

«Утверждаю»
заместитель директора
по учебно-производственной работе



«31» августа 2022 г.

**ПРОГРАММА
УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ
«Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности»**

ПМ 04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта
МДК.04.01. Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности

Специальность: 42.02.01. Реклама (базовая подготовка)

Квалификация выпускника: специалист по рекламе.

г. Омск, 2022 г.

Рабочая программа учебной практики «Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности» разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта 3 (далее ФГОС 3) по специальности среднего профессионального образования (далее СПО) 42.02.01 Реклама (базовая подготовка), Приказа Минобрнауки России, Минпросвещения России от 05 августа 2020 года № 885/390 «О практической подготовке обучающихся», Положения о практической подготовке обучающихся БПОУ «ОМПК».

Организация-разработчик: бюджетное профессиональное образовательное учреждение Омской области «Омский музыкально-педагогический колледж» (БПОУ «ОМПК»)

Разработчик: Алексеева Л.В., методист БПОУ «ОМПК»

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

	стр.
1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	5
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	6
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	6
5. ПРИЛОЖЕНИЕ (АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ)	8

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ «МЕНЕДЖМЕНТ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»

1.1. Область применения учебной практики «Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности»

Рабочая программа УП «Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности» является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО 3 (далее ФГОС 3) по специальности «Реклама» в части освоения квалификации: специалист по рекламе» и основных видов деятельности.

Выписка из стандарта образования ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ СТАНДАРТ СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ 42.02.01 «Реклама»

Утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 мая 2014 г. N 510

4.1. Специалист по рекламе (базовой подготовки) готовится к следующим видам деятельности:

- 4.1.1. Разработка и создание дизайна рекламной продукции.
- 4.1.2. Производство рекламной продукции.
- 4.1.3. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта.
- 4.1.4. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта.
- 4.1.5. Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих

В результате изучения профессионального модуля ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта

МДК 04.01. Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности обучающийся должен:

иметь практический опыт:

- планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта; контролирования соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя; взаимодействия с субъектами рекламной деятельности;
- подготовки документации для регистрации авторских прав;

умения:

- составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта;
- работать с рекламой в средствах массовой информации;
- проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком;
- проводить презентацию рекламного продукта; подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав;

1.1. Цели учебной практики (далее - УП) УП «Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности»:

формирование у обучающихся умений, приобретение первоначального практического опыта.

приобретение первоначального практического опыта.

- планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта;
- контролирования соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя;
- взаимодействия с субъектами рекламной деятельности;
- подготовки документации для регистрации авторских прав;

формирование у обучающихся умений:

- составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта;
- работать с рекламой в средствах массовой информации;
- проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком;
- проводить презентацию рекламного продукта; подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав;

1.2. Задачи УП: «Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности»

- Участие в установочном мероприятии практики: знакомство с целью, задачами, содержанием практики, требованиями к отчетной документации обучающегося по практике. Инструктаж по охране труда, ТБ.
- Составление описания предприятия и отрасли.
- Составление описания продукции (работы, услуги).
- Провести анализ рынка и выявить конкурентные преимущества предприятия.
- Составление организационного плана для бизнес-плана предприятия.
- Составление перечня документов для регистрации авторских прав.
- Оформление отчета, документации по практике. Подведение итогов учебной практики.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ «Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности»

2.1. Место и время проведения УП «Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности»

Учебная практика осуществляется на базе образовательной организации БПОУ «ОМПК» в соответствии с учебным планом

На 4 курсе в 8 семестре. Время, отведенное на проведение практики – 1 неделя (36 часов)

2.2. Формы проведения УП «Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности» - концентрированно

**2.3. План учебного процесса (основная профессиональная программа СПО) специальность 42.02.01 «Реклама»
Нормативный срок обучения – 3 г. 10 м. (ФГОСЗ, программа СПО базовой подготовки)**

Индекс	Наименование циклов, дисциплин, профессиональных модулей, МДК, практик	Формы промежуточной аттестации	Учебная нагрузка обучающихся (час.)				Распределение обязательной нагрузки по курсам и семестрам (часов в семестр)												
			максимальная	самостоятельная работа	Обязательная аудиторная				1 курс		2 курс		3 курс		4 курс				
					Всего занятий	Лекций, др. видов учебных занятий, не предполагающие деление на подгруппы	Лаб. И практ. занятий, вкл. семинары	Индивидуальные занятия	Курсовых работ (проектов)	1 сем.	2 сем.	3 сем.	4 сем.	5 сем.	6 сем.	7 сем.	8 сем.		
										в т.ч.	17	22	т/о 15	т/о 21	т/о 14	т/о 15	т/о 11	т/о 10	

