

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

1.1 Область применения программы

Программа учебной практики является частью ППССЗ в соответствии с ФГОС по специальности СПО **42.02.01 Реклама** в части освоения основного вида профессиональной деятельности по модулю **ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих 20032 «Агент рекламный»**.

Рабочая программа учебной практики может быть использована в дополнительном профессиональном образовании и профессиональной подготовке работников в области рекламы при наличии среднего (полного) общего образования. Опыт работы не требуется.

Количество часов – 36 часов.

Цели и задачи учебной практики: формирование у обучающихся первоначальных практических профессиональных умений в рамках модуля в части вида профессиональной деятельности, обучение трудовым приёмам, операциям и способам, необходимым для последующего освоения ими общих и профессиональных компетенций по избранной специальности, адаптация обучающихся к конкретным условиям деятельности организаций различных организационно-правовых форм.

Требования к результатам освоения учебной практики

В результате прохождения учебной практики, в рамках профессионального модуля обучающиеся должны уметь:

ВПД	Требования к умению
выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих	- осуществлять поиск заказчиков рекламных услуг и создавать клиентскую базу данных; - контактировать с заказчиками рекламного продукта и вести с ними переговоры; - принимать участие в рекламных акциях в качестве исполнителя; - контактировать с производителями рекламы по вопросам производства и размещения рекламы; - применять различные средства связи с клиентами и заказчиками рекламных услуг; - осуществлять выбор средств рекламы для проведения рекламных мероприятий; - использовать компьютерную технику в рекламной деятельности; - пользоваться специализированным программным обеспечением для обработки графической рекламной информации при проведении презентационных мероприятий. - оцифровывать текстовую и графическую информацию.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Результатом освоения программы учебной практики является освоение обучающимися видом профессиональной деятельности: **выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих** необходимых для последующего освоения ими избранной специальности.

Код	Наименование результата обучения
ПК 5.1	Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиентов
ПК 5.2	Работать в рекламных акциях в качестве исполнителя
ПК 5.3	Консультировать клиента, предоставляя информацию о предлагаемом товаре, услуге
ПК 5.4	Использовать офисную оргтехнику, информационные и коммуникационные технологии при работе с клиентом, заказчиком рекламы
ПК 5.5	Использовать современные информационные и коммуникационные средства для размещения и продвижения рекламы
ОК 01	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес
ОК 02	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество
ОК 03	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность
ОК 04	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития
ОК 05	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности
ОК 06	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями
ОК 07	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий
ОК 08	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации
ОК 09	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности
ОК 10	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

3.1. Тематический план учебной практики

Код ПК	Вид работ	Наименование тем учебной практики	Кол-во часов по темам
ПК 5.1 Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиентов ПК 5.2 Работать в рекламных акциях в качестве исполнителя ПК 5.3 Консультировать клиента, предоставляя информацию о предлагаемом товаре, услуге ПК 5.4 Использовать офисную оргтехнику, информационные и коммуникационные технологии при работе с клиентом, заказчиком рекламы ПК 5.5 Использовать современные информационные и коммуникационные средства для размещения и продвижения рекламы для размещения и продвижения рекламы.	- осуществлять поиск заказчиков рекламных услуг и создавать клиентскую базу данных; - контактировать с заказчиками рекламного продукта и вести с ними переговоры; - принимать участие в рекламных акциях в качестве исполнителя; - контактировать с производителями рекламы по вопросам производства и размещения рекламы; - применять различные средства связи с клиентами и заказчиками рекламных услуг; - осуществлять выбор средств рекламы для проведения рекламных мероприятий; - использовать компьютерную технику в рекламной деятельности; - пользоваться специализированным программным обеспечением для обработки графической рекламной информации при проведении презентационных мероприятий. - оцифровывать текстовую и графическую информацию.	Тема 1.1 Контакты с заказчиком рекламных предприятий	7
		Тема 1.2 Работы по представлению рекламных услуг	7
		Тема 1.3 Использование различных видов средств	7
		Тема 1.4. Мероприятие по связи с общественности	7
		Тема 1.5. Средства связи с клиентами и заказчиками рекламных услуг;	6
		Дифференцированный зачет	

