

СОГЛАСОВАНО

Директор ООО «Издательские системы»

Сардов В.В. Сардов В.В.

«*30.09.2021*» 2021 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

производственной практики

ПМ.03. МАРКЕТИНГОВОЕ И ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РЕАЛИЗАЦИИ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА

по специальности 42.02.01 Реклама

2021 г.

Рабочая программа производственной практики разработана на основе ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама, запроса работодателя.

Организация-разработчик: ГАПОУ СМПК

Разработчик: Хаертдинов Р.Р., преподаватель ПЦК дизайна, рекламы и изобразительного искусства

Манаева И.Х., преподаватель ПЦК дизайна, рекламы и изобразительного искусства

Содержание

	стр.
1. Паспорт рабочей программы производственной практики.....	4
2. Производственная практика	5
2.1. Тематический план и содержание производственной практики	5
2.2. Освоение профессиональных компетенций (ПК), соответствующих виду профессиональной деятельности, и общих компетенций (ОК) на производственной практике	7
2.3. Приобретение в ходе освоения профессионального модуля на производственной практике практического опыта	8
2.4. Контроль и оценка результатов освоения производственной практики.....	9
3. Особенности организации образовательной деятельности для лиц с ограниченными возможностями здоровья	9
4 Рекомендуемая литература	10

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

ПМ.03. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта

1.1. Область применения программы производственной практики

Рабочая программа профессионального модуля «Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта» является частью программы подготовки специалистов среднего звена (ППССЗ) в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама

1.2. Цели и задачи производственной практики

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;
- подготовки документации для регистрации авторских прав;

уметь:

- проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей;
- анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп;
- проводить сегментирование рынка;
- принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта;
- подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав;

• *Создавать визуальные элементы на основе инсайта/УТП/оффера*

• *Разрабатывать нейм, слоган для РК*

знать:

- задачи, цели и общие требования к рекламе;
- основные направления рекламной деятельности;
- виды рекламной деятельности;
- структуру рекламного рынка;
- основные законы и нормативные акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации;

• *Основы визуализации для РК на основе инсайта/УТП/оффера*

• *Разрабатывать нейм, слоган для РК*

1.3. Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности «**Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта**», в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 3.1	Анализировать требования целевых групп потребителей с использованием средств исследования рекламы
ПК 3.2	Определять и разрабатывать стратегию и средства продвижения рекламного продукта
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 свою собственную деятельность, определять 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, анализ и оценку информации, необходимую для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития
ОК 5	Работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями
ОК 6	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности
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
ЛР 1	Осознающий себя гражданином и защитником великой страны
ЛР 2	Проявляющий активную гражданскую позицию, демонстрирующий приверженность принципам честности, порядочности, открытости, экономически активный и участвующий в студенческом и территориальном самоуправлении, в том числе на условиях добровольчества, продуктивно взаимодействующий и участвующий в деятельности общественных организаций.
ЛР 3	Соблюдающий нормы правопорядка, следующий идеалам гражданского общества, обеспечения безопасности, прав и свобод граждан России. Лояльный к установкам и проявлениям представителей субкультур, отличающий их от групп с деструктивным и девиантным поведением. Демонстрирующий неприятие и предупреждающий социально опасное поведение окружающих.
ЛР 7	Осознающий приоритетную ценность личности человека; уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности.
ЛР 8	Проявляющий и демонстрирующий уважение к представителям различных этнокультурных, социальных, конфессиональных и иных групп. Сопричастный к сохранению, преумножению и трансляции культурных традиций и ценностей многонационального российского государства.
ЛР 10	Заботящийся о защите окружающей среды, собственной и чужой безопасности, в том числе цифровой
ЛР 12	Принимающий семейные ценности, готовый к созданию семьи и воспитанию детей; демонстрирующий неприятие насилия в семье, ухода от родительской ответственности, отказа от отношений со своими детьми и их финансового содержания.
ЛР 13	Выбирающий оптимальные способы решения профессиональных задач на основе уважения к заказчику, понимания его потребностей
ЛР 14	Принимающий и исполняющий стандарты антикоррупционного поведения
ЛР 18	Стремящийся к повышению уровня самообразования, своих деловых качеств, профессиональных навыков, умений и знаний.