ПМ.04	Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта	8 сем-Э	60	20	40	40													4
МДК. 04.	Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности		60	20	40	40													4 (40)
УП	Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности																		36

2.4. Содержание деятельности обучающегося на УП «Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности»

№	Разделы (этапы) практики. Содержание деятельности обучающегося	Кол-во часов		Формы текущего контроля. Отчетность
		Под рук. преподавателя УП	Самост	
Организационный этап				
1	Участие в установочных мероприятиях практики: знакомство с целями, задачами, содержанием практики, требованиями к отчётной документации. Инструктаж по охране труда, техники безопасности работы на практике.	2	1	Дневник (протокол установочного мероприятия по УП)
Основной этап				
2	Составление описания предприятия и отрасли	4	2	Дневник (приложение: описания предприятия и отрасли)
3	Составление описания продукции (работы, услуги).	6	3	Дневник (приложение: описания продукции (работы, услуги).
4	Провести анализ рынка и выявить конкурентные преимущества предприятия	6	3	Дневник (приложение: анализ рынка и выявить конкурентные преимущества предприятия)
5	Составление организационного плана для бизнес-плана предприятия.	12	6	Дневник (приложение: организационный плана для бизнес-плана предприятия)
6	Составление перечня документов для регистрации авторских прав	4	2	Дневник (приложение: перечень документов для регистрации авторских прав)
Заключительный этап				
7	Подготовка отчётной документации обучающегося по практике: дневника (приложение выполненными заданиями практики), отчёта по итогам практики	2	1	Дневник с приложениями. Дифференцированный зачёт (результаты выполнения заданий УП, отчётной документации). Оформление аттестационного листа.
Итого		36	18	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ «МЕНЕДЖМЕНТ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ».

3.1. Материально-техническое обеспечение УП «Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности»

Для прохождения учебной практики «Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности». необходимо следующее индивидуальное оборудование: компьютеры, телевизор или мультимедийная установка, доска, учебная мебель (парты, стулья).

3.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение УП «Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности».

1. Федеральный закон Российской Федерации «О рекламе» от 13 марта 2006 г. № 32-ФЗ
2. Кузнецов И.Н. Управление продажами. Учебно-практическое пособие. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2013. – 492 с.
3. Ломова О.С. Деловое общение специалиста по рекламе. Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 032401 (350700) «Реклама», 080111 «Маркетинг», 080301 «Коммерция (торговое дело)» - Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.- 239 с.
4. Блюм М.А. и др. Маркетинг рекламы: учеб. пос. для ссузов. - М.: ФОРУМ, 2014. - 144 с.
5. Поляков В.А., Романов А.А. Рекламный менеджмент: учеб. пос. - М.: КУРС: ИНФРА - М, 2013. - 352 с.

Дополнительная литература

1. Гусаров Ю.В.: Менеджмент рекламы. Учебное пособие, Изд.: Экономика, 2007 г.
2. Замедлина Е.А, Реклама. Учебное пособие. Издательство: ИНФРА-М, 2018 г.

3.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов на УП «Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности».

Учебно-методическим обеспечением самостоятельной работы студентов на учебной практике являются:

1. учебная литература (информационные источники) по освоенным ранее профильным дисциплинам;
2. нормативные документы, регламентирующие деятельность организации, на которой проходит учебную практику студент;
3. методические разработки для студентов, определяющие порядок прохождения и содержание учебной практики;
4. формы отчетности по УП, инструкции по их заполнению.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ «МЕНЕДЖМЕНТ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ».

4.1. Форма промежуточной аттестации (элемент модуля) по итогам УП «Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности».

По итогам учебной практики «Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности» проводится дифференцированный зачёт в форме просмотра выполнения заданий практики. Преподаватель практики оценивают результаты деятельности студента на учебной практике, оформляет аттестационный лист обучающегося.

Формы контроля	
Формы итогового контроля выполнения программы УП	Формы текущего контроля по УП - выполнение заданий практики оформляются в дневнике УП

Дифференцированный зачет	Наблюдение за работой студента на практике, систематическим оформлением дневника УП, выполнением заданий практики.
	Консультации по вопросам выполнения заданий практики. Анализ письменного отчета по итогам практики.