3.2 Содержание учебной практики

Код и наименование профессиональных модулей и тем учебной практики	Содержание учебных занятий		Объем часов	Уровень освоения
ПМ 05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих (Профессия 20032 «Агент рекламный»)			36	
Тема 1.1 Контакты с заказчиком рекламных предприятий	Содержание учебного материала		7	
	1.	Участие в рекламных акциях в качестве исполнителя. Контакты с производителями рекламы по вопросам производства и размещения рекламы	7	2
Тема 1.2 Работы по предоставлению рекламных услуг в зависимости от типа рекламного агентства.	Содержание учебного материала		7	
	1.	Взаимодействие рекламного агентства и рекламодателя Рекламные агентства, их задачи и функции. Виды рекламных агентств, особенности их деятельности. Основные направления взаимодействия рекламодателя и рекламного агентства. Переговоры с заказчиком. Осуществление агентом в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг.	7	2
Тема 1.3 Использование различных видов средств	Содержание учебного материала		7	
	1.	Организации связи со средствами массовой информации; Современные системы и средства связи Системы сотовой связи. Телефонные аппараты. Спутниковая связь. Способы передачи информации. Классификация каналов связи. Факсимильная связь. Сеть Internet: электронная почта Средства связи. Виды средств связи в офисе, предприятии. Особенности использования при работе с заказчиком.	7	2
Тема 1.4. Мероприятие по связи с общественности	Содержание учебного материала		7	
	1.	Средства связи с субъектами рекламного процесса. Выставки и ярмарки	7	2
Тема 1.5. Средства связи с клиентами и заказчиками рекламных услуг;	Содержание учебного материала		6	
	1.	Информирование клиентов для формирования лояльности к бренду и увеличения объема продаж. Звонки. Информирование клиентов звонками — один из основных способов коммуникации компаний с покупателями и заказчиками услуг. Мессенджеры. Сервисы информирования. Онлайн-сервисы, и специальное программное обеспечение, и облачные сервисы. осуществление смс-рассылки, отправку push-уведомлений, e-mail рассылки	6	2
Дифференцированный зачет			2	

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

- 1 – ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
- 2 – репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством);
- 3 – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач).

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

4.1 Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы дисциплины требует наличия:

- **учебного кабинета:** проектирования рекламного продукта;
- **лаборатории и мастерской** по направлению «Реклама» информационных и коммуникационных технологий.

Оборудование учебного кабинета:

- рабочие места по количеству обучающихся (25);
- рабочее место преподавателя;
- комплект учебно-методической документации.

Оборудование лаборатории «Реклама»:

- рабочее место обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- мебель для рисования и экспозиции;
- набор для рисования;
- МФУ;
- маркерная учебная доска.

Оборудование мастерской «Реклама»:

- рабочее место обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- базовый набор фотостудии и видеостудии;
- компьютер, многофункциональное устройство;
- прибор для художественной резки пенопласта, пластика;
- оборудование для изготовления рекламной и сувенирной продукции;
- мебель производственная;
- МФУ;
- маркерная учебная доска.

Технические средства обучения:

- стационарные компьютеры и ноутбук с лицензионным программным обеспечением;
- мультимедиа – проектор;
- экран.

4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

Учебники и учебные пособия

1. Васильев, Г.А. Основы рекламы: учебное пособие/ Г.А. Васильев, В.А. Поляков. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 719 с.

Дополнительные источники:

1. Антипов, К.В. Основы рекламы: учебник/ К.В. Антипов. – 5-е изд., стер. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. – 328 с.
2. Романов, А.А. Разработка рекламного продукта: учеб. пособие/ А.А. Романов, Г.А. Васильев, В.А. Поляков. – М.: Вузовский учебник; ИНФРА-М, 2019. – 256 с.

Электронные источники:

1. Индустрия рекламы [Электронный ресурс]: информационно-справочный портал, основанный с целью систематизации и распространения информации о рекламе и создания наиболее полной справочной и методологической базы в области рекламного дел. – Свободный доступ из сети Интернет. – <https://adindustry.ru/press-advertising>.
2. Виртуальная библиотека Studref.com [Электронный ресурс]: Основы рекламы. – Свободный доступ из сети Интернет. – https://studref.com/346884/marketing/reklama_presse.
3. Виртуальная библиотека Ozlib.com [Электронный ресурс]: Организация и практика работы рекламного агентства. – Свободный доступ из сети Интернет. – https://ozlib.com/828521/ekonomika/razmeschenie_naruzhnoy_reklamy.

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса.

Реализация рабочей программы учебной практики предполагает проведение учебной практики в лаборатории колледжа, а также в организациях на основе прямых договоров, заключаемых между образовательным учреждением и каждой организацией, куда направляются обучающиеся. Учебная практика проводится концентрировано.

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса.

Руководство учебной практикой осуществляют преподаватели, а также работники организаций, закрепленные за обучающимися.

Преподаватели, осуществляющие непосредственное руководство учебной практикой обучающихся, должны иметь образование по профилю специальности, проходить обязательную стажировку в профильных организациях не реже 1-го раза в 3 года.

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

Контроль и оценка результатов освоения учебной практики осуществляется преподавателем и/или руководителем практики.

Результаты освоения учебной практики фиксируются в дневнике по практике и в журнале.

