

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
**«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ПРОМЫШЛЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И ДИЗАЙНА»**

**КОЛЛЕДЖ ТЕХНОЛОГИИ, МОДЕЛИРОВАНИЯ И УПРАВЛЕНИЯ**

(Наименование колледжа)

УТВЕРЖДАЮ  
Первый проректор,  
проректор по учебной работе

\_\_\_\_\_ А.Е. Рудин

«30» 06 2020 г.

**ПРОГРАММА ПРАКТИКИ**

Цикловая комиссия: Специальных дисциплин 04

Специальность: 42.02.01 Реклама

Квалификация: Специалист по рекламе

Программа подготовки: базовая

План учебного процесса

Индекс	Наименование практик (по разделам и видам)	Очное обучение			Заочное обучение		
		Номер семестра	Кол-во недель	Часы	Номер семестра	Кол-во недель	Часы
<b>ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих</b>							
ПП.05.01	Производственная практика, Выполнение работ по профессии 20032 «Агент рекламный»	2	4	144			

Программа практик составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности  
42.02.01 Реклама

и на основании учебного плана № 20-02/1/11, 19-02/1/11, 18-02/1/11

---

**1.1. Место учебной практики в структуре ППССЗ**

Производственная практика ПП.05.01 является завершающим этапом изучения профессионального модуля ПМ.05. «Выполнение работ по профессии 20032 «Агент рекламный»

**1.2. Цель производственной практики**

Формирование у обучающихся общих и профессиональных компетенций, приобретение практического опыта и навыка работы по специальности «Агент рекламный»

**1.3. Задачи производственной практики**

Подготовить обучающихся к выполнению работ по профессии

**1.4. Компетенции, формируемые у обучающегося в процессе прохождения производственной практики**

Общекультурные: (ОК)

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.

Профессиональные: (ПК)

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 объекта с учетом выбранной технологии.

ПК 2.3. Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале

**1.5. В результате прохождения производственной практики обучающийся должен:**

Иметь 1) в организации продаж рекламного продукта (ОК 1-91, ПК 1.1, 2.1)

практический 2) в сопровождении договоров (ОК 1-9)

опыт:

Уметь: 1) контактировать с производителем рекламы по вопросам производства и размещения (ОК 1-9, ПК 1.1-1.5, 2.1, 2.2, 2.3)

2) Реализовывать технологии продажи рекламного продукта (ОК1-9, ПК 1.1, 2.1)

3) Реализовывать технологии основных средств маркетинговой коммуникации (ОК1-9, ПК 1.1-1.5, 2.1-2.3)

Знать: 1) Сущность и значимость своей профессии (ОК1, ПК 1.1-1.5, 2.1-2.3)

2) Способы и методы продажи рекламного продукта (ОК1-9, ПК 1.1, 2.1)

### 1.6. Дисциплины (модули, практики) ППСЗ, в которых было начато формирование компетенций, указанных в п.1.4:

- МДК.05.01. Функции и должностные обязанности рекламного агента (ОК1-9, ПК 1.1-1.5, 2.1-2.3)
- ЕН.03 Информатика (ОК 1-9)
- ОГСЭ.05 Русский язык и культура речи (ОК 1-9)
- ОГСЭ.06 Основы экономики (ОК 1-9)