1.4. Рекомендуемое количество часов

на освоение производственной практики: **36** часов.

1.5. Условия реализации производственной практики

Производственная практика ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта, предполагает освоение обучающимися профессиональных и общих компетенций в условиях учреждений, осуществляющих рекламную деятельность.

Базами практики могут быть: рекламные агентства, дизайн-студии, издательства, типографии, телевидение, радиостудии.

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой: преподаватель, имеющий высшее образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины.

2. ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА

2.1. Тематический план производственной практики

№ п/	Виды заданий	Объём часов
1.	Ознакомление со структурой и документацией организации.	10
	Ознакомление с организационной структурой.	2
	Ознакомление с материально-технической базой.	2
	Ознакомление с особенностью производства рекламной продукции.	4
	Ознакомление с режимом дня.	2
2.	Анализ ассортиментной политики организации.	6
	Анализ перечня товаров и услуг.	2
	Анализ прейскуранта (прайс-листа) товаров и услуг.	2
	Анализ ассортиментной политики организации.	2
3.	Выявление требований целевых групп потребителей.	6
	Участие в анализе информации маркетинговых исследований.	2
	Участие в определении предпочтений целевых групп.	2
	Участие в оценке поведения различных групп покупателей (потребителей).	2
4.	Разработка средств продвижения рекламного продукта.	8
	Участие в анализе и разработке торговой марки товара (услуги).	2
	Участие в определении жизненного цикла товара и задач маркетинга.	2
	Участие в определении и выборе ценовой стратегии.	2
	Участие в определении и выборе позиционирования компании.	2
5.	Ключевые элементы рекламной кампании	6
	<i>Участие в анализе и разработке рекламных идей</i>	4
	<i>Создание инсайта/УТП/оффера в организации</i>	2
Всего часов:		36

Содержание производственной практики

Производственная практика начинается с установочной конференции, где студенты проходят инструктаж по технике безопасности, знакомятся с приказом о прохождении производственной практики. Руководители практики разъясняют цель, задачи, содержание, формы организации и порядок прохождения практики, назначают старост в каждом образовательном учреждении на весь период практики.

При первом посещении базы практики студент знакомится со структурой учреждения и содержанием деятельности, с правилами внутреннего трудового распорядка и техникой безопасности. Студент изучает материальную базу учреждения и знакомится с коллективом. Организуется распределение студентов по группам.

1. Ознакомление со структурой и документацией организации.

Содержание работы: Знакомство с базой практики. В процессе ознакомительной экскурсии выявить организационную структуру, материально-технические условия, особенности организации производства и режима дня. Установить нормативно-правовые основы деятельности учреждения.

2. Анализ ассортиментной политики организации.

Содержание работы: Анализ перечня товаров и услуг. Анализ прейскуранта (прайс-листа) товаров и услуг. Анализ ассортиментной политики организации.

3. Выявление требований целевых групп потребителей.

Содержание работы: Участие в анализе информации маркетинговых исследований. Участие в определении предпочтений целевых групп. Участие в оценке поведения различных групп покупателей (потребителей).

4. Разработка средств продвижения рекламного продукта.

Содержание работы: Участие в анализе и разработке торговой марки товара (услуги). Участие в определении жизненного цикла товара и задач маркетинга. Участие в определении и выборе ценовой стратегии.

5. Ключевые элементы рекламной кампании

Содержание работы: *Участие в анализе и разработке рекламных идей, инсайта/УТП/оффера, нейма и слогана, Создание мудборда.*

В последний день практики студент должен подготовить всю отчетную документацию по практике.

2.2. Освоение профессиональных компетенций (ПК), соответствующих виду профессиональной деятельности, и общих компетенций (ОК) на производственной практике:

Профессиональные и общие компетенции	Показатели оценки результата	№ заданий для проверки
ПК 3.1. Анализировать требования целевых групп потребителей с использованием средств исследования рекламы.	Объективно анализирует информацию маркетинговых исследований. Определяет предпочтения целевых групп. Объективно оценивает поведение различных групп покупателей (потребителей).	1-3
ПК 3.2. Определять и разрабатывать стратегию и средства продвижения рекламного продукта.	Анализирует и вносит предложения в разработке торговой марки товара (услуги). Определяет основные этапы жизненного цикла товара. Определяет и вносит предложения в	4,5

	выборе стратегии и средств продвижения рекламного продукта.	
ПК 4.3. Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.	Использует информационно-правовые системы для подготовки документов по регистрации авторского права на рекламный продукт. Оформляет документы для регистрации авторского права на конкретный рекламный продукт. <i>Разрабатывает рекламный проект</i>	1,4,5
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	Определяет функции и условия будущей профессии. Определяет роль будущей профессии для общества и своего развития. Проявляет активность и инициативность в процессе освоения профессиональной деятельности.	1-5
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Определяет оценку эффективности и качества выбранных методов и способов выполнения маркетингового исследования, сегментирования рынка. Обосновывает выбор методов и способов выполнения маркетингового исследования, сегментирования рынка.	1-5
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Определяет риски стандартных и нестандартных ситуации при разработке решений, направленных на продвижение рекламного продукта.	4,5
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Находит и использует различные источники информации при проведении маркетингового исследования и составлении маркетинговой части бизнес-плана.	1-5
ОК 5. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	Соответствие поведения будущего специалиста командным формам взаимодействия в совместной проектной деятельности. Отсутствие рекламаций со стороны коллег и руководителя практики.	1-5
ОК 6. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	Использует различные средства программного обеспечения компьютера для обработки и презентации результатов профессиональной деятельности. Использует информационную справочно-правовую систему «Консультант» при подготовке документов для регистрации авторского права на рекламный продукт.	1-5

ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	Объективность, адекватность и обоснованность действий при принятии решений.	2-5
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	Определяет задачи профессионального и личностного развития.	1-5
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	Демонстрирует профессиональный кругозор и ориентируется в современных тенденциях маркетинговой деятельности.	1-5
ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.	Определяет основы предпринимательской деятельности, в том числе в области рекламного бизнеса.	1-5
ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.	Демонстрирует основы экологической, информационной и коммуникативной культуры при общении и практической деятельности. Обладает базовыми умениями общения на иностранном языке, в том числе знает основные понятия профессионально лексикона.	2-5

2.3. Приобретение в ходе освоения профессионального модуля практического опыта на производственной практике

Иметь практический опыт	№ заданий для проверки
выявления требований целевых групп потребителей;	3
разработки средств продвижения рекламного продукта;	4
разработки маркетинговой части бизнес-плана;	5
подготовки документации для регистрации авторских прав.	1-5

2.4. Контроль и оценка результатов освоения производственной практики

Оценку за производственную практику ставит руководитель с учетом отзывов внешних экспертов (руководителя базы практики) и корректности оформления отчетных документов.

Оценка приравнивается к оценке по теоретическому обучению, отметка ставится по пятибалльной шкале. Предварительные и итоговые оценки выставляются руководителями подгрупп студентов-практикантов в журналы по практике на основании выполнения всех видов заданий и предоставлении отчёта студентами.

Критерии оценки по производственной практике:

- качество выполненных заданий;
- уровень и глубина анализа;
- отношение к профессиональной деятельности (дисциплинированность,

добросовестность, ответственность, инициативность);

- проявление независимости в суждениях, собственной аргументированной, юридически обоснованной позиции;
- умение общаться в системе «студент – руководитель практики», «студент – клиент», «студент – администрация базы практики»;
- качество ведения документации.

Оценка «отлично»: высокое качество выполненного задания, в соответствии предъявляемыми требованиями; самостоятельность, глубина и систематичность анализа профессиональной деятельности; умение выстраивать взаимодействие и общаться с клиентами, коллективом базы практики, качество оформления и ведения документации по практике.

Оценка «хорошо»: незначительное несоответствие качества выполненного задания предъявляемым требованиям; самостоятельность и глубина анализа деятельности; положительное отношение к профессиональной деятельности; умение выстраивать взаимодействие и общаться с клиентами, коллективом базы практики; качественное ведение документации по практике.

Оценка «удовлетворительно»: частичное несоответствие качества выполненного задания предъявляемым требованиям; неглубокий уровень анализа профессиональной деятельности; незначительные нарушения дисциплины; затруднения в общении с клиентами, коллективом базы практики, нерегулярность заполнения документации.

«Не аттестация» выставляется за: отсутствие или низкий уровень качества выполненного задания; поверхностный уровень анализа профессиональной деятельности; нарушения дисциплины; неумение выстраивать взаимодействие с клиентами, коллективом базы практики, отсутствие документации по практике.

3. Особенности организации образовательной деятельности для лиц с ограниченными возможностями здоровья

Обучение по образовательным программам среднего профессионального образования обучающихся с ограниченными возможностями здоровья осуществляется на основе образовательных программ среднего профессионального образования, адаптированных при необходимости для обучения данной категории обучающихся.

Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья организовано совместно с другими обучающимися.

Обучение по образовательным программам среднего профессионального образования обучающихся с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

В колледже созданы специальные условия для получения среднего профессионального образования, без которых невозможно или затруднено освоение образовательных программ обучающимися с ограниченными возможностями здоровья:

- создание специальных социально-бытовых условий, обеспечивающих возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, столовые, туалетные и другие помещения колледжа, а также их пребывания в указанных помещениях (пандусы с входными группами, телескопические пандусы, перекатные пандусы, гусеничные мобильные подъемники, поручни) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата;
- использование в образовательном процессе специальных методов обучения и воспитания (организация отдельного учебного места вблизи размещения демонстрационного оборудования, дублирование основного содержания учебно-методического обеспечения в адаптированных раздаточных материалах, обеспечение облегченной практической деятельности на учебных занятиях, предупреждение признаков переутомления с помощью динамических пауз, соблюдение

рационального акустического режима и обеспечение надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации, замедленный темп индивидуального обучения, многократное повторение, опора на сохранные анализаторы, функции и системы организма, опора на положительные личностные качества);

- обеспечение преподавателем-предметником организации технической помощи обучающимся с ограниченными возможностями здоровья;

- дублирование справочной информации, расписания учебных занятий в адаптированной форме в зданиях колледжа на информационных мониторах и наличие адаптированного официального сайта колледжа по адресу www.mirsmpc.ru для слабовидящих;

Оснащение колледжа специальным, в том числе компьютерным, оборудованием для осуществления обучения лиц с ограниченными возможностями по зрению, слуху, движению двумя мобильными классами в составе:

- 12 ноутбуков,
- проектор,
- экран,
- принтер.

Для осуществления обучения лиц с ограниченными возможностями по зрению на ноутбуках установлено программное обеспечение экранного увеличения с речевой поддержкой Magic Pro, которое дает возможность:

- легко переключаться между увеличенным изображением экрана ПК и изображением с камеры;
- изменять текст и цвет фона;
- осуществлять захват изображений;
- регулировать уровень контрастности;
- увеличивать изображение на экране;
- использовать голосовое сопровождение текста.

4. Рекомендуемая литература

Основная литература:

1. Маркетинг рекламы: учеб. пособие / М.А. Блюм, Б.И. Герасимов, Н.В. Молоткова. — 2-е изд. — М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2020.
2. Правовое регулирование рекламной деятельности: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Юриспруденция» / Н.Д. Эриашвили - М.: ЮНИТИ-ДАНА: Закон и право, 2019.

Дополнительная литература:

1. Маркетинг PR и рекламы: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Маркетинг» / И.М. Синяева; под ред. И.М. Синяевой. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2019.
2. Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер: Учебное пособие / Котлер Ф., Виноградов А.П., Чех А.А., - 7-е изд. - М.:Альпина Пабли., 2020.
3. Маркетинг: Учебное пособие / Герасимов Б. И., Жариков В. В., Жарикова М. В. - 2-е изд. - М.: Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2019.
4. Реклама под прикрытием. Нативная реклама, контент-маркетинг и тайный мир продвижения в интернете / Эйнштейн М. - М.:Альпина, Паблицер, 2019.
5. Федеральный закон "О рекламе" от 13.03.2006 N 38-ФЗ (последняя редакция)

Интернет - ресурсы:

1. <http://www.marketolog.ru/>
2. <http://www.marketing.spb.ru>-энциклопедия
3. <http://www.marketingandresearch.ru/>-журнал
4. <http://marketingmix.com.ua/>-маркетинг
5. http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/