

ПРАВИТЕЛЬСТВО САНКТ-ПЕТЕРБУРГА
КОМИТЕТ ПО ОБРАЗОВАНИЮ
САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ «АКАДЕМИЯ
КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ «ЛОКОН»
(СПБ ГБПОУ «АКАДЕМИЯ «ЛОКОН»)

Утверждена
приказом директора СПб ГБПОУ
«Академия креативных
индустрий ЛОКОН»
от «29» августа 2024 г. №213-УЧ

Рассмотрена и принята
на заседании педагогического совета
СПб ГБПОУ «Академия
креативных индустрий «ЛОКОН»
Протокол № 1 от «29» августа 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА

**По специальности среднего профессионального образования
42.02.01 Реклама**

Квалификация специалиста – специалист по рекламе
на базе основного общего образования

Срок обучения – 3г. 10 мес.

Санкт-Петербург 2024

Утверждаю
заместитель директора по УМР


_____ Парфенова А.В.

«02» сентября 2024 г.

Рабочая программа производственной практики разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее СПО) **входящей в состав укрупненной группы специальностей 42.00.00 Средства массовой информации и информационно - библиотечное дело**

42.02.01 Реклама

ОРГАНИЗАЦИЯ-РАЗРАБОТЧИК: СПб ГБПОУ «Академия креативных индустрий
«ЛОКОН»

Методист: Бойчук Т.М.



СОДЕРЖАНИЕ

1.	ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ	4
2.	РЕЗУЛЬТАТЫ ПРАКТИКИ	5
3.	СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ	8
4.	УСЛОВИЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ	15
5.	КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ПРАКТИКИ	16

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Программа производственной практики составлена на основе требований федерального государственного образовательного стандарта, входящей в состав укрупненной группы специальностей 42.00.00 «Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело» 42.02.01 «Реклама».

1.1. Область применения программы

Программа производственной практики является составной частью основной профессиональной образовательной программы – программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 Реклама (базовая подготовка). Данная рабочая программа предназначена для организации учебной практики студентов, обучающихся по очной форме обучения.

1.2. Место практики в структуре основной профессиональной образовательной программы

Учебным планом предусмотрено проведение данного вида практики на 3, 4 курсах в 5, 6, 7 и 8 семестрах.

Производственная практика входит в структуру профессиональных модулей:

ПМ.1. Разработка и создание дизайна рекламной продукции,

ПМ.2. Производство рекламной продукции,

ПМ.3. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта,

ПМ.4. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта,

ПМ.5. Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих.

В ходе освоения основной профессиональной образовательной программы формирование требуемых компетенций специалиста происходит поэтапно и на разных уровнях владения компетенциями. Прохождение производственной практики позволяет развивать общие компетенции и формировать требуемый уровень владения профессиональными компетенциями в условиях реального производства. Распределение производственной практики по профессиональным модулям способствует поэтапному формированию и развитию профессиональных компетенций.

1.3. Цель производственной практики: формирование в условиях реального производства общих и профессиональных компетенций, позволяющих успешно выполнять основные виды профессиональной деятельности.

Задачи производственной практики:

- закрепление и совершенствование приобретенных в процессе обучения и прохождения учебной практики профессиональных умений обучающихся по изучаемой профессии;
- ознакомление с современными производственными процессами в организациях, соответствующих профилю специальности;
- приобретение навыков взаимодействия в профессиональном коллективе;
- адаптация обучающихся к конкретным условиям деятельности организаций различных организационно-правовых форм.

1.4. Требования к результатам производственной практики

В результате прохождения практики студенты должны **знать:**

- выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы;
- приемы и принципы составления рекламного текста;
- композицию, шрифтовую и художественную графику в рекламе;

- технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации;
- методы проектирования рекламного продукта;
 - задачи, цели и общие требования к рекламе;
- основные направления рекламной деятельности;
- основные принципы работы организации в условиях рыночной экономики;
- основные федеральные законы и иные нормативные правовые акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации; – аспекты планирования рекламы.

Студенты должны **уметь**:

- осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги;
- разрабатывать композиционное решение рекламного продукта;
- использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы;
- составлять рекламные тексты;
- использовать компьютерные технологии при создании печатного рекламного продукта;
- разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы;
 - проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей; – анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп;
- принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта;
- составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта.

Студенты должны **иметь навыки**:

- 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;
- выявления требований целевых групп потребителей;
- производства рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков;
- контролирования соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя; – разработки средств продвижения рекламного продукта;
- взаимодействия с субъектами рекламной деятельности.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ПРАКТИКИ

Результатом освоения программы производственной практики является формирование общих компетенций, а также освоение обучающимися профессиональных компетенций в рамках модулей ОПОП СПО.

Код ОК	Наименование результата обучения
ОК.1.	Понимать сущность и профессиональную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК.2.	Организовывать собственную деятельность, определять методы решения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК.3.	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК.4.	Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК.5.	Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности.
ОК.6.	Работать в коллективе, обеспечивать его сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК.7.	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за 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.
ОК.10.	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.
ОК.11.	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.

Код ПК	Наименование результата обучения
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 (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.
ПК 2.3.	Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.
ПК 3.1.	Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.
ПК 3.2.	Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.
ПК.4.1.	Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.
ПК 4.2.	Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.
ПК 4.3.	Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.

ПК 5.1.	Организационная деятельность по работе с заказчиком
ПК 5.2.	Размещение и сопровождение заказа

1.5. Количество часов на освоение программы производственной практики и формы контроля

ПМ.01 – 36 часов;
ПМ.02 – 108 часов;
ПМ.03 – 108 часов;
ПМ.04 – 108 часов;
ПМ.05 – 72 часа.
Всего: 432 часа

Каждый этап прохождения производственной практики завершается оформлением письменных отчетов обучающихся, которые содержат сведения о выполненных в ходе практики заданиях, а также оценки производственного руководителя отдельных заданий и в целом работы практиканта. Представленные отчеты, а также отзывы-характеристики производственных руководителей анализируются, делаются общие выводы об уровне сформированности компетенций обучающихся.

Производственная практика завершается выставлением дифференцированного зачета. Успешное прохождение производственной практики по всем модулям является обязательным условием для допуска к прохождению преддипломной производственной практики.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

3.1. Тематический план

Коды профессиональных компетенций	Наименования профессиональных модулей	Всего часов учебной практики	Распределение часов учебной практики по семестрам					
			II курс		III курс		IV курс	
			3 с.	4 с.	5 с.	6 с.	7с.	8с.
ПК 1.1.-1.5.	ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции	36			36			
ПК 2.1.-2.3.	ПМ.02 Производство рекламной продукции	108		-		108		
ПК 3.1.-3.2	ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта	108				108		
ПК 4.1.-4.3	ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта	72					36	72
ПК 5.1.-5.2	ПМ.05 Выполнение работ по профессии Агент рекламный	72						72
	Всего:	432			36	216	36	144

3.2 Содержание производственной практики.

4 Наименование профессионального модуля (ПМ), МДК и тем производственной практики	Содержание практических заданий	всего	Объем часов (с указанием их распределения по семестрам)								
			2 курс				3 курс		4 курс		
			3с		4с		5	6	7	8	
			17 нед.	1 нед	22 нед	1 нед	1	4	2	2	
1	2	3	6	7	8	9					
ПМ.01	Разработка и создание дизайна рекламной продукции	36									
Тема 1 УП 01. Создание торговой марки	Работа по генерированию рекламных идей							18			
	Виды работ Разработка фирменного стиля Разработка печатной рекламы Разработка наружной рекламы Разработка рекламного объявления Разработка рекламных модулей в прессе Разработка рекламы на транспорте										
Тема 3 УП 01. Разработка рекламных материалов	Подбор и оценивание материала для создания рекламных материалов							18			
	Виды работ Знакомство с предприятием сферы массовых коммуникаций Работа по генерированию рекламных идей Работа над выбором художественной формы реализации рекламной идеи Создание визуального образа с рекламными функциями Разработка композиционного решения рекламного продукта Художественное конструирование рекламных продуктов по заданию Работа над отчетом по практике										
	Итого							36			
ПМ.02	Производство рекламной продукции	108									

<p>Тема 1 УП 02. Настройка видеооборудования и освещения для съёмки рекламного ролика;</p>	<p>Съёмка рекламного видеоролика по заданной теме;</p>							36		
<p>Тема 2 УП 02 Монтаж видеоролика, согласно технического задания;</p>	<p>Составления коммерческого предложения по созданию видео рекламы.</p>							36		
	<p>Виды работ Задание № 1. Карманный календарь 1а) Разработать дизайн-макет карманного календаря. Лицевая сторона – визуальный материал (рисунок или фотография) + логотип предприятия. Обратная сторона – стандартная календарная сетка + рекламный текст на рекламном поле. 1б) Разработать текст сопроводительного письма для размещения заказа на тиражирование карманного календаря. 1в) Определить стоимость тиражирования. Задание № 2. Листовка 2а) Разработать дизайн-макет односторонней листовки. 2б) Составить текст сопроводительного письма для размещения заказа на тиражирование листовки. 2в) Определить стоимость тиражирования. Задание № 3. Баннер 3а) Разработать дизайн-макет рекламного стандартного баннера 6 х 3 м. 3б) Составить текст сопроводительного письма для размещения заказа на изготовление баннера. 3в) Выбрать рекламное место (места) для размещения баннера. 3г) Составить смету на изготовление и размещение рекламного баннера.</p>							72		

	<p>Задание № 4. Веб-сайт Пятистраничный web - сайт с использованием всех изученных технологий: HTML, CSS, JavaScript и Flash. Задание выполняется в текстовом редакторе Блокнот (графические изображения создаются с помощью редактора CorelDRAW, для создания анимации используется технология Flash) и предоставляется в электронном виде на USB – флэш - накопителе.</p> <p>Задание № 5. Рекламный портрет и макет его размещения. 5а) Съемка производится в студии или на природе. Фотография печатается форматом А4. 5б) Составить сопроводительную записку к макету с указанием возможных мест размещения рекламного портрета.</p> <p>Задание № 6. Рекламный натюрморт и макет его размещения. 6а) Съемка производится в студии или на природе. Фотография печатается форматом А4. 6б) Составить сопроводительную записку к макету с указанием возможных мест размещения рекламного натюрморта.</p> <p>Задание № 7 Рекламная фотография другого жанра и макет ее размещения. 7а) Съемка производится в студии или на природе. Фотография печатается форматом А4. 7б) Составить сопроводительную записку к макету с указанием возможных мест размещения данной рекламы.</p> <p>Задание № 8. Рекламный ролик продолжительностью 30 секунд на DVD и сценарий ролика. 8а) Написать сценарий видеоролика с указанием фабулы, действующих лиц и аудиоряда, использующегося в ролике. Сюжет ролика должен содержать начало, кульминацию и развязку. Рекламируемый предмет или услуга могут быть существующими в реальности или вымышленными. 8б) Снять ролик и смонтировать его в любом удобном редакторе. Ролик должен проигрываться во всех стандартных проигрывателях.</p>									
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

	8в) Записать ролик на презентационный диск.											
	Итого									108		
ПМ.3. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта		108										
Тема 1 УП 03 Маркетинговые исследования этапы, направления проведения исследований.	Виды работ Презентация маркетингового анализа компании – заказчика. Представление результатов анализа, выводов из анализа и предложений по продвижению рекламного продукта на конкретных носителях в виде презентации. Работа в колледже с руководителем практики, формирование отчета, сдача его на проверку руководителю. Разработка маркетинговой части бизнес-плана. Разработка средств продвижения рекламного продукта Оформление договорной документации с учетом законодательства в сфере рекламы. Составление отчета по маркетингу.									36		
Тема 2 УП 03 Правовое регулирование оказания рекламных услуг	Виды работ Составить краткую правовую справку об организации Изучить состав учредительных документов организации и составить их перечень Составить проект договора об оказании рекламных услуг на основании изученных хозяйственных договоров рекламного предприятия Составить проект претензии заказчика о нарушении условий договора об оказании рекламных услуг на основании изученной правовой базы рекламного предприятия Составить проект искового заявления о привлечении к ответственности исполнителя за нарушение прав заказчика в сфере рекламы на основании изученной правовой базы рекламного предприятия Рассмотреть и описать виды ответственности заказчиков и исполнителей при заключении договоров по оказанию рекламных услуг или других договоров рекламного предприятия (договора аренды, авторского договора по выбору)									36		

	Проанализировать и описать случаи соблюдения правового регулирования отдельных видов рекламы: политической, социальной, рекламы для несовершеннолетних и др., производимые рекламным предприятием									
Тема 3 УП 03 Правовые процедуры рассмотрения и разрешения споров в рекламе	Выявить и разработать схему действий потребителя в случае нарушений его прав от недобросовестной рекламы Выявить и описать практику соблюдения авторских прав при производстве рекламы на основании изученной правовой базы рекламного предприятия							36		
ПМ.4. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта		108							36	
Тема 1 УП 04 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности	Составление планов и графиков по разработке и техническому исполнению рекламного продукта Участие в проведении процедуры согласования рекламного макета с заказчиком Выполнение упражнений на умение соотносить готовый рекламный продукт с рекламной идеей и заказом рекламодателя Работа по планированию, разработке и техническому исполнению рекламного проекта Работа по подготовке презентации рекламного проекта Работа по планированию и проведению мероприятий по продвижению услуг в сфере массовых коммуникаций Работа над отчетом по практике Виды работ Создать клиентскую базу (не менее 50 контрагентов). Составить общее коммерческое предложение, отражающее основные виды деятельности предприятия. 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 Разработать медиаплан и смету рекламных расходов рекламной кампании, с использованием не менее четырех рекламных носителей и одного PR-мероприятия (по выбору): • Промо-акцию • PR-акция Сценарий мероприятия. Флешмоб.									

Тема 2 УП 04 Управление проектами в рекламе	Виды работ Разработка рекламного проекта. Техническое исполнение рекламного проекта. Контролирование соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя. Взаимодействие с субъектами рекламной деятельности. Подготовка документации для регистрации авторских прав. Составление планов и графиков деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта. Работа с рекламой в средствах массовой информации. Проведение процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком. Проведение презентации рекламного продукта.								72	
ПМ.5. Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих		72								
Тема 1 УП 05 Выполнение должностных обязанностей рекламного агента	Виды работ Поиск клиентов, ведение клиентской базы; Консультирование клиентов по ассортименту выпускаемой продукции и оказываемых услуг, основным их характеристикам; Заключение договоров на изготовление/размещение рекламы по действующим условиям и прейскурантам; Составление плана и предоставления отчетности по продажам.								72	
Всего:		432								

УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

4.1. Требования к условиям проведения производственной практики

Производственная практика по специальности 42.02.01. Реклама проводится в организациях г. Санкт-Петербурга и ЛО, соответствующих профилю подготовки специалистов. Реализация рабочей программы производственной практики осуществляется на основе прямых договоров, заключаемых между образовательным учреждением и каждым предприятием / организацией, куда направляются обучающиеся.

4.2. Общие требования к организации производственной практики

Производственная практика проводится в рамках каждого профессионального модуля. Условием допуска обучающихся к производственной практике является успешное освоение образовательной программы, прохождение промежуточной аттестации и учебной практики по соответствующему модулю.

4.3. Кадровое обеспечение производственной практики

Общее и методическое руководство производственной практикой осуществляется преподавателем кафедры филологического образования и массовых коммуникаций, назначаемым в качестве руководителя практики приказом по УЭК.

Методическое руководство на месте прохождения практики осуществляют работники предприятий / организаций, закрепленные за обучающимися. Работники организаций, осуществляющие непосредственное руководство учебной практикой обучающихся, должны иметь высшее или среднее профессиональное образование по профилю профессии, проходить обязательную стажировку в профильных организациях не реже одного раза в 3 года.

4.4. Информационное обеспечение

Нормативные акты

1. Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 N 38-ФЗ (ред. от 08.03.2015) "О рекламе"(с изм. и доп., вступ. в силу с 25.05.2015) [Электронный ресурс]: режим доступа: справочно-правовая система Консультант Плюс 20

2. Федеральный закон от 18 июля 1995 г. № 108-ФЗ «О рекламе» (с изм.и доп. от 18 июня, 14, 30 декабря 2001 г., 20, 22 августа, 2 ноября 2004 г.).

Основные источники:

1. Реклама: разработка и технологии производства: учебник и практикум для СПО / В. А. Поляков, А. А. Романов. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 502 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10539-1. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/reklama-razrabotka-i-tehnologii-proizvodstva-430788

Дополнительные источники

1. Рекламное дело : учебник и практикум для СПО / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 431 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11216-0. — Режим доступа : www.biblioonline.ru/book/reklamnoe-delo-444765

2. Дизайн-проектирование: стилизация : учеб. пособие для СПО / Л. В. Шокорова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 74 с. — (Серия :Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10584-1. — Режим доступа : www.biblioonline.ru/book/dizayn-proektirovanie-stilizaciya-430881

3. Основы дизайна и композиции: современные концепции : учеб. пособие для СПО / Е. Э. Павловская [и др.] ; отв. ред. Е. Э. Павловская. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 183 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5534-09373-5. — Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/osnovy-dizayna-i-kompoziciiisovremennye-konceptcii-442383

Интерне ресурсы:

1. Реклама Маркетинг PR www.sostav.ru б.
2. Тематический портал, посвященный рекламе, маркетингу, PR www.advertology.ru
3. Творчество. Свобода. Жизнь. www.adme.ru
4. Новости рекламы www.advesti.ru

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Контроль и оценка результатов освоения производственной практики осуществляется руководителем практики от предприятия (организации) в процессе наблюдения за деятельностью обучающихся в ходе выполнения обучающимися индивидуальных и групповых заданий по практике.

Также контроль и оценка осуществляются руководителем практики на основе анализа отчетов обучающихся по практике, индивидуальных оценок и отзыва характеристики производственного руководителя.

Результаты освоения общих и профессиональных компетенций по каждому профессиональному модулю фиксируются в отчетной документации.

По итогам прохождения производственной практики по ПМ.1 «Разработка и создание дизайна рекламной продукции», ПМ.2 «Производство рекламной продукции», ПМ.4 «Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта», ПМ.5 «Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих» обучающимся выставляется дифференцированная оценка «отлично» / «хорошо» / «удовлетворительно» / «неудовлетворительно».

Успешное прохождение производственной практики по всем профессиональным модулям является обязательным условием для допуска к прохождению производственной преддипломной практики.

Результаты обучения (освоенные общие компетенции)		Формы контроля и оценки результатов обучения
ОК.1.	Понимать сущность и профессиональную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	экспертное наблюдение; - оценка выполнения производственных работ; - отзыв-характеристика производственного руководителя; оценка отчета по практике
ОК.2.	Организовывать собственную деятельность, определять методы решения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	
ОК.3.	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	

ОК.4.	Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития
ОК.5.	Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности
ОК.6.	Работать в коллективе, обеспечивать его сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями
ОК.7.	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за 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
ОК.10.	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности
ОК.11.	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке

Результаты обучения (освоенные профессиональные компетенции)		Формы контроля и оценки результатов обучения
ПК 1.1.	Осуществлять поиск рекламных идей.	– экспертное наблюдение; - оценка выполнения производственных работ; - отзыв-характеристика производственного руководителя; – оценка отчета по практике
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.	
К 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 (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.	

ПК 2.3.	Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.
ПК 3.1.	Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.
ПК 3.2.	Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.
ПК.4.1.	Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.
ПК 4.2.	Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.
ПК 4.3.	Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.
ПК 5.1.	Организационная деятельность по работе с заказчиком
ПК 5.2.	Размещение и сопровождение заказа