МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ

**ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ**

**«КРАСНОДАРСКИЙ ГУМАНИТАРНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»**

# МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

**ПО ПРОХОЖДЕНИЮ**

**УЧЕБНОЙ И ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИК**

**ПМ.02 «Производство рекламной продукции»**

**ПМ.03 «Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта»**

**ПМ.05 «Выполнение работ по должности служащего 20032 Агент рекламный»**

**42.02.01 «Реклама»**

***Гуманитарный профиль***

**ДЛЯ СТУДЕНТОВ ОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ**

**Краснодар, 201\_ г.**

 **УТВЕРЖДАЮ**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **СОГЛАСОВАНО**Заместитель директора по ПОПГАПОУ КК КГТК\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ И.В. Андросова«\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2017 г.

|  |
| --- |
| **РАССМОТРЕНО**на заседании кафедры программирования и рекламы \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Л.А. Пятовская«\_\_\_\_\_ »\_\_\_\_\_\_\_\_2017 г.  |
|  |

 |

Заместитель директора по УР

ГАПОУ КК КГТК

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Г.А. Словцова

«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2017 г.

**СОГЛАСОВАНО**

Заместитель директора по НМР

ГАПОУ КК КГТК

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Н.И. Тутынина

«\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2017 г.

**Составитель:** Лысенко К.Е., преподаватель ГАПОУ КК КГТК

 Морозова А.М., преподаватель ГАПОУ КК КГТК

 Методические рекомендации составлены в соответствии с Положением о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы среднего профессионального образования, утвержденным Приказом Министерства образования Российской Федерации от 18 апреля 2013 г. № 291 г. и Положением об учебной и производственной практики студентов ГАПОУ КК КГТК.

Методические рекомендации по организации и прохождению учебной и производственной практик являются частью учебно-методического комплекса (УМК) ПМ 02 «Производство рекламной продукции», ПМ.03 «Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта», ПМ.05 «Выполнение работ по должности служащего 20032 Агент рекламный»

Методические рекомендации адресованы студентам очной формы обучения. В электронном виде методические рекомендации размещены на файловом сервере колледжа по адресу:doc@kgtk.ru в разделе «Студенту».

Уважаемый студент!

Производственная (учебная) практика является составной частью профессионального модуля ПМ 02 «Производство рекламной продукции», ПМ.03 «Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта», ПМ.05 «Выполнение работ по должности служащего 20032 Агент рекламный» по специальности 42.02.01 Реклама*.*

Учебная практика направлена на приобретение Вами первоначального практического опыта для последующего освоения общих (ОК) и профессиональных компетенций (ПК) по данному виду профессиональной деятельности.

Производственная практика по профилю специальности направлена на формирование у Вас общих и профессиональных компетенций, приобретение практического опыта по виду профессиональной деятельности производство рекламной продукции и выполнение работ по профессии 20032 Агент рекламный. В рамках учебной и производственной практик Вы получаете возможность освоить правила и этические нормы поведения служащих/работников сферы рекламы и маркетинга.

Прохождение практики повышает качество Вашей профессиональной подготовки, позволяет закрепить приобретаемые теоретические знания, способствует социально-психологической адаптации на местах будущей работы.

Методические рекомендации, представленные Вашему вниманию, предназначены для того, чтобы помочь Вам подготовиться к эффективной деятельности в качестве помощника специалиста по рекламе. Выполнение заданий практики поможет Вам быстрее адаптироваться к условиям сферы рекламы.

Прохождение учебной и производственной практик является **обязательным условием** обучения.

Обращаем Ваше внимание, что студенты, не прошедшие практику, к экзамену (квалификационному) по профессиональному модулю не допускаются и направляются на практику вторично, в свободное от учебы время. Студенты, успешно прошедшие практику, получают «дифференцированный зачет» и допускаются к экзамену (квалификационному) по профессиональному модулю.

Настоящие методические рекомендации определяют цели и задачи, а также конкретное содержание заданий по практике, особенности организации и порядок прохождения учебной и производственной практик, а также содержат требования к подготовке отчета по практике и образцы оформления его различных разделов. Обращаем Ваше внимание, что внимательное изучение рекомендаций и консультирование у Вашего руководителя практики от ОУ поможет Вам без проблем получить оценку по практике.

Консультации по практике проводятся Вашим руководителем по графику, установленному на организационном собрании группы. Посещение этих консультаций позволит Вам наилучшим образом подготовить отчет.

**Желаем Вам успехов!**

**1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ПРАКТИКИ**

Учебная и производственная практика является составной частью образовательного процесса по специальности 42.02.01 «Реклама» и имеет важное значение при формировании вида профессиональной деятельности производство рекламной продукции, маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта и выполнение работ по профессии 20032 Агент рекламный.

**Цели практики:**

1. Получение практического опыта:

- выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта;

- построения модели (макета, сценария) объекта с учетом выбранной технологии;

- подготовки к производству рекламного продукта;

- производства рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков;

- осуществлять фотосъемку для производства рекламного продукта;

-осуществлять видеосъемку для производства рекламного продукта;

- использовать компьютерные технологии при создании печатного рекламного продукта;

- использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео-, анимации;

- использовать мультимедийные и web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта;

- технику, технологии и технические средства фотосъемки в рекламе;

- технику, технологии и технические средства видеосъемки в рекламе;

- технические и программные средства для создания печатного рекламного продукта;

- технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации;

- технологию создания Интернет-рекламы;

- аппаратное и программное обеспечение;

- выявления требований целевых групп потребителей;

- разработки средств продвижения рекламного продукта;

- разработки маркетинговой части бизнес-плана;

- ведения переговоров с заказчиком;

- использования офисной оргтехники;

- информационных и коммуникационных технологий при получении и оформлении заказа;

- оформления договорной и финансовой документации при работе с заказчиком;

- организации связи со средствами массовой информации;

- создания и оформления простых текстов рекламных объявлений;

- работа 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;

- выбора художественной формы реализации рекламной идеи;

- создания визуального образа с рекламными функциями;

- художественного конструирования рекламных продуктов по заданию;

- выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта;

- построения модели (макета, сценария) объекта с учетом выбранной технологии;

- подготовки к производству рекламного продукта;

- производства рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков;

- выявления требований целевых групп потребителей;

- разработки средств продвижения рекламного продукта;

- разработки маркетинговой части бизнес-плана.