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 5.1 Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиентов	знание: - способов поиска и привлечения клиентов; умение: - взаимодействовать с производителями рекламы по вопросам производства и размещения. - осуществлять поиск заказчиков рекламных услуг и создавать клиентскую базу данных; - контактировать с заказчиками рекламного продукта и вести с ними переговоры	Наблюдение и оценка результатов деятельности студентов во время прохождения учебной практики, выполнения работ, дифференцированного зачета
ПК 5.2 Работать в рекламных акциях в качестве исполнителя.	знание: - видов акций по стимулированию сбыта и оказанию услуг; умение: - разрабатывать мероприятия по стимулированию сбыта; - использовать компьютерную технику при разработке рекламных средств, для проведения рекламных акций;	Наблюдение и оценка результатов деятельности студентов во время прохождения учебной практики, выполнения работ, дифференцированного зачета
ПК 5.3 Консультировать клиента, предоставляя информацию о предлагаемом товаре, услуге	знание: - правил ведения переговоров с клиентом (заказчиком) и умение их применять на практике; - правил ведения переговоров по телефону и умение применять их в практической деятельности; умение: - разрабатывать скрипты диалогов при ведении переговоров;	Наблюдение и оценка результатов деятельности студентов во время прохождения учебной практики, выполнения работ, дифференцированного зачета
ПК 5.4 Использовать офисную оргтехнику, информационные и коммуникационные технологии при	знание: - основных элементов; - презентации товаров и услуг; - знание способов ведения эффективной презентации;	Наблюдение и оценка результатов деятельности студентов во время прохождения учебной практики,

работе с клиентом, заказчиком рекламы	умение: - разрабатывать презентацию товаров и услуг с помощью программного обеспечения;	выполнения работ, дифференцированного зачета
ПК 5.5 Использовать современные информационные и коммуникационные средства для размещения и продвижения рекламы	знание: - основных средств; - компьютерной обработки информации при работе с клиентом; умение: - использовать компьютерные знания различных видов оргтехники, применяемых в своей работе агентом	Наблюдение и оценка результатов деятельности студентов во время прохождения учебной практики, выполнения работ, дифференцированного зачета

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 компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК 01 Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	- проявление стабильного интереса к профессиональной деятельности; - высокий уровень мотивации и готовности к творческой деятельности по выбранной специальности; - наличие положительных отзывов по итогам производственной деятельности; - участие в конкурсах профессионального мастерства, олимпиадах и т.п.	Оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы при выполнении работ в процессе учебной практики.
ОК 02 Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	- обоснование выбора и применения методов и способов решения профессиональных задач в области разработки рекламных конструкций; - демонстрация эффективности и качества выполнения профессиональных задач;	Оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы при выполнении работ в процессе учебной практики.
ОК 03 Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	- демонстрация способности принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность;	Оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы при выполнении работ в процессе учебной

		практики.
ОК 04 Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	- нахождение и использование дополнительной литературы по дизайну и рекламной деятельности, эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития;	Оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы при выполнении работ в процессе учебной практики.
ОК 05 Использовать информационно-коммуникационные технологии профессиональной деятельности	- выбор информационно-коммуникационных технологий для решения задач в профессиональной деятельности в области построения эскизов конструкции;	Оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы при выполнении работ в процессе учебной практики.
ОК 06 Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	- взаимодействие с участниками производственного процесса: обучающимися, преподавателями, мастерами производственного обучения, рабочими и руководителями предприятий при прохождении производственной практики;	Оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы при выполнении работ в процессе учебной практики.
ОК 07 Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий	- проявление ответственности за работу подчиненных, оказание помощи студента студенту, сопереживание каждого за результат выполнения заданий;	Оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы при выполнении работ в процессе учебной практики.
ОК 08 Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	- планирование обучающимся повышения личностного и квалификационного уровня через разработку творческих проектов, участие в семинарах практикумах, в конкурсах профмастерства;	Оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы при выполнении работ в процессе учебной практики.
ОК 09 Ориентироваться в условиях частой смены технологий профессиональной деятельности	- проявление интереса к инновациям в области профессиональной деятельности: модным тенденциям в мире рекламы, актуальным разработкам по дизайну рекламной продукции;	Оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы при выполнении работ в процессе учебной практики.
ОК 10 Владеть основами предпринимательской	- точность определения порядка организации предпринимательской	Оценка результатов деятельности

деятельности особенностями предпринимательства профессиональной деятельности	и деятельности в профессиональной области; в- точность определения видов ответственности в сфере профессиональной деятельности в соответствии с законодательством РФ;	обучающихся в процессе освоения образовательной программы при выполнении работ в процессе учебной практики.
--	---	--

6. КРИТЕРИИ ОЦЕНОК

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

Процент результативности (правильных ответов)	Качественная оценка индивидуальных образовательных достижений	
	балл (отметка)	вербальный аналог
85 ÷ 100	5	отлично
70 ÷ 84	4	хорошо
50 ÷ 69	3	удовлетворительно
менее 50	2	неудовлетворительно