ
о прохождении учебной практики
по профессиональному модулю:**

В _____
(указывается наименование организации)

Выполнила: студентка ____ курса (группа _____)
очной формы обучения
(срок обучения ____ год ____ мес.)
специальности 42.02.01 Реклама
Иванова Анастасия Александровна
Руководитель практики: _____,
старший преподаватель

Пермь 20 ____

Договор № _____
о практической подготовке обучающихся

г. Пермь

« ____ » _____ 20 ____ г.

Автономная некоммерческая организация профессионального образования «Пермский гуманитарно-технологический колледж», именуемый в дальнейшем «Организация», в лице директора Никитиной Инны Филипповны, действующей на _____ основании _____ Устава, с _____ одной стороны, и _____, именуем _____ в дальнейшем «Профильная организация», в лице _____, действующего на _____ основании _____, с другой стороны, именуемые по отдельности «Сторона», а вместе – «Стороны», заключили настоящий Договор о нижеследующем.

1. Предмет Договора

1.1. Предметом настоящего Договора является организация практической подготовки обучающихся (далее – практическая подготовка).

1.2. Образовательная программа (программы), компоненты образовательной программы, при реализации которых организуется практическая подготовка, количество обучающихся, осваивающих соответствующие компоненты образовательной программы, сроки организации практической подготовки, согласуются Сторонами и являются неотъемлемой частью настоящего Договора (приложение N 1).

1.3. Реализация компонентов образовательной программы, согласованных Сторонами в приложении N 1 к настоящему Договору (далее - компоненты образовательной программы), осуществляется в помещениях Профильной организации, перечень которых согласуется Сторонами и является неотъемлемой частью настоящего Договора (приложение N 2).

2. Права и обязанности Сторон

2.1. Организация обязана:

2.1.1 не позднее, чем за 10 рабочих дней до начала практической подготовки по каждому компоненту образовательной программы представить в Профильную организацию поименные списки обучающихся, осваивающих соответствующие компоненты образовательной программы посредством практической подготовки;

2.1.2 назначить руководителя по практической подготовке от Организации, который:

обеспечивает организацию образовательной деятельности в форме практической подготовки при реализации компонентов образовательной

программы;

организует участие обучающихся в выполнении определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью;

оказывает методическую помощь обучающимся при выполнении определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью;

несет ответственность совместно с ответственным работником Профильной организации за реализацию компонентов образовательной программы в форме практической подготовки, за жизнь и здоровье обучающихся и работников Организации, соблюдение ими правил противопожарной безопасности, правил охраны труда, техники безопасности и санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов;

2.1.3 при смене руководителя по практической подготовке в трехдневный срок сообщить об этом Профильной организации;

2.1.4 установить виды учебной деятельности, практики и иные компоненты образовательной программы, осваиваемые обучающимися в форме практической подготовки, включая место, продолжительность и период их реализации;

2.1.5 направить обучающихся в Профильную организацию для освоения компонентов образовательной программы в форме практической подготовки;

2.1.6 осуществлять контроль за соблюдением сроков проведения практики и соответствием ее содержания требованиям основной профессиональной образовательной программы.

2.2. Профильная организация обязана:

2.2.1 создать условия для реализации компонентов образовательной программы в форме практической подготовки, предоставить оборудование и технические средства обучения в объеме, позволяющем выполнять определенные виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью обучающихся;

2.2.2 назначить ответственное лицо, соответствующее требованиям трудового законодательства Российской Федерации о допуске к педагогической деятельности, из числа работников Профильной организации, которое обеспечивает организацию реализации компонентов образовательной программы в форме практической подготовки со стороны Профильной организации;

2.2.3 при смене лица, указанного в пункте 2.2.2, в трехдневный срок сообщить об этом Организации;

2.2.4 обеспечить безопасные условия реализации компонентов образовательной программы в форме практической подготовки, выполнение правил противопожарной безопасности, правил охраны труда, техники безопасности и санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов;

2.2.5 проводить оценку условий труда на рабочих местах, используемых при реализации компонентов образовательной программы в форме практической подготовки, и сообщать руководителю Организации об условиях

труда и требованиях охраны труда на рабочем месте;

2.2.6 ознакомить обучающихся с правилами внутреннего трудового распорядка Профильной организации,

(указываются иные локальные нормативные акты Профильной организации)

2.2.7 провести инструктаж обучающихся по охране труда и технике безопасности и осуществлять надзор за соблюдением обучающимися правил техники безопасности;