### 1.7. Форма проведения производственной практики

Рассредоточено  Концентрированно

### 1.8. Место проведения учебной практики

Рекламные агентства Санкт-Петербурга в соответствии с заключенными договорами

### 1.9. Содержание производственной практики

Наименование и содержание разделов (этапов)	Объем (часы)
<b>Раздел 1. Введение</b>	<b>12</b>
Этап 1. Вводный инструктаж. Цели и задачи практики, оформление дневника практики, правила техники безопасности и противопожарной защиты.	4
Этап 2. Функции рекламного агента	8
<b>Раздел 2. Ознакомление с рекламным агентством</b>	<b>56</b>
Этап 3. Общая характеристика рекламного предприятия, организационная структура рекламного предприятия	6
Этап 4. Изучение целевой аудитории	12
Этап 5. Организация рекламной деятельности на предприятии, виды рекламных средств на предприятии, технологическая последовательность производства рекламного продукта, материалы и оборудование, используемые для производства рекламного продукта, типография (оборудование, технологические процессы).	38
<b>Раздел 3. Работа рекламного агента</b>	<b>68</b>
Этап 6. Практические навыки агента	6
Этап 7. Правовое обеспечение рекламной деятельности	8
Этап 8. Выполнение работ по профессии 20032 «Агент рекламный»	54
<b>Текущий контроль</b> (собеседование по разделам)	<b>4</b>
<b>Промежуточная аттестация</b> (зачет)	<b>4</b>
	<b>144</b>

### 1.10. Формы отчетности по учебной практике

#### Основные требования по отчетности.

Отчет должен содержать: титульные листы, ежедневные записи, отражающие краткое содержание теоретических вопросов, изученных на практике, в том числе общую характеристику предприятия, его организационную структуру, описание организационно-рекламной деятельности фирмы, технологического процесса производства рекламных продуктов и их характеристику. Отчет представляется на листах А4 в количестве 9-12 листов.

### 1.11. Описание шкал и критериев оценивания сформированности компетенций по результатам прохождения учебной практики

Баллы	Оценка по традиционной шкале	Критерии оценивания сформированности компетенций
86 - 100	5 (отлично)	Обучающийся соблюдал сроки прохождения практики; отчетные материалы полностью соответствуют программе практики и имеют практическую ценность; индивидуальное задание выполнено полностью и на высоком уровне, получены положительные аттестационный лист и отзыв от предприятия; качество оформления отчета и презентации соответствуют требованиям. В процессе защиты отчета

Баллы	Оценка по традиционной шкале	Критерии оценивания сформированности компетенций
		обучающийся дал полный, исчерпывающий ответ, явно демонстрирующий глубокое понимание предмета и широкую эрудицию в оцениваемой области.
75 – 85	4 (хорошо)	Обучающийся соблюдал сроки прохождения практики; отчетные материалы в целом соответствуют программе практики, содержат стандартные выводы и рекомендации практиканта; индивидуальное задание выполнено, получены положительные аттестационный лист и отзыв от предприятия; качество оформления отчета и презентации соответствуют требованиям. В процессе защиты отчета обучающийся дал полный ответ, основанный на проработке всех обязательных источников информации. Подход к материалу ответственный, но стандартный.
61 – 74		Обучающийся соблюдал сроки прохождения практики; отчетные материалы в целом соответствуют программе практики, содержат стандартные выводы и рекомендации практиканта; индивидуальное задание в целом выполнено с несущественными ошибками, получены положительные аттестационный лист и отзыв от предприятия; качество оформления отчета и / или презентации имеют несущественные ошибки. В процессе защиты отчета обучающийся дал стандартный ответ, в целом качественный, основанный на всех обязательных источниках информации. Присутствуют небольшие пробелы в знаниях или несущественные ошибки.
51 - 60	3 (удовлетворительно)	Обучающийся соблюдал сроки прохождения практики; отчетные материалы в целом соответствуют программе практики, собственные выводы и рекомендации практиканта по итогам практики отсутствуют; индивидуальное задание выполнено с существенными ошибками, получены удовлетворительные аттестационный лист и (или) отзыв от предприятия; качество оформления отчета и / или презентации имеют многочисленные несущественные ошибки. В процессе защиты отчета обучающийся дал ответ с существенными ошибками или пробелами в знаниях по некоторым разделам практики. Демонстрирует понимание содержания практики в целом, без углубления в детали.
40 – 50		Обучающийся нарушал сроки прохождения практики; отчетные материалы в целом соответствуют программе практики, собственные выводы и рекомендации практиканта по итогам практики отсутствуют; индивидуальное задание выполнено с существенными ошибками, получены удовлетворительные аттестационный лист и (или) отзыв от предприятия; качество оформления отчета и / или презентации имеют многочисленные существенные ошибки. В процессе защиты отчета обучающийся продемонстрировал слабое понимание сущности практической деятельности, допустил существенные ошибки или пробелы в ответах сразу по нескольким разделам программы практики, незнание (путаницу) важных терминов.
17 – 39	2 (неудовлетворительно)	Обучающийся систематически нарушал сроки прохождения практики; не смог справиться с практической частью индивидуального задания; отчетные материалы частично не соответствуют программе практики; получен неудовлетворительный аттестационный лист и (или) отзыв от предприятия; качество оформления отчета и (или) презентации не соответствуют требованиям. В процессе защиты отчета обучающийся продемонстрировал неспособность ответить на вопрос без помощи преподавателя, незнание значительной части принципиально важных практических элементов, многочисленные существенные ошибки.
1 – 16		Обучающийся систематически нарушал сроки прохождения практики; не смог справиться с индивидуальным заданием; отчетные материалы не соответствуют программе практики; получен неудовлетворительный аттестационный лист и (или) отзыв от предприятия; отчет к защите не представлен.
0		Обучающийся практику не проходил.

### 1.12. Учебная литература и другие информационные источники

#### а) Основная учебная литература

1. Чилингер, Е. Ю. Медиаанализ и медиапланирование : учебное пособие / Е. Ю. Чилингер. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 103 с. — ISBN 978-5-4497-0562-4. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/95334.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

#### б) дополнительная учебная литература

2. Сергеева, З. Н. Технология рекламы : учебное пособие / З. Н. Сергеева, Е. А. Сайкин. — Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2020. — 83 с. — ISBN 978-5-7782-4107-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/99228.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

в) Методическое обеспечение учебной практики

3. Марк, Тангейт Всемирная история рекламы / Тангейт Марк ; перевод А. Зотагин, В. Ибрагимов ; под редакцией Ю. Быстровой. — 3-е изд. — Москва : Альпина Паблишер, 2019. — 286 с. — ISBN 978-5-9614-5787-2. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/86728.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

г) Официальные справочно-библиографические и периодические издания

4. Журнал- пособие по организации и ведению рекламы «Практика Рекламы».
5. Журнал о творчестве в рекламе «Communication Arts»
6. Журнал «Рекламные идеи»

### 1.13. Демонстрационные и раздаточные материалы

1. Нормативные документы рекламного агентства

### 1.14. Материально-техническое и программное обеспечение учебной практики

1. Материально-техническая база рекламного агентства для изготовления рекламных продуктов
2. Программное обеспечение Microsoft Windows 10 Pro; Office Standart 2016

### 1.15. Обязанности обучающегося во время прохождения учебной практики

- Обучающийся обязан соблюдать правила техники безопасности и охраны труда, правила внутреннего распорядка, вести и своевременно представлять необходимую документацию по выполнению программы практики.
- Ежедневно вести дневник практики;
- Добросовестно изучать должностные обязанности и получать практические навыки рекламного агента;
- Представить отчет по практике с отзывом руководителя

### 1.16. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки практического опыта умений и знаний, характеризующие этапы формирования компетенций по результатам прохождения учебной практики

№ п/п	Формулировка вопроса (задания, оценочного материала)
1	Дать характеристику целевой аудитории организации.
2	Организация рекламной деятельности предприятия. Перечислить виды рекламных средств
3	Изобразить графически структуру рекламного агентства или рекламного отдела организации
4	Перечислить функции рекламного агента организации.
5	Дать общую характеристику предприятия.
6	Описать технологическую последовательность производства рекламного продукта (на выбор)
7	Сформулировать перечень общих этических требований к рекламе.
8	Назвать слабые и сильные стороны рекламного агентства.
9	Раскрыть сложности, стоящие перед рекламными агентствами на сегодняшний день.

### 1. 17. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания практического опыта, умений и знаний, характеризующих этапы формирования компетенций по результатам прохождения учебной практики

- **Форма проведения промежуточной аттестации по практике**

устная  письменная  компьютерное тестирование  иная\*

### Особенности проведения зачета по практике

Зачет принимается в последний день практики. Обучающиеся сдают отчет по прохождению практики. При предъявлении отчета возможны дополнительные вопросы, указанные в п.1.16.