

**Автономная некоммерческая организация высшего образования
«Российский новый университет»
Колледж**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ**

для специальности среднего профессионального образования

42.02.01 Реклама

Москва 2020

Одобрено предметной (цикловой) комиссией по специальностям: Реклама	Разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта для специальности среднего профессионального образования <u>42.02.01 Реклама</u>
---	---

Протокол № 05 от 03.02.2020 г.

Председатель ПЦК


_____/ Баруздин А.А./

Заместитель директора по учебно-производственной работе


_____/ Мальчевская И.Ю./

Составитель (автор): Баруздин Анатолий Анатольевич, преподаватель АНО ВО «Российский новый университет» колледж.

Согласовано: генеральный директор ООО «Авеста» Д.М. Дедяев

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ.....	5
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ПРАКТИКИ.....	9
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ.....	11
4. УСЛОВИЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ.....	24
5.ПРОХОЖДЕНИЕ ПРАКТИКИ ИНВАЛИДАМИ И ЛИЦАМИ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ.....	30
6. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ПРАКТИКИ.....	30
7. ПРИЛОЖЕНИЕ.....	38

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

1.1. Место учебной практики в структуре программы подготовки специалистов среднего звена

Программа учебной практики является частью программы подготовки специалистов среднего звена (далее ППСЗ) по специальности СПО 42.02.01 Реклама в части освоения основных видов профессиональной деятельности:

- разработка и создание дизайна рекламной продукции;
- производство рекламной продукции;
- маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта;
- организация и управление процессом изготовления рекламного продукта;
- выполнение работ по должности агент рекламный.

1.2. Цели и задачи учебной практики

Рабочая программа учебной практики разработана в соответствии с Федеральным законом Российской Федерации от 29 декабря 2012 г. № 273 - ФЗ «Об образовании в Российской Федерации», Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 18 апреля 2013 г. № 291 «Об утверждении положения о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные программы среднего профессионального образования», Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 14 июня 2013г. № 464 «Об утверждении порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам среднего профессионального образования», Приказом Министерства образования и науки РФ от 22 января 2014 г. № 31 «О внесении изменений в порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам среднего профессионального образования, утвержденный приказом Минобрнауки РФ от 14 июня 2013 г. № 464», Приказом Минобрнауки РФ от 15 декабря 2014 г. № 1580 «О внесении изменений в порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам среднего профессионального образования, утвержденный приказом Минобрнауки РФ от 14 июня 2013 г. № 464», Приказом Минобрнауки РФ от 18 августа 2016 г. № 1061 «О внесении изменений в положение о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы среднего профессионального образования, утвержденное Приказом Минобрнауки РФ от 18 апреля 2013 г. № 291», Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования (далее – ФГОС СПО), Уставом АНО ВО «Российский новый университет», Положением о практике обучающихся по образовательным программам среднего профессионального образования в АНО ВО «Российский новый университет», 2016 года и предназначена для реализации основной образовательной программы по специальности 42.02.01 Реклама.

Учебная практика направлена на обобщение и систематизацию знаний и навыков работы по дисциплинам учебных циклов, а также профессиональных модулей.

Целями учебной практики являются:

- углубление и закрепление теоретических знаний, полученных при изучении учебных циклов и профессиональных модулей;
- комплексное освоение всех видов профессиональной деятельности;
- приобретение первоначальных практических навыков и профессиональных умений по избранной специальности;
- формирование общих и профессиональных компетенций;

- приобретение практических навыков в будущей профессиональной деятельности или в отдельных ее разделах.

Основными задачами учебной практики являются закрепление, углубление и расширение знаний, умений и навыков, полученных в процессе теоретического обучения.

Кроме того, задачи учебной практики могут быть следующими:

- подготовка специалистов к осознанному и углубленному изучению дисциплин учебных циклов и профессиональных модулей, привитие им первичных умений и навыков по избранной специальности;
- овладение профессиональной деятельностью по специальности, развитие профессионального мышления;
- закрепление, расширение, углубление и систематизация знаний, полученных при изучении дисциплин, определяющих профиль специальности;
- формирование представлений о культуре труда, культуре и этике межличностных отношений, потребности бережного отношения к рабочему времени, качественного выполнения заданий, соблюдению правил и норм охраны труда, технике безопасности и противопожарной защите.

Поставленные цели достигаются путем знакомства обучающихся с работой различных предприятий, организаций, учреждений, независимо от их организационно-правовых форм.

В ходе учебной практики обучающийся должен овладеть следующими видами деятельности:

1. Вид профессиональной деятельности: Разработка и создание дизайна рекламной продукции.

иметь практический опыт:

выбора художественной формы реализации рекламной идеи;
создания визуального образа с рекламными функциями;
художественного конструирования рекламных продуктов по заданию.

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.

знать:

выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы;
приемы и принципы составления рекламного текста;
композицию, шрифтовую и художественную графику в рекламе;
методы проектирования рекламного продукта;
методы психологического воздействия на потребителя.

2. Вид профессиональной деятельности: Производство рекламной продукции.

иметь практический опыт:

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.

уметь:

осуществлять фотосъемку для производства рекламного продукта;
 осуществлять видеосъемку для производства рекламного продукта;
 использовать компьютерные технологии при создании печатного рекламного продукта;
 разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы;
 использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео-, анимации;
 использовать мультимедийные и web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта.

знать:

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.

3. Вид профессиональной деятельности: Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта.

иметь практический опыт:

выявления требований целевых групп потребителей;
 разработки средств продвижения рекламного продукта;
 разработки маркетинговой части бизнес-плана;

уметь:

проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей;
 - анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп;
 - проводить сегментирование рынка;
 - принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта.

знать:

задачи, цели и общие требования к рекламе;
 основные направления рекламной деятельности;
 виды рекламной деятельности;
 структуру рекламного рынка.

4. Вид профессиональной деятельности: Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта.

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.

уметь:

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.

знать:

экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации;
 основные принципы работы организаций в условиях рыночной экономики;
 пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов;
 основные федеральные законы и иные нормативные правовые акты, регламентирующие -
 рекламную деятельность в Российской Федерации;
 аспекты планирования рекламы;
 этапы принятия и реализации управленческих решений;
 классификацию целей менеджмента.

5. Вид профессиональной деятельности: Выполнение работ по должности агент рекламный

иметь практический опыт:

выполнения работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих.

уметь:

выполнять должностные обязанности рекламного агента.

знать:

должностные обязанности рекламного агента.

1.3. Количество часов практики

Учебная практика является обязательным разделом ППССЗ. Она представляет собой вид учебных занятий, обеспечивающих практико-ориентированную подготовку обучающихся.

Учебная практика проводится при освоении обучающимися общих и профессиональных компетенций в рамках профессиональных модулей и реализуются концентрированно.

Учебная практика может проводиться в образовательном учреждении или на предприятии, согласно заключенному договору.

Учебная практика в объеме 5 недель (180 часов) реализуется по каждому из видов профессиональной деятельности, предусмотренных ФГОС СПО:

- ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции (36 часов);
- ПМ.02 Производство рекламной продукции (36 часов);
- ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного проекта (продукта) (36 часов);
- ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта (36 часов);
- ПМ.05 Выполнение работ по должности агент рекламный (36 часов).

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ПРАКТИКИ

Результатом учебной практики является **освоение общих (ОК) компетенций**

Код и наименование общих компетенций	Наименование результатов практики
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	1. Проявление активности в процессе обучения и производственной практики 2. Участие во внеурочных мероприятиях, связанных с будущей профессией
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	1. Выполнение поставленных задач 2. Своевременное представление заданий 3. Дисциплинированность и ответственность в процессе обучения и учебной практики 4. Составление собственного организационного плана
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	1. Демонстрация способности принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность при выполнении обязанностей, связанных с профессиональной деятельностью
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	1. Нахождение информации для выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития и ее использование
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	1. Оперативность, точность и широта осуществления операций, связанных с профессиональной деятельностью, с использованием общего и специализированного программного обеспечения
ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	1. Коммуникабельность при взаимодействии с обучающимися, преподавателями, руководителями практики в ходе обучения
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчинённых), результат выполнения заданий	1. Проявление ответственности за работу подчиненных, результат выполнения заданий
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	1. Составление плана самостоятельных занятий при изучении учебного материала. 2. Планирование обучающимся повышения личностного и квалификационного уровня
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	1. Проявление интереса к инновациям в области профессиональной деятельности
ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности	1. Ориентирование в основах предпринимательской деятельности. 2. Понимание особенностей предпринимательства в профессиональной деятельности

ОК11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке	1. Проявлять ответственность за экологическую, информационную и коммуникативную стороны своей профессиональной деятельности 2. Демонстрация способности осуществлять свою профессиональную деятельность на иностранном языке
---	---

Освоение профессиональных (ПК) компетенций

Вид профессиональной деятельности	Код	Наименование результатов практики
Разработка и создание дизайна рекламной продукции	ПК 1.1 – 1.5.	1. Осуществлять поиск рекламных идей. 2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы. 3. Разрабатывать авторские рекламные проекты. 4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений. 5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.
Производство рекламной продукции	ПК 2.1. – 2.3.	1. Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы. 2. Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии. 3. Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.
Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта	ПК 3.1.- 3.2.	1. Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка. 2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.
Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта	ПК 4.1.- 4.3.	1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей. 2. Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее. 3. Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.
Выполнение работ по должности агент рекламный	ПК 1.1- 1.5. 2.1.–2.3. 3.1.-3.2. 4.1.- 4.3.	1. Осуществлять поиск рекламных идей. 2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы. 3. Разрабатывать авторские рекламные проекты. 4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений. 5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями. 6. Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы. 7. Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии. 8. Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале. 9. Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка. 10. Разрабатывать средства продвижения рекламного

		продукта. 11. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей. 12. Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее. 13. Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.
--	--	--

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

3.1. Тематический план учебной практики

Коды формируемых компетенций	Наименование профессионального модуля	Объем времени, отводимый на практику (час., нед.)	Сроки проведения	
			На базе основного общего	На базе среднего общего
ОК 1-11, ПК 1.1–1.5.	ПМ. 01. Разработка и создание дизайна рекламной продукции.	36 часов, 1 неделя Из них:	4 сем.	2 сем.
	МДК 01.01 Художественное проектирование рекламного продукта	18 часов		
	МДК 01.02. Разработка творческой концепции рекламного продукта	18 часов		
ОК 1-11, ПК 2.1.–2.3.	ПМ.02.Производство рекламной продукции.	36 часов, 1 неделя Из них:	6 сем.	4 сем.
	МДК 02.01. Выполнение рекламных проектов в материале	9 часов		
	МДК 02.02. Проектная компьютерная графика и мультимедиа	9 часов		
	МДК 02.03. Техника и технология рекламной фотографии	9 часов		
	МДК 02.04. Техника и технология рекламного видео	9 часов		
ОК 1-11, ПК 3.1.- 3.2.	ПМ.03.Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта.	36 часов, 1 неделя Из них:	6 сем.	4 сем.
	МДК 03.01. Маркетинг в рекламе	18 часов		
	МДК 03.02. Правовое обеспечение рекламной деятельности	18 часов		
ОК 1-11, ПК 4.1.- 4.3.	ПМ.04. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта	36 часов, 1 неделя Из них:	8 сем.	6 сем.
	МДК 04.01. Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности	36 часов		
ОК 1-11, ПК 1.1- 1.5.	ПМ. 05 Выполнение работ по должности агент рекламный	36 часов, 1 неделя Из них:	8 сем.	6 сем.

ПК 2.1.-2.3. ПК 3.1.-3.2. ПК 4.1.- 4.3.				
	МДК 05.01. Выполнение работ по должности агент рекламный	36 часов		
	Всего	180 часов, 5 недель		

3.2. Содержание учебной практики

Виды деятельности	Виды работ	Содержание освоенного учебного материала, необходимого для выполнения видов работ	Наименование учебных дисциплин, междисциплинарных курсов с указанием конкретных разделов (тем), обеспечивающих выполнение видов работ	Количество часов (недель)
ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции	- выбор художественной формы реализации рекламной идеи - создание визуального образа с рекламными функциями - художественное конструирование рекламных продуктов по заданию - работа со стандартами в наружной рекламе - работа со стандартами в полиграфическом производстве - использование шрифта в качестве средства коммуникации - комплексная разработка стиля - разработка	- выразительные возможности шрифтового изображения - стилеобразующие элементы - приёмы проектирования рекламной продукции - создание рекламного плаката - создание эмблемы корпоративного стиля - основные виды шрифтовых гарнитур - психологические особенности восприятия различных рекламных средств - архетипы в рекламе - основные принципы составления рекламы - основные приёмы создания рекламного текста	МДК 01.01. Художественное проектирование рекламного продукта Тема 1.1 Формирование корпоративного стиля Тема 1.2 Выразительные возможности шрифтового изображения Тема 1.3 Единство, взаимосвязь и соподчинение изображения и шрифта в композиции знаковой формы Тема 1.4 Реклама товарной продукции МДК 01.02. Разработка творческой концепции рекламного продукта Тема 2.1 История возникновения рекламы Тема 2.2 Психология рекламной деятельности Тема 2.3. Комплексная разработка рекламной концепции.	36 часов (1 неделя)

	концепции психологической составляющей рекламной деятельности в социальных сетях			
ПМ.02 Производство рекламной продукции	- осуществление фотосъёмки для выполнения рекламного продукта - осуществление видеосъёмки для выполнения рекламного продукта - использование компьютерных технологий при создании печатного рекламного продукта - разработка сценария для съёмок и монтажа рекламы - использование профессиональных пакетов для обработки графики , аудио-, видеоанимации - использование мультимедийных и web-технологий для разработки и внедрения рекламного продукта	- разработка логотипа и определение корпоративных цветов компании - создание макета визитки - создание буклета компании - создание афиши мероприятия - основы гипертекста и его применение - анимация объектов - применение видеоэффектов - разработка графики - предметная фотосъёмка - выстраивание студийного света - видеомонтаж - знакомство с должностными обязанностями исполнителя рекламной продукции - работа в качестве исполнителя рекламной продукции	МДК 02. 01. Выполнение рекламных проектов в материале Введение Тема 1.1 Формирование корпоративного стиля Тема 1.2. Создание рекламных текстов Тема 1.3. Интернет-реклама Тема 1.4. Основные работы в векторной графике. Освоение программы Corel Draw Тема 1.5. Основные работы в растровой графике. Освоение программы Adobe Photoshop МДК.02.02. Проектная компьютерная графика и мультимедиа Введение Тема 1.1 Основные понятия мультимедиа. Использование текста в мультимедиа системах Тема 1.2. Использование изображения в мультимедиа системах. Компьютерная анимация Тема 1.3. Анимация для WEB.	36 часов (1 неделя)

			Представление 3D данных Тема 1.4. Видео. Звук. Работа с программой Adobe AfterEffects Тема 1.5. Носители информации для хранения мультимедиа данных <i>МДК.02.03. Техника и технология рекламной фотографии</i> Введение Тема 2.1 Основные режимы и составляющие фотоаппарата Тема 2.2. Основные жанры фотографии Тема 2.3. Обработка фотографий в Adobe Photoshop Тема 2.4. Работа со студийным оборудованием Тема 2.5. Создание рекламной фотографии <i>МДК.02.04. Техника и технология рекламного видео</i> Введение Тема 1.1 Кино и телевидение. История телевизионного ролика Тема 1.2. Технические средства видеосъемки Тема 1.3. Основы видережиссуры, процессы видеосъемки и видеопроекции Тема 1.4. Обработка видео в	
--	--	--	---	--

			Adobe Premiere Тема 1.5. Создание рекламного видео	
ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта	- проведение исследований предпочтений целевых групп потребителей - анализ результатов исследований предпочтений целевых групп - проведение сегментирования рынка - принятие решений, направленных на продвижение рекламного продукта	- изучение основных направлений в маркетинговых исследованиях - мониторинг рекламной информации в основных средствах распространения рекламы - составление списков источников информации для выбора целевой аудитории - создание рекламного сообщения, ориентированного для конкретной целевой группы - разработка планов маркетинга и рекламы - расчет эффективности рекламы - изучение нормативно-правовой базы - изучение трудовых правоотношений - составление и расторжение трудового договора	МДК 03.01. Маркетинг в рекламе Тема 1.1 Маркетинг в рекламе. Введение в курс. Тема 1.2 Маркетинговые исследования в рекламе: их значение и основные направления. Тема 1.3 Целевая аудитория: понятие, значение для рекламной деятельности, способы ее достижения. Тема 1.4 Разработка комплекса маркетинговых мероприятий в области рекламы. Тема 1.5 Рекламные услуги - понятие, классификация, основные формы реализации. Тема 1.6 Творческие проблемы при разработке и изготовлении рекламной продукции. Тема 1.7 Принципы ценообразования на рекламную продукцию и рекламные услуги. Тема 1.8 Основные различия при формировании цен на рекламную продукцию и рекламные услуги. Тема 1.9 Ценообразование в	36 часов (1 неделя)

			области размещения рекламной продукции. Тема 1.10 Маркетинговые коммуникации: понятие, их место в системе маркетинга в целом и в рамках комплекса маркетинговых мероприятий. Тема 1.11 Основные виды рекламной деятельности. Тема 1.12 Планирование рекламной кампании. Медиапланирование. Тема 1.13 Реализация комплекса маркетинговых мероприятий в рекламной деятельности. Тема 1.14 Корректировка маркетинговых мероприятий. <i>МДК 03.02. Правовое обеспечение рекламной деятельности</i> Тема 1.1 Введение. Тема 1.2 Закон от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе». Тема 1.3 Цели Федерального закона «О рекламе». Тема 1.4 Применение Федерального закона «О рекламе». Тема 1.5 Понятие и признаки рекламной информации. Тема 1.6 Общие требования к рекламе.	
--	--	--	--	--

			Тема 1.7 Недостоверная реклама. Тема 1.8 Правовое регулирование политической рекламы. Тема 1.9 Реклама для несовершеннолетних. Тема 1.10 Правовое регулирование других видов рекламы. Тема 1.11 Особенности иных способов распространения рекламы. Тема 1.12 Реклама на транспортных средствах. Тема 1.13 Реклама в телепрограммах и телепередачах. Тема 1.14 Реклама в радиопрограммах и радиопередачах. Тема 1.15 Реклама в периодических печатных изданиях. Тема 1.16 Реклама, распространяемая при кино и видеообслуживании. Тема 1.17 Реклама алкогольной продукции. Тема 1.18 Реклама лекарственных средств. Тема 1.19 Реклама медицинских изделий. Тема 1.20 Реклама иных видов продукции.	
--	--	--	---	--

			Тема 1.21 Саморегулирование в сфере рекламы. Тема 1.22 Саморегулируемые организации в сфере рекламы в России. Тема 1.23 Общие принципы саморегулирования. Тема 1.24 Международный опыт. Тема 1.25 Понятие средств индивидуализации. Тема 1.26 Юридическая ответственность в сфере рекламы. Тема 1.27 Виды юридической ответственности. Тема 1.28 Трудовое право как отрасль права. Тема 1.29 Понятие трудового права. Тема 1.30 Источники трудового права. Тема 1.31 Трудовое правоотношение. Тема 1.32 Правовое регулирование занятости. Тема 1.33 Правовое регулирование трудоустройства. Тема 1.34 Порядок и условия признания гражданина безработным. Тема 1.35 Трудовой договор. Тема 1.36 Заключение трудового договора.	
--	--	--	--	--

			Тема 1.37 Права и обязанности субъектов трудового договора. Тема 1.38 Изменение трудового договора. Тема 1.39 Прекращение трудового договора. Тема 1.40 Рабочее время. Тема 1.41 Виды рабочего времени. Тема 1.42 Время отдыха. Тема 1.43 Заработная плата. Тема 1.44 Регулирование заработной платы. Тема 1.45 Тарифная система. Тема 1.46 Порядок выплаты заработной платы. Тема 1.47 Дисциплина труда. Тема 1.48 Методы обеспечения трудовой дисциплины. Тема 1.49 Дисциплинарная ответственность. Тема 1.50 Материальная ответственность. Тема 1.51 Материальная ответственность работодателя перед работником. Тема 1.52 Материальная ответственность работника перед работодателем. Тема 1.53 Трудовые споры. Тема 1.54 Индивидуальный трудовой спор. Тема 1.55 Коллективный трудовой спор.	
--	--	--	---	--

			Тема 1.56 Забастовки. Тема 1.57 Социальное обеспечение граждан. Тема 1.58 Виды социальной помощи. Тема 1.59 Виды пенсий.	
ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта	- 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 - подготовка авторской документации для регистрации авторских прав	- понимание рекламы, как элемента комплекса продвижения товара - знание основных коммуникационных характеристик рекламы - понимание роли рекламы в стимулировании сбыта товара - реклама и спонсорство - изучение воздействия рекламы на людей - основные функции рекламодателя - саморегулирование рекламной отрасли - факторы, влияющие на внешнюю и внутреннюю деятельность организации - виды организационных структур управления - система методов управления - разработка и реализация рекламной стратегии	МДК 04. 01. Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности Тема 1. Сущность и характерные черты современного менеджмента. Тема 2. Внешняя и внутренняя черта организации. Тема 3. Управленческая этика и социальная ответственность организации. Тема 4. Принятие управленческих решений. Тема 5. Структура управления. Тема 6. Коммуникации в организации. Тема 7. Мотивация персонала в организации. Методы управления. Тема 8. Менеджмент в рекламной деятельности. Тема 9. Организация рекламной деятельности. Тема 10. Планирование рекламной деятельности. Тема 11. Создание рекламного	36 часов (1 неделя)

			продукта. Тема 12. Медиапланирование. Тема 13. Виды рекламы и средства ее размещения. Тема 14. Рекламный бюджет. Тема 15. Оценка эффективности рекламной деятельности. Тема 16. Социально-правовые аспекты регулирования рекламной деятельности. Тема 17. Авторское право на рекламу. Тема 18. Регистрация авторских прав Тема 19. Торговый знак в рекламе	
ПМ.05 Выполнение работ по должности агент рекламный	- освоение процесса контактирования с производителями рекламы по вопросам производства и размещения - использование специализированного программного обеспечения для обработки графических изображений - использование технологий цифровой фотографии - отцифровка	- роль современных рекламных агентств, их назначение - услуги, продукция BTL-агентств - разработка структуры BTL-агентств - организация рекламных мероприятий - процесс получения заказа - рекламная деятельность оптовых предприятий - виды информации - отличительные характеристики рекламы как формы социальной коммуникации - особенности политической коммуникации в современном обществе - формы политической рекламы	МДК 05. 01. Выполнение работ по должности агент рекламный Тема 1. Рекламная информация. Тема 2. Рекламная деятельность. Тема 3. Организация размещения рекламы. Тема 4. Рекламная кампания. Тема 5. Информационное обеспечение рекламной деятельности. Тема 6. Реклама в системе массовых коммуникаций. Тема 7. СМИ как основной канал распространения	36 часов (1 неделя)

	текстовой и графической информации		рекламы. Тема 8. Медиапланирование в рекламной практике. Тема 9. Социальная реклама. Политическая реклама. Некоммерческий маркетинг.	
--	--	--	---	--

4. УСЛОВИЯ ПРОВЕДЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

4.1 Требования к документации, необходимой для проведения практики:

Для проведения учебной в образовательной организации предусматривается следующая документация:

- годовой учебный план проведения практики;
- график учебной практики;
- рабочая программа учебной практики;
- договоры (соглашения) образовательной организации с базовыми организациями и предприятиями (*Приложение 1*);
- приказ о закреплении обучающихся по базам практики и назначении руководителей практикой от образовательной организации и предприятий (*Приложение 2*);
- аттестационные листы (*Приложение 3*), содержащие сведения об уровне освоения обучающимися общих и профессиональных компетенций;
- дневник практики(*Приложение 4*);
- отчёты по практике (*Приложение 5*);
- характеристика обучающегося по освоению профессиональных компетенций в период прохождения практики (*Приложение 6*);
- инструктаж по безопасным методам работы, промсанитарии и противопожарной безопасности (*Приложение 7*);
- индивидуальное задание по практике (*Приложение 8*);
- отчеты руководителей учебной практики (*Приложение 9*).

По итогам учебной практики проводится защита в форме зачёта на основе отчёта, выполненного индивидуального задания, аттестационного листа и дневника практики.

Отчёт должен содержать анализ деятельности организации (предприятия), выводы о приобретенных навыках, освоении профессиональных компетенций и возможности