2.2.8 предоставить обучающимся и руководителю по практической подготовке от Организации возможность пользоваться помещениями Профильной организации, согласованными Сторонами (приложение N 2 к настоящему Договору), а также находящимися в них оборудованием и техническими средствами обучения;

2.2.9 обо всех случаях нарушения обучающимися правил внутреннего трудового распорядка, охраны труда и техники безопасности сообщить руководителю по практической подготовке от Организации;

2.2.10 _____

(иные обязанности Профильной организации)

2.3. Организация имеет право:

2.3.1 осуществлять контроль соответствия условий реализации компонентов образовательной программы в форме практической подготовки требованиям настоящего Договора;

2.3.2 запрашивать информацию об организации практической подготовки, в том числе о качестве и объеме выполненных обучающимися работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью;

2.4. Профильная организация имеет право:

2.4.1 требовать от обучающихся соблюдения правил внутреннего трудового распорядка, охраны труда и техники безопасности, режима конфиденциальности, принятого в Профильной организации, предпринимать необходимые действия, направленные на предотвращение ситуации, способствующей разглашению конфиденциальной информации;

2.4.2 в случае установления факта нарушения обучающимися своих обязанностей в период организации практической подготовки, режима конфиденциальности приостановить реализацию компонентов образовательной программы в форме практической подготовки в отношении конкретного обучающегося;

2.4.3 _____

(иные права Профильной организации)

3. Срок действия договора

3.1. Настоящий Договор вступает в силу после его подписания и действует до полного исполнения Сторонами обязательств.

4. Заключительные положения

4.1. Все споры, возникающие между Сторонами по настоящему Договору, разрешаются Сторонами в порядке, установленном законодательством Российской Федерации.

4.2. Изменение настоящего Договора осуществляется по соглашению Сторон в письменной форме в виде дополнительных соглашений к настоящему Договору, которые являются его неотъемлемой частью.

4.3. Настоящий Договор составлен в двух экземплярах, по одному для каждой из Сторон. Все экземпляры имеют одинаковую юридическую силу.

5. Адреса, реквизиты и подписи Сторон

Профильная организация:

(полное наименование)

Адрес: _____

(наименование должности)

_____ (_____) (фамилия, имя, отчество)

М.П.

Организация:

АНО ПО «Пермский
гуманитарно-технологический
колледж»

Адрес: 614010, г. Пермь,
ул. Куйбышева, д.98, корп. А

Директор

_____ (И.Ф.Никитина)
М.П.

Приложение N 1 к договору
№ _____
« ____ » _____ 20 ____ г.

**Сведения об обучающихся,
для которых реализуется практическая подготовка**

№ п/п	Наименование компонента образовательной программы, реализуемого в форме практической подготовки	Ф.И.О обучающихся, осваивающих компонент образовательной программы	Сроки организации практической подготовки при реализации компонента образовательной программы	Объем времени, отводимый на реализацию компонента образовательной программы в форме практической подготовки (в академических часах)

Профильная организация:

Руководитель

_____ (_____)
М.П.

Организация:

АНО ПО «Пермский гуманитарно-технологий колледж»

Директор

_____ (И.Ф.Никитина)
М.П.

Приложение N 2 к договору
№ _____
« ____ » _____ 20 ____ г.

**Перечень помещений Профильной организации,
предоставленных для осуществления практической подготовки при
проведении практики**

№ п/п	Наименование структурного подразделения	Адрес, номер кабинета / помещения

Профильная организация:

Организация:

АНО ПО «Пермский гуманитарно-
технологий колледж»

Руководитель

_____ (_____)
М.П.

Директор

_____ (И.Ф.Никитина)
М.П.

Автономная некоммерческая организация профессионального образования
«ПЕРМСКИЙ ГУМАНИТАРНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»
(АНО ПО «ПГТК»)

Кафедра дизайна

(наименование кафедры)

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой дизайна

_____ / Л.И. Карнаухова /

« ____ » _____ 202__ г.

ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ НА ПРАКТИКУ

Общие сведения

ФИО обучающегося	
Курс	
Форма обучения	Очная
Специальность	42.02.01 Реклама
Наименование структурного подразделения	
Группа	
Вид практики (тип практики)	Учебная практика ПМ.05 Выполнение работ по профессии 20032 «Агент рекламный»
Способ проведения практики	стационарная
Форма проведения практики	дискретная
Место прохождения практики	АНО ПО «ПГТК»
Период прохождения практики	
Реквизиты договора о прохождении практики (при проведении практики в профильной организации)	

Содержание индивидуального задания

1. _____

2. _____

3. _____

Задание на практику составил:

руководитель практики от образовательной организации

 (уч. степень, уч. звание, должность)
 МП

 (подпись)

 (И.О. Фамилия)

« ____ » _____ 20__ г.
 (дата)

Задание на практику принял:

обучающийся

 (подпись)

 (И.О. Фамилия)

« ____ » _____ 20__ г.
 (дата)

Автономная некоммерческая организация профессионального образования
«ПЕРМСКИЙ ГУМАНИТАРНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»
(АНО ПО «ПГТК»)

Кафедра дизайна

(наименование кафедры)

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой дизайна

_____ / Л.И. Карнаухова/

« ____ » _____ 202__ г.

РАБОЧИЙ ГРАФИК (ПЛАН) ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Дневник практики

Общие сведения

ФИО обучающегося	
Курс	
Форма обучения	Очная
Специальность	42.02.01 Реклама
Наименование структурного подразделения	
Группа	
Вид практики (тип практики)	Учебная практика ПМ.05 Выполнение работ по профессии 20032 «Агент рекламный»
Способ проведения практики	стационарная
Форма проведения практики	дискретная
Место прохождения практики	АНО ПО «ПГТК»
Период прохождения практики	
Реквизиты договора о прохождении практики (при проведении практики в профильной организации)	

Планируемые работы

№ п/п	Содержание работы	Срок выполнения	Отметка о выполнении
1.	Оформление документов по прохождению практики	до начала практики	
2.	Вводный инструктаж по правилам охраны труда, технике безопасности, пожарной безопасности, оформление временных пропусков для прохода в профильную организацию (при необходимости).	в первый день практики	
3.	Выполнение индивидуального задания практики	в период практики	
4.	Консультации руководителя(-ей) практики о ходе выполнения заданий, оформлении и содержании отчета, по производственным вопросам	в период практики	
5.	Подготовка отчета по практике	за два дня до промежуточной аттестации	

6.	Проверка отчета по практике, оформление характеристики руководителя(-ей) практики	за два дня до промежуточной аттестации	
7.	Промежуточная аттестация по практике	в последний день практики	

Рабочий график (план) составил:
руководитель практики от образовательной организации

_____ « ____ » _____ 20 ____ г.
(уч. степень, уч. звание, должность) (подпись) (И.О. Фамилия) (дата)

МП

С рабочим графиком (планом) ознакомлен:
обучающийся

_____ « ____ » _____ 20 ____ г.
(подпись) (И.О. Фамилия) (дата)

Автономная некоммерческая организация профессионального образования
«ПЕРМСКИЙ ГУМАНИТАРНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»
(АНО ПО «ПГТК»)

Кафедра дизайна

(наименование кафедры)

АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ

Общие сведения

ФИО обучающегося	
Курс	
Форма обучения	Очная
Специальность	42.02.01 Реклама
Наименование структурного подразделения	
Группа	
Вид практики (тип практики)	Учебная практика ПМ.05 Выполнение работ по профессии 20032 «Агент рекламный»
Способ проведения практики	стационарная
Форма проведения практики	дискретная
Место прохождения практики	АНО ПО «ПГТК»
Период прохождения практики	
Реквизиты договора о прохождении практики (при проведении практики в профильной организации)	

За время прохождения практики выполнены следующие виды работ:

№ п/п	Виды работ, выполненных обучающимся во время практики	Качество выполнения работ		
		высокое	среднее	низкое
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				
6.				

За время прохождения практики у обучающегося были сформированы профессиональные компетенции (часть компетенции):

№ п/п	Формируемые компетенции		Сформированность компетенции (сформирована /не сформирована)
	код компетен ции	наименование компетенции	
1.	ПК 1.1.	Осуществлять поиск рекламных идей.	
2.	ПК 5.1.	Осуществлять работу с клиентами: по поиску, привлечению и ведению переговоров, а также владеть технологиями продаж.	
3.	ПК 5.2.	Принимать участие в рекламных акциях в качестве исполнителя или посредника по предоставлению рекламных услуг	
4.	ПК 5.3.	Использовать офисную оргтехнику,	

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п.п.	Содержание изменения	Дата, номер протокола заседания кафедры, подпись зав.кафедрой
1	2	3
1	Внесены изменения в пункт 3.3. Информационное обеспечение реализации программы в 2022 году	
2		
3		
4		