4.2. Контроль и оценка результатов освоения программы УП «Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности»

Критерии результатов освоения программы УП по видам деятельности на практике (формирование у обучающихся умений, приобретения первоначального практического опыта)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
<p><u>приобретение первоначального практического опыта.</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта; - контролирования соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя; - взаимодействия с субъектами рекламной деятельности; - подготовки документации для регистрации авторских прав; <p><u>формирование у обучающихся умений:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта; - работать с рекламой в средствах массовой информации; - проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком; - проводить презентацию рекламного продукта; - подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав. 	<ul style="list-style-type: none"> - Уровень самостоятельности при планировании, разработке и техническом исполнении рекламного проекта; - Уровень грамотности при составлении планов и графиков деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта; - Грамотное составление и проведение презентации рекламного продукта; - Уровень сформированности умений грамотно проводит процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком; - Уровень сформированности умений самостоятельно определять методы контроля соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя; - Уровень сформированности умений осуществляет взаимодействие с различными субъектами рекламной деятельности; - Уровень сформированности умений определять порядок регистрации авторских прав, грамотно формировать пакет документов, необходимых для регистрации авторских прав на рекламный продукт 	<ul style="list-style-type: none"> - Оценка качества выполнения заданий практики, заполнения отчета в дневнике практики. - Дифференцированный зачет. - Оформление аттестационного листа (определяются уровни сформированности умений, первоначального практического опыта)

Бюджетное профессиональное образовательное учреждение Омской области
«Омский музыкально-педагогический колледж» (БПОУ «ОМПК»)

АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ
по учебной практике «Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности»

(ФИО)

обучающегося 4 курса специальности 42.02.01 РЕКЛАМА базовой подготовки, прошедшего учебную практику «Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности» по ПМ 04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта МДК.04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности в объеме 36 часов (1 неделя)

с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г. в организации _____

Виды объем работ на практике	Результат учебной практики формирования у обучающихся умений, приобретение первоначального практического опыта.	показатели оценки результата по итогам практики	Уровень сформированности умений, приобретенного опыта при выполнении заданий практики	
			Освоено (3-5 балла)	Не освоено (2 балла)
<ul style="list-style-type: none"> - Составление описания предприятия и отрасли - Составление описания продукции (работы, услуги). - Проведение анализа рынка и выявление конкурентных преимуществ предприятия. - Составление организационного плана для бизнес-плана предприятия. - Составление перечня документов для регистрации авторских прав - Оформление отчета, документации по практике. 	<p><u>приобретение первоначального практического опыта.</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта; - контролирования соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя; - взаимодействия с субъектами рекламной деятельности; - подготовки документации для регистрации авторских прав; <p><u>формирование у обучающихся умений:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта; - работать с рекламой в средствах массовой информации; - проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком; - проводить презентацию рекламного продукта; - подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав 	<p>Уровень самостоятельности при планировании, разработки и техническом исполнении рекламного проекта</p> <p>Уровень грамотности при составлении планов и графиков деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта;</p> <p>Грамотное составление и проведение презентации рекламного продукта</p> <p>Уровень сформированности умений грамотно проводит процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком;</p> <p>Уровень сформированности умений самостоятельно определять методы контроля соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя;</p> <p>Уровень сформированности умений осуществляет взаимодействие с различными субъектами рекламной деятельности;</p> <p>Уровень сформированности умений определять порядок регистрации авторских прав, грамотно формировать пакет документов, необходимых для регистрации авторских прав на рекламный продукт</p>		

Примечание. Критерием оценки качества выполнения работ на учебной практике «Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности» являются уровни (оптимальный (отлично), допустимый (хорошо), критический (удовлетворительно), низкий (не удовлетворительно) первоначального практического опыта; сформированности умений по ПМ 04., МДК 04.01.

Итоговая оценка (отметка) равна средней арифметической оценке (отметке) (по 4-х балльной системе («2», «3», «4», «5») по столбцу «ОСВОЕНО»: «отлично» (30 - 35 баллов) - оптимальный уровень, "хорошо" (25 - 29 балл) - допустимый уровень, "удовлетворительно" (21 - 24 балл) – критический уровень, «неудовлетворительно» (20 и менее баллов и, если один и более видов работ оценены на 2 балла, (столбец «НЕ ОСВОЕНО») - низкий уровень.

Отметка (оценка) _____ Дата «__» _____ 20__ г.

Преподаватель.. _____
(подпись) (расшифровка подписи)

Заместитель директора по УПР _____
(подпись) (расшифровка подписи)