Практика может быть организована в:

- в рекламных агентствах Краснодарского края (или в пределах РФ);

- в отделах маркетинга и рекламы различных предприятий.

**Основные обязанности студента в период прохождения практики**

При прохождении практики Вы **обязаны:**

**-**своевременно прибыть на место практики с предъявлением путевки;

**-**соблюдать внутренний распорядок, соответствующий действующим нормам трудового законодательства;

-выполнять требования охраны труда и режима рабочего дня, действующие в данной организации (учреждении);

-подчиняться действующим на предприятии/или в организации, учреждении правилам;

-нести ответственность за выполняемую работу и ее результаты;

-полностью выполнять виды работ, предусмотренные заданиями по практике;

 -ежедневно заполнять дневник практики;

-по окончании практики принести в колледж оформленный отчет, подготовленный в строгом соответствии с требованиями настоящих методических рекомендаций;

-сдать отчет по практике в установленные руководителем практики сроки.

# 2. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

Содержание заданий практики позволит Вам сформировать профессиональные компетенции по виду профессиональной деятельности *ПМ 02 «Производство рекламной продукции», ПМ.03 «Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта», ПМ.05 «Выполнение работ по должности служащего 20032 Агент рекламный»* и способствовать формированию общих компетенций (ОК).

По прибытии на место прохождения практики, Вы совместно с руководителем составляете календарный план прохождения практики по профилю специальности. При составлении плана следует руководствоваться заданиями по практике.

В зависимости от места прохождения практики Вы должны получить следующий практический опыт:

* **В рекламных агентствах Краснодарского края (или в пределах РФ) и в отделах маркетинга и рекламы различных предприятий**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **ПК** | **Задания на практику** | **Результат должен найти отражение** | **Кол-во часов** |
| **ПМ 02 «Производство рекламной продукции»** |
| ПК 2.1 Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы | Выпуск готового рекламного продукта. Предпечатная подготовка: выбор программы для создания оригинала рекламного продукта, выбор цветовой модели, типа бумаги, способа печати; установка всех параметров (размер и ориентация страниц, разворот, размеры изображений, выбор расширения); сохранение информации в выбранном формате | Отражение результата в отчете | 6 |
| Правовое регулирование рекламной деятельности: общие требования к рекламе, основные нормы правового регулирования рекламной деятельности на рынке товаров, работ и услуг. Ответственность участников рекламного процесса за ненадлежащую рекламу, кодекс рекламной практики:*Описать рекламные функции товарных знаков. Оформить лицензионный договор на товарный знак*  | - лицензионный договор на товарный знак | 6 |
| Рекламные средства и область их применения: основные критерии, определяющие разновидности рекламных средств. Классификация рекламы, используемая в практике производства рекламы. Основные элементы средств рекламы, требования к ним. Цели, определяющие выбор рекламных средств. Виды рекламных средств и их применение с учетом специфики предприятия*Подготовить макет рекламы, с использованием объемных букв;*  | - макет рекламы | 6 |
| Изучение технологического процесса производства рекламного продукта согласно заданию по практике: изучение системы заказов на рекламу, требований к данному виду рекламы и основных этапов ее производства. Технологическая последовательность операций по производству рекламного продукта, оборудование, новые технологии | - изучение технологического процесса производства рекламного продукта | 6 |
| Изучение системы заказов на рекламу, требований к данному виду рекламы и основных этапов ее производства. Технологическая последовательность операций по производству рекламного продукта, оборудование, новые технологии | - изучение системы заказов на рекламу | 6 |
| Организация взаимодействия участников рекламного процесса: Цель рекламной кампании. Целевая аудитория. Выбор рекламной тактики. Обоснование выбора средств рекламы. Определение оптимальной частоты повторения рекламы. Работа со СМИ. Медиапланирование: *Принять и оформить заказ на рекламу*  | - работа с заказами на рекламу | 6 |
| Рекламный бюджет: Маркетинговые цели рекламной кампании. Рекламный бюджет новой товарной категории, новой торговой марки, устоявшейся марки. Факторы, влияющие на размер бюджета. Теоретическая основа принятия решения о величине рекламного бюджета. Подходы к определению рекламного бюджета. Рекламный бюджет новой и устоявшейся марки:*Рассчитать рекламный бюджет любого рекламного проекта.* | -расчет рекламный бюджет | 6 |
| Организация рекламной деятельности на предприятии: Рекламные агентства и их функции. Организация взаимоотношений участников рекламного процесса. Виды рекламной деятельности предприятия; взаимоотношения участников рекламного процесса |  | 6 |
| ПК 2.2 Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии | Проектная компьютерная графика и мультимедиа: *разработка веб-сайта с рекламными функциями* | макет веб- сайта | 6 |
| 2. Создание рекламных и дизайнерских разработок с применением программы PhotoShop (создание фотографии и о обработка фотографии на тему: Портрет, Рекламная съемка, Архитектура, Пейзаж, Постановочная фотография) | - Серия фотографий | 6 |
| 3. Создание рекламных и дизайнерских разработок с применением программы Corel Draw (визитка, каталог, буклет, листовка, вывеска, штендер)  | - разработанные макеты рекламных материалов | 6 |
| Разработка стратегии рекламного предприятия или агентства;  |  | 6 |
| Разработка рекламной политики предприятия |  | 6 |
| ПК 2.3 Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.  | Выполнение рекламной продукции в материале: разработка дизайна, макета и производство рекламного календаря, листовки, баннера | Макет календаря, листовки, банера | 6 |
| Печать по заданным параметрам: Изготовление рекламного продукта согласно выданному заданию на предприятии | - изготовленный рекламный продукт | 6 |
| Создание рекламного продукта (видео-ролик) | - Видео-ролик | 6 |
| Разработка поздравительной открытки | макет поздравительной открытки | 6 |
| Итого | **108** |
| **ПМ 03 «Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта** |
| ПК 3.1 Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка | Правовое регулирование рекламной деятельности. Общие требования к рекламе, основные нормы правового регулирования рекламной деятельности на рынке товаров, работ и услуг. Ответственность участников рекламного процесса за ненадлежащую рекламу, кодекс рекламной практики:*Подготовить текст рекламного объявления по рекламному продукту, учитывая обязательные требования к рекламе, закрепленные ФЗ «О рекламе»*  | - текст рекламного объявления | 6 |
| Изготовление рекламного продукта согласно выданному заданию: *Изучить и провести анализ целевой аудитории для вывода на рынок нового товара (по заказу рекламодателя). Составить портрет потребителя с основными социальными, психологическими и потребительскими характеристиками*  | - результаты анализа целевой аудитории | 6 |
| Изготовление рекламного продукта согласно выданному заданию:  *Разработать оригинальное креативное рекламное решение, соответствующего указанному портрету потребителя .* *Разработать сценарий работы с фокус-группой, подтверждающий соответствие креативного решения характеристикам потребителя* | - креативное рекламное обращение; сценарий работы с фокус-группой | **6** |
| ПК 3.2 Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта | Виды рекламных средств на предприятии. Основные функции и элементы рекламных средств, требования к ним. Рекламные средства и область их применения - реклама в прессе, печатная реклама, радио- и телереклама, наружная реклама и другие:*Создать рекламный продукт (макет). Выбрать и предложить средства распространения рекламного продукта, время и способы размещения в СМИ* | - макет рекламы (по выбору) | **6** |
| Рекламные средства и область их применения. Основные критерии, определяющие разновидности рекламных средств. Классификация рекламы, используемая в практике производства рекламы. Основные элементы средств рекламы, требования к ним. Цели, определяющие выбор рекламных средств. Виды рекламных средств и их применение с учетом специфики предприятия: *Сформировать маркетинговый раздел бизнес-плана.*  | - рекламный бюджет | **6** |
| *Подготовить презентацию проекта и защитить его*  | - презентация проекта | **6** |
| Итого | **36** |
| **ПМ.05 «Выполнение работ по должности служащего 20032 Агент рекламный»** |
| ПК 1.1 Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиентов | Исследование рекламно-информационной политики рекламного агентства или рекламной службы предприятия:1. Провести формализованное наблюдение за поиском клиентов, описать технологию и особенности поиска клиентов в организации. Заполнить клиентскую базу;2. Анализ рекламных материалов конкурентов | Клиентская база, анализ рекламы конкурентов | **12** |
| ПК 1.2 Осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению услуг | Участие в работе рекламного агентства или рекламной службы предприятия*1. Вести наблюдение за процессом консультирования клиентов по ассортименту выпускаемой продукции и оказываемых услуг, основным их характеристикам.**2. Описать ассортимент и характеристики выпускаемой продукции и/или оказываемых услуг, их преимущества.**3. Описать процесс консультирования, его особенности;* | Анализ деятельности | **18** |
| ПК 1.3 Оформлять договорную и финансовую документацию при работе с заказчиком | Организация и планирование рекламной кампании: *Заполнить данные в договорах на изготовление/размещение рекламы по действующим условиям и прейскурантам. Представить в приложении к отчету;* | договор | **6** |
| ПК 1.4 Опираться в работе на правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг | Организация и планирование рекламной кампании.*Перечислить пункты ФЗ «О рекламе» (или других законодательных актов), на которые приходилось опираться во время прохождения практики.* *Работа по заданию рекламного предприятия (работа с документацией)* | Пункты ФЗ «О рекламе;- образцы заполненных документов | **6** |
| ПК 1.5. Вести переговоры с заказчиками | Участвовать в проведении презентаций и переговоров. Особенности проведения и результативность отразить в отчете; | Презентация  | **12** |
| ПК 1.6. Использовать офисную оргтехнику, информационные и коммуникационные технологии при получении и оформлении заказа | Список офисной оргтехники и ИКТ, с которыми приходилось работатьРабота по заданию рекламного предприятия. | Список  | **12** |
| ПК 2.1. Контактировать с производителями рекламы по вопросам производства рекламного продукта | Прайсы производителей рекламы с которыми приходилось работать во время практики. Описать в отчете специфику работы с производителями рекламы.Работа по заданию рекламного предприятия. | Прайсы  | **6** |
| ПК 2.2. Составлять и оформлять простые тексты рекламных объявлений | Составить текст рекламного объявления. Рекламируемый предмет или услуга могут быть существующими в реальности или вымышленными | Текст рекламного объявления | **6** |
| ПК 2.3. Работать в рекламных акциях в качестве исполнителя | Перечень рекламных акций, в которых принимали участие в качестве исполнителяРабота по заданию рекламного предприятия. | Перечень рекламных акций, смета | **12** |
| ПК 2.4. Использовать современные информационные и коммуникационные средства продвижения рекламы | Перечень современных информационных и коммуникационных средств, с которыми работали во время практики.Работа по заданию рекламного предприятия. | Перечень  | **6** |
| ПК 2.5. Использовать компьютерные технологии для обработки текстовой информации | Разработать дизайн-макет буклета.  | Макет листовки | **12** |
| ПК 2.6. Контактировать со средствами массовой информации по вопросам размещения рекламы | Медиапланирование:1. Перечень СМИ с которыми контактировали по вопросам размещения рекламы.2. Покупка рекламных ресурсов и организация работы. Анализ достигнутых результатовРабота по заданию рекламного предприятия. | Перечень СМИ | **18** |
| ПК 2.7. Владеть простыми приемами создания и обработки изображений | Работа по заданию рекламного предприятия. Создание оригинал-макетов с элементами фирменного стиля. | Оригинал-макеты (5-6 наименований) | **18** |
| Итого | **144** |

# 3.ТРЕБОВАНИЯ К ОТЧЕТУ

Отчет по практике представляет собой комплект материалов, подготовленных практикантом и подтверждающие выполнение заданий по практике.

Все необходимые материалы по практике комплектуются студентом в папку-скоросшиватель в следующем порядке:

| **№****п/п** | **Расположение материалов в отчете** | **Примечание** |
| --- | --- | --- |
|  | Титульный лист  | Шаблон в приложении 1. |
|  | Внутренняя опись документов, находящихся в деле | Шаблон в приложении 2. |
|  | Индивидуальный план проведения практики | Шаблон в приложении 3. Разрабатывается практикантом в соответствии с заданиями по практике, утверждается руководителем практики в первую неделю практики. |
|  | Производственная характеристика на практиканта  | Шаблон в приложении 4.Пишется на бланке организации в свободной форме или по предложенному шаблону. Подписывается руководителем от предприятия и заверяется печатью. |
|  | Аттестационный лист | Шаблон в приложении 5Аттестационный лист заполняется руководителем практики от предприятия по окончанию практики. Отсутствие оценок в аттестационном листе не позволит практиканту получить итоговую оценку по практике и тем самым он не будет допущен к квалификационному экзамену по ПМ. |
|  | Отчёт практиканта о прохождении практики | Шаблон в приложении 6.  |
|  | Заключение/отзыв о прохождении производственной практике | Шаблон в приложении 7. |

**4. Подведение итогов производственной практики**

Практика завершается защитой отчета и дифференцируемым зачётом.

К защите отчёта представляются:

1. Текст самого задания и ответ на него, в т.ч. в отчете должны быть приведены эскизы и макеты выполненных заданий. Оригиналы выполненных рекламных носителей следует оформить как приложение.
2. Образцы договоров, смет, другой сопроводительной документации;
3. Списки клиентов, прайс-листы.
4. Структурная характеристика предприятия. Краткая история предприятия, его структура. Техническая оснащенность. Организация и схема управления предприятием. Отделы, их задачи и основные функции. Режим работы предприятия. Правила внутреннего распорядка, техника безопасности и противопожарная защита на предприятии.

К отчету могут прилагаться графики, таблицы, схемы, заполненные формы (бланки) документов.

Студенты, не выполнившие программу практики без уважительной причины или получившие отрицательную оценку, отчисляются из колледжа за академическую неуспеваемость.

**Перечень документов, прилагаемых к отчету:**

| **№****п/п** | **Расположение материалов в отчете** | **Примечание** |
| --- | --- | --- |
|  | Благодарственное письмо в адрес ОУ и/или лично практиканта. | Выдается на предприятии/организации. Прикладывается к отчету при его наличии.  |
|  | Анкета руководителя/куратора от предприятия. | Бланк анкеты выдается заведующим отделением. Анкета заполняется лично представителем (куратором)предприятия/организации, подписывается и заверяется печатью. |

 **ПЕРЕЧЕНЬ ЗАДАНИЙ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ**

**ПРОМЕЖУТОЧНОЙ аттестациИ в форме дифференцированного зачета**

**по УЧЕБНОЙ (производственной) ПРАКТИКИ**

**для обучающихся 3 курса по специальности 42.02.01 Реклама**

**ПМ.02 «Производство рекламной продукции»**

1. Описать рекламные функции товарных знаков. Оформить лицензионный договор на товарный знак

2. Подготовить макет рекламы, с использованием объемных букв

3. Изучение технологического процесса производства рекламного продукта согласно заданию по практике: изучение системы заказов на рекламу, требований к данному виду рекламы и основных этапов ее производства. Технологическая последовательность операций по производству рекламного продукта, оборудование, новые технологии

4. Принять и оформить заказ на рекламу

5. Рассчитать рекламный бюджет любого рекламного проекта.

6. Проектная компьютерная графика и мультимедиа: разработка веб-сайта с рекламными функциями

7. Создание рекламных и дизайнерских разработок с применением программы PhotoShop (создание фотографии и о обработка фотографии на тему: Портрет, Рекламная съемка, Архитектура, Пейзаж, Постановочная фотография)

8. Создание рекламных и дизайнерских разработок с применением программы Corel Draw (визитка, каталог, буклет, листовка, вывеска, штендер)

9. Разработка стратегии рекламного предприятия или агентства;

10. Разработка рекламной политики предприятия

11. Выполнение рекламной продукции в материале: разработка дизайна, макета и производство рекламного календаря, листовки, баннера

12. Печать по заданным параметрам: Изготовление рекламного продукта согласно выданному заданию на предприятии

13. Создание рекламного продукта (видео-ролик)

14. Разработка поздравительной открытки

**ПЕРЕЧЕНЬ ЗАДАНИЙ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ**

**ПРОМЕЖУТОЧНОЙ аттестациИ в форме дифференцированного зачета**

**по УЧЕБНОЙ (производственной) ПРАКТИКИ**

**для обучающихся 3 курса по специальности 42.02.01 Реклама**

**ПМ.03 «Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта»**

1. Подготовить текст рекламного объявления по рекламному продукту, учитывая обязательные требования к рекламе, закрепленные ФЗ «О рекламе»

2. Изготовление рекламного продукта согласно выданному заданию: Изучить и провести анализ целевой аудитории для вывода на рынок нового товара (по заказу рекламодателя). Составить портрет потребителя с основными социальными, психологическими и потребительскими характеристиками

3. Разработать оригинальное креативное рекламное решение, соответствующего указанному портрету потребителя .

4. Разработать сценарий работы с фокус-группой, подтверждающий соответствие креативного решения характеристикам потребителя

5. Создать рекламный продукт (макет). Выбрать и предложить средства распространения рекламного продукта, время и способы размещения в СМИ

6. Сформировать маркетинговый раздел бизнес-плана.

7. Подготовить презентацию рекламного проекта и защитить его

**ПЕРЕЧЕНЬ ЗАДАНИЙ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ**

**ПРОМЕЖУТОЧНОЙ аттестациИ в форме дифференцированного зачета**

**по УЧЕБНОЙ (производственной) ПРАКТИКИ**

**для обучающихся 3 курса по специальности 42.02.01 Реклама**

**ПМ.05 «Выполнение работ по должности служащего 20032 Агент рекламный»**

1. Провести формализованное наблюдение за поиском клиентов, описать технологию и особенности поиска клиентов в организации. Заполнить клиентскую базу;

2. Анализ рекламных материалов конкурентов

3. Вести наблюдение за процессом консультирования клиентов по ассортименту выпускаемой продукции и оказываемых услуг, основным их характеристикам.

4. Описать ассортимент и характеристики выпускаемой продукции и/или оказываемых услуг, их преимущества.

5. Описать процесс консультирования, его особенности;

6. Заполнить данные в договорах на изготовление/размещение рекламы по действующим условиям и прейскурантам. Представить в приложении к отчету;

7. Перечислить пункты ФЗ «О рекламе» (или других законодательных актов), на которые приходилось опираться во время прохождения практики. Работа по заданию рекламного предприятия (работа с документацией)

8. Список офисной оргтехники и ИКТ, с которыми приходилось работать

9. Прайсы производителей рекламы с которыми приходилось работать во время практики. Описать в отчете специфику работы с производителями рекламы.

10. Составить текст рекламного объявления. Рекламируемый предмет или услуга могут быть существующими в реальности или вымышленными

11. Перечень рекламных акций, в которых принимали участие в качестве исполнителя

12. Перечень современных информационных и коммуникационных средств, с которыми работали во время практики.

13. Разработать дизайн-макет буклета.

14. Перечень СМИ с которыми контактировали по вопросам размещения рекламы.

15. Создание оригинал-макетов с элементами фирменного стиля.

### *Приложение 1*

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ, НАУКИ МОЛОДЁЖНОЙ ПОЛИТИКИ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ

**ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ**

 **«КРАСНОДАРСКИЙ ГУМАНИТАРНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»**

**ОТЧЕТ**

**ПО УЧЕБНОЙ И ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ**

**ПМ 02 «Производство рекламной продукции»**

**ПМ.03 «Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта»**

**ПМ.05 «Выполнение работ по должности служащего 20032 Агент рекламный»**

**42.02.01 Реклама**

|  |
| --- |
| **Студента (ки) гр. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_** (Фамилия, И.О.) |
| **Организация:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_****\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**Наименование места прохождения практики |
| **Руководитель практики от ОУ** (Фамилия, И.О.) |
| **Оценка\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_** |

**Краснодар, 0000 г.**

### *Приложение 2*

### ВНУТРЕННЯЯ ОПИСЬ

### документов, находящихся в отчете

студента(ки) гр.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| №п/п | Наименование документа | страницы |
|  | Индивидуальный план прохождения практики |  |
|  | Производственная характеристика |  |
|  | Заключение/отзыв о прохождении практики |  |
|  | Аттестационный лист |  |
|  | Дневник по практике |  |
|  | Табель учёта рабочего времени |  |
|  | Отчёт практиканта о прохождении практики |  |
|  |  ***далее заполняется студентом*** |  |
|  | Приложение №  |  |
|  | Приложение №  |  |

Примечание: внутренняя опись документов располагается после титульного листа и содержит информацию о перечне материалов отчета, включая приложения.

.

### *Приложение 3*

|  |  |
| --- | --- |
| **СОГЛАСОВАНО**Наставник от предприятия\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_И.О. Фамилия *подпись*\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 201 г. | **СОГЛАСОВАНО**Руководитель практики от ОУ\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ И.О. Фамилия *подпись*\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 201 г. |

**ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ПЛАН**

**прохождения практики**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№****п/п** | Наименованиемероприятий | Дата | Отметка о выполне-нии |
|  | Описать рекламные функции товарных знаков. Оформить лицензионный договор на товарный знак |  |  |
|  | Подготовить макет рекламы, с использованием объемных букв |  |  |
|  | Изучение технологического процесса производства рекламного продукта согласно заданию по практике: изучение системы заказов на рекламу, требований к данному виду рекламы и основных этапов ее производства. Технологическая последовательность операций по производству рекламного продукта, оборудование, новые технологии |  |  |
|  |  Разработка стратегии рекламного предприятия или агентства |  |  |
|  | Принять и оформить заказ на рекламу  |  |  |
|  | Рассчитать рекламный бюджет любого рекламного проекта. |  |  |
| 1. 10. Разработка рекламной политики предприятия3. Создание рекламного продукта (видео14. Разработка поздравительной открытки
 | Разработка рекламной политики предприятия |  |  |
|  | Проектная компьютерная графика и мультимедиа: разработка веб-сайта с рекламными функциями |  |  |
|  | Выполнение рекламной продукции в материале: разработка дизайна, макета и производство рекламного календаря, листовки, баннера |  |  |
|  | Создание рекламных и дизайнерских разработок с применением программы PhotoShop (создание фотографии и о обработка фотографии на тему: Портрет, Рекламная съемка, Архитектура, Пейзаж, Постановочная фотография) |  |  |
|  | Работа по заданию рекламного предприятия. Создание оригинал-макетов с элементами фирменного стиля. |  |  |
|  | Создание рекламных и дизайнерских разработок с применением программы Corel Draw (визитка, каталог, буклет, листовка, вывеска, штендер)  |  |  |
|  | Печать по заданным параметрам: Изготовление рекламного продукта согласно выданному заданию на предприятии |  |  |
|  | Создание рекламного продукта (видео-ролик) |  |  |
|  | Разработка поздравительной открытки |  |  |
|  | Подготовить текст рекламного объявления по рекламному продукту, учитывая обязательные требования к рекламе, закрепленные ФЗ «О рекламе»  |  |  |
|  | Изготовление рекламного продукта согласно выданному заданию: Изучить и провести анализ целевой аудитории для вывода на рынок нового товара (по заказу рекламодателя). Составить портрет потребителя с основными социальными, психологическими и потребительскими характеристиками  |  |  |
|  | Разработать оригинальное креативное рекламное решение, соответствующего указанному портрету потребителя . |  |  |
|  | Разработать сценарий работы с фокус-группой, подтверждающий соответствие креативного решения характеристикам потребителя |  |  |
|  | Создать рекламный продукт (макет). Выбрать и предложить средства распространения рекламного продукта, время и способы размещения в СМИ |  |  |
|  | Сформировать маркетинговый раздел бизнес-плана.  |  |  |
|  | Подготовить презентацию рекламного проекта и защитить его  |  |  |
|  | Провести формализованное наблюдение за поиском клиентов, описать технологию и особенности поиска клиентов в организации. Заполнить клиентскую базу |  |  |
|  | Анализ рекламных материалов конкурентов |  |  |
|  | Вести наблюдение за процессом консультирования клиентов по ассортименту выпускаемой продукции и оказываемых услуг, основным их характеристикам. |  |  |
|  | Описать ассортимент и характеристики выпускаемой продукции и/или оказываемых услуг, их преимущества. |  |  |
|  | Описать процесс консультирования, его особенности; |  |  |
|  | Заполнить данные в договорах на изготовление/размещение рекламы по действующим условиям и прейскурантам. Представить в приложении к отчету; |  |  |
|  | Перечислить пункты ФЗ «О рекламе» (или других законодательных актов), на которые приходилось опираться во время прохождения практики. Работа по заданию рекламного предприятия (работа с документацией) |  |  |
|  | Список офисной оргтехники и ИКТ, с которыми приходилось работать |  |  |
|  | Прайсы производителей рекламы с которыми приходилось работать во время практики. Описать в отчете специфику работы с производителями рекламы. |  |  |
|  | Составить текст рекламного объявления. Рекламируемый предмет или услуга могут быть существующими в реальности или вымышленными |  |  |
|  | Перечень рекламных акций, в которых принимали участие в качестве исполнителя |  |  |
|  | Перечень современных информационных и коммуникационных средств, с которыми работали во время практики. |  |  |
|  | Разработать дизайн-макет буклета.  |  |  |
|  | Перечень СМИ с которыми контактировали по вопросам размещения рекламы. |  |  |
|  | Создание оригинал-макетов с элементами фирменного стиля. |  |  |

Студент(ка) Фамилия И.О.

(подпись студента)

***Примечания:***

* 1. *Отметка о выполненных мероприятиях должна совпадать с записями в дневнике.*

***Приложение 4***

**ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА**

**на студента \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

Студент за время прохождения \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ практики на \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

с \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ по \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, фактически отработал объём времени \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ часов и выполнил работы согласно заданию на практику на рабочем месте.

1. Уровень теоретической подготовки \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

2.Освоенные виды работ, качество, самостоятельность, интерес, инициатива\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

3. Трудовая дисциплина и соблюдение техники безопасности \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

4. Особые замечания и предложения руководителя практики \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

5. Организаторские способности \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

6. Оценка за практику \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 *прописью*

Прибыл «\_\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_201\_\_\_ г.

Выбыл «\_\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_201\_\_\_ г.

Руководитель практики

от организации \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ /\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/

 подпись М.П. Ф.И.О.

###

### *Приложение 5*

**Аттестационный лист**

студент\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

обучающийся на \_3\_\_ курсе по специальности 42.02.01 Реклама

успешно прошел (а) производственную практику по профессиональному модулю ПМ 02 «Производство рекламной продукции»

 в объеме 108 часов с «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_\_ г. по «\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_\_\_ г.

 в организации \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

наименование организации, юридический адрес

**Виды и качество выполнения работ в период производственной практики**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Виды профессиональной деятельности | Профессиональные компетенции, соответствующие видам профессиональной деятельности | Результаты освоенияПК (освоено, не освоено) |
| Составление плана рекламного мероприятия.Выбор программы для создания оригинала рекламного продукта. Выбор цветовой модели, типа бумаги, способа печати. Установка всех параметров (размер и ориентация страниц, разворот, размеры изображений, выбор расширения). Сохранение информации в выбранном формате | ПК 2.1 Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные и изобразительные средства и материалы |  |
| Создание макета веб-сайтаРазработка макетов рекламных материалов | ПК 2.2 Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии |  |
| Создание рекламного продукта (видео-ролик, календарь, открытка, серия фотографий)  | ПК 2.3 Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале |  |

Оценка дифференцированного зачёта \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**(оценивает рук. практики от ОУ)**

Дата «\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_\_ Рук. практики КГТК \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/

 Рук. практики \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/

**Аттестационный лист**

студент\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

обучающийся на \_3\_\_ курсе по специальности 42.02.01 Реклама

успешно прошел (а) производственную практику по профессиональному модулю ПМ 03 «Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта»

 в объеме 36 часов с «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_\_ г. по «\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_\_\_ г.

 в организации \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

наименование организации, юридический адрес

**Виды и качество выполнения работ в период производственной практики**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Виды профессиональной деятельности | Профессиональные компетенции, соответствующие видам профессиональной деятельности | Результаты освоенияПК (освоено, не освоено) |
| 1. Выявить требования целевых групп потребителей при стимулировании продаж, прямом маркетинге, создании рекламы для электронных масс-медиа, создании печатной рекламы2. Создать критерии оценки эффективности рекламной деятельности. Оценить по ним рекламную деятельность компании, если она имела место | ПК 3.1. Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка. |  |
| 1. Описать наиболее успешные рекламные проекты организации (отдела). Оцените качество рекламной кампании, если она проводилась. Соблюдены ли все этапы кампании, сформированы ли документы по рекламной кампании и т.д.;2. Правовое регулирование рекламной деятельности на предприятии3. Рекламные средства и область их применения4. Виды рекламных средств на предприятии5. Изучение технологического процесса производства рекламного продукта согласно заданию по практике6. Ответственность участников рекламного процесса за ненадлежащую рекламу, кодекс рекламной практики | ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта. |  |

Оценка дифференцированного зачёта \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Дата «\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_\_ Рук. практики КГТК \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/

 М.П. Рук. практики \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/

**Аттестационный лист**

студент\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

обучающийся на \_3\_\_ курсе по специальности 42.02.01 Реклама

успешно прошел (а) производственную практику по профессиональному модулю ПМ 02 «Производство рекламной продукции», ПМ 03 «Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта», ПМ 05 «Выполнение работ по должности служащего 20032 Агент рекламный»

 в объеме 288 часов с «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_\_ г. по «\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_\_\_ г.

 в организации \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

наименование организации, юридический адрес

**Виды и качество выполнения работ в период производственной практики**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Виды профессиональной деятельности | Профессиональные компетенции, соответствующие видам профессиональной деятельности | Результаты освоенияПК (освоено, не освоено) |
| демонстрация интереса к будущей профессии | ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес. |  |
| - рациональность планирования и организации деятельности по разработке и созданию рекламного продукта, - своевременность сдачи заданий, отчетов, проектов- обоснованность постановки цели, выбора и применения методов и способов при создании рекламного продукта; | ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество. |  |
| -решение стандартных и нестандартных профессиональных задач в области разработки рекламных продуктов | ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность |  |
| - эффективный поиск необходимой информации;- использование различных источников, включая электронные | ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития. |  |
| - работа на ПК | ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности. |  |
| - внесение аргументированных предложений по поводу решения задачи; - проявление внимания к точке зрения членов команды; - объективная оценка вклада других;- предотвращение или продуктивное урегулирование конфликтов | ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями. |  |
| - самоанализ и коррекция результатов собственной работы | ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий. |  |
| - организация самостоятельных занятий при изучении профессионального модуля | ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации. |  |
| - анализ инноваций в области разработки ПП | ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности. |  |
| - решение стандартных и нестандартных профессиональных задач в области предпринимательства | ОК 11. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности |  |
| использование знаний и навыков общения на иностранном языке  | ОК 12. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке |  |

Оценка дифференцированного зачёта \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Дата «\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_\_ Рук. практики КГТК \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/

 М.П. Рук. практики \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/

1. **Аттестационный лист**
2. студент\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
3. обучающийся на \_3\_\_ курсе по специальности 42.02.01 Реклама
4. успешно прошел (а) производственную практику по профессиональному модулю ПМ 05 «Выполнение работ по должности служащего 20032 Агент рекламный»
5. в объеме 144 часа с «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_\_ г. по «\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_\_\_ г.
6. в организации \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
7. наименование организации, юридический адрес
8. **Виды и качество выполнения работ в период производственной практики**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Виды профессиональной деятельности | Профессиональные компетенции, соответствующие видам профессиональной деятельности | Результаты освоенияПК (освоено, не освоено) |
| Создать клиентскую базу (не менее 50 контрагентов). Базу представить в отчете; | ПК 1.1 Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиентов |  |
|  Вести консультации, в т.ч. по телефону для постоянных и новых клиентов по ассортименту выпускаемой продукции и оказываемых услуг, основным их характеристикам. Особенности проведения консультаций и их результативность отразить в отчете; | ПК 1.2 Осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению услуг |  |
| 1.Заключить договоры на изготовление/размещение рекламы по действующим на месте практики условиям и прейскурантам, копии заполненных договоров представить в приложении к отчету;2. Оформление сметы на разработку рекламных материалов (рекламных мероприятий)3.Составить общее коммерческое предложение, отражающее основные виды деятельности предприятия.4. Составить коммерческое предложение для постоянных клиентов. Требования: коммерческое предложение должно отражать не менее трех видов деятельности предприятия, содержать основную информацию и стоимость предлагаемых рекламных продуктов (не менее 3).5. Проанализировать состав организационно-правовых документов, отметить особенности составления и оформления документов. Копию должностной инструкции представить в Приложении к отчету.  | ПК 1.3 Оформлять договорную и финансовую документацию при работе с заказчиком |  |
| 1. Перечислить пункты ФЗ «О рекламе» (или других законодательных актов), на которые приходилось опираться во время прохождения практики. 2. Составить претензию на некачественное оказание рекламных услуг.3. Подготовить исковое заявление в суд по ненадлежаще оказанным рекламным услугам. Составленные документы представить в Приложении к отчету. | ПК 1.4 Опираться в работе на правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг |  |
| 1. Презентация (деятельность рекламного агентства, услуги которые агентство предоставляет)2. Участвовать в проведении презентаций и переговоров. Особенности проведения и результативность отразить в отчете; | ПК 1.5. Вести переговоры с заказчиками |  |
| Список офисной оргтехники и ИКТ, с которыми приходилось работать | ПК 1.6. Использовать офисную оргтехнику, информационные и коммуникационные технологии при получении и оформлении заказа |  |
| Прайсы производителей рекламы с которыми приходилось работать во время практики | ПК 2.1. Контактировать с производителями рекламы по вопросам производства рекламного продукта |  |
| Составить текст рекламного объявления. Рекламируемый предмет или услуга могут быть существующими в реальности или вымышленными | ПК 2.2. Составлять и оформлять простые тексты рекламных объявлений |  |
| Перечень рекламных акций, в которых принимали участие в качестве исполнителя | ПК 2.3. Работать в рекламных акциях в качестве исполнителя |  |
|  Перечень современных информационных и коммуникационных средств, с которыми работали во время практики | ПК 2.4. Использовать современные информационные и коммуникационные средства продвижения рекламы |  |
| Листовкаа) Разработать дизайн-макет односторонней листовки. б) Составить текст сопроводительного письма для размещения заказа на тиражирование листовки.в) Определить стоимость тиражирования. | ПК 2.5. Использовать компьютерные технологии для обработки текстовой информации |  |
|  Перечень СМИ с которыми контактировали по вопросам размещения рекламы | ПК 2.6. Контактировать со средствами массовой информации по вопросам размещения рекламы |  |
| Работа по заданию рекламного предприятия. Создание оригинал-макетов с элементами фирменного стиля. | ПК 2.7. Владеть простыми приемами создания и обработки изображений |  |

1. Оценка дифференцированного зачёта \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
2. Дата «\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_\_ Рук. практики КГТК \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/
3.
4. М.П. Рук. практики \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/

###  *Приложение 6*

**ОТЗЫВ ПРАКТИКАНТА О ПРОХОЖДЕНИИ ПРАКТИКИ**

Я, *Фамилия Имя*, студент группы *№\_\_\_\_\_\_\_* проходил практику на \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Завершившая практика совпала/не совпала с моими ожиданиями в том, что\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

|  |
| --- |
|  |
|  |
|  |
|  |

Своим главным достижением во время прохождения практики я считаю

|  |
| --- |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |

Самым важным для формирования опыта практической деятельности было

|  |
| --- |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
| Прохождение практики повлияло/не повлияло на возможный выбор места работы в будущем, так как  |
|  |
|  |
|  |
|  |

|  |
| --- |
|  |
|  |
|  |
|  |

Студент(ка) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

### *Приложение 7*

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ / ОТЗЫВ**

о достигнутом уровне квалификации

Составлено «\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 201\_\_г. о том, что студент \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

с \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 201\_\_ г. по \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_201\_\_ г. самостоятельно выполнил задания практики \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(по профессии, специальности)

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(наименование организации, участка, отдела и т.п.)

и достиг следующих производственных показателей (правильность, самостоятельность ведения технологического процесса, выполнения установленных норм, качественные показатели, умения и навыки управления механизмами, пользование инструментами, приспособлениями, соблюдение правил техники безопасности, ведение и анализ финансовых документов, практика общения, организаторские способности, исполнительская дисциплина)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

По выполненным работам и достигнутым производственным показателям практикант \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

получает оценку: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 *прописью*

и рекомендован квалификационный разряд (третий) по ***должности служащего 20032 Агент рекламный»***

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 *прописью*

Руководитель практики

от организации \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ /\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/

 подпись М.П. Ф.И.О.

***Приложение 8***

**ЛИЧНАЯ КАРТОЧКА ИНСТРУКТАЖА ПО БЕЗОПАСНЫМ МЕТОДАМ РАБОТЫ И ПРОТИВОПОЖАРНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ**

**1. Вводный инструктаж**

|  |  |
| --- | --- |
| Провёл инженер по охране труда и технике безопасности\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ *подпись Фамилия И.О.* \_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2017г. | Инструктаж получил (а) и усвоил (а)\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ *подпись Фамилия И.О.* \_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2017г. |

**11. Первичный инструктаж на рабочем месте**

|  |  |
| --- | --- |
| Провёл инженер по охране труда и технике безопасности\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ *подпись Фамилия И.О.* \_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2017г. | Инструктаж получил (а) и усвоил (а)\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ *подпись Фамилия И.О.* \_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2017г. |

**111. Разрешение на допуск к работе**

Разрешено допустить к самостоятельной работе \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2017г.

Инструктаж провёл \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

  *подпись должность*

 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 *Фамилия И.О.*

***Приложение 9***

**АНКЕТА РАБОТОДАТЕЛЯ**

Студента (ки) **\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

Ф.И.О.

* 1. ***Специальность*:** Уважаемый\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Администрация ГАПОУ КК «Краснодарского гуманитарно-технологического колледжа» высказывает Вам признательность за предоставленную возможность прохождения практики студента(ов) на Вашем предприятии (организации). Для нас, как для учебного заведения, отвечающего за качество подготовки, чрезвычайно важно получить от Вас достоверную информацию обо всех недостатках и пробелах в знаниях и навыках наших студентов. В связи с этим мы просим Вас заполнить анкету и дать свою оценку качеству подготовки специалистов.

Отвечая на вопросы, Вам достаточно прочитать все варианты ответов и выделить подходящие для Вас. Вы можете вписать недостающие, с Вашей точки зрения, ответы, высказать свое мнение.

***1. К какой отрасли относится Ваше предприятие (организация)?***

а) промышленность

б) энергетика

в) сельское хозяйство

г) строительство

д) транспорт и грузоперевозки

е) связь

ж) торговля

з) недвижимость

и) банковская деятельность

к) туризм

л) другое \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1. ***Размеры организации (предприятия)***

а) малая

б) средняя

в) крупная

1. ***Взяли бы Вы на работу выпускника ССУЗа без опыта работы?***

а) да

б) затрудняюсь ответить

в) нет. Почему? \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

***2. Оцените степень взаимодействия ГАПОУ КК «Краснодарского гуманитарно-технологического колледжа» с Вашим предприятием (организацией)***

 Активно  Иногда  Не взаимодействует

***3.Получаете ли Вы информацию о специалистах, выпускаемых в нашем колледже?***

 Регулярно  Бессистемно  Не получаю

***4. Какие каналы связи колледжа с Вашим предприятием (организацией) Вы считаете более эффективными?***

 Проведение практики

* Заявка предприятия (организации)
* Анкетирование
* Стажировка работников на предприятии (организации)
* Участие представителей предприятия (организации) в работе Совета колледжа по вопросам качества подготовки специалистов, в государственной аттестационной комиссии
* Связь по подготовке специалистов по профильным для Вашего предприятия (организации) профессиям
* Другие (какие именно укажите) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

***5. Оцените, пожалуйста, уровень теоретических знаний и практических навыков выпускников колледжа по выполнению важных производственных операций***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Характеристика уровня знаний и навыков | Оценочный балл | Уровень теоретических знаний | Уровень практических навыков |
| Практически нулевой, необходимо всему обучать заново | 1 |  |  |
| Довольно слабый, очень многого не знают и не умеют | 2 |  |  |
| Посредственный, хотя необходимая база имеется | 3 |  |  |
| Хороший, вполне могут работать по специальности | 4 |  |  |
| Отличный, способны выполнить любое задание | 5 |  |  |

***6.Будете ли Вы рекомендовать выпускников ГАПОУ КК «Краснодарского гуманитарно-технологического колледжа» другим предприятиям (организациям)?***

 да  нет

***7. Предложите Вы студенту(ам), проходящим практику на Вашем предприятии (организации), дальнейшее трудоустройство?***

 да  нет

***7. На формирование каких профессионально важных качеств Вы бы порекомендовали администрации колледжа дополнительно обратить внимание при подготовке специалистов для трудоустройства на Ваше предприятие (организации)?***

***8. На формирование каких личностных качеств Вы бы порекомендовали администрации колледжа дополнительно обратить внимание при подготовке специалистов***

Сообщите, пожалуйста:

Кто отвечал на вопросы / /

(подпись) (ФИО)

Должность\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Телефон, факс\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Спасибо за участие в опросе, помощь в работе!**

СОДЕРЖАНИЕ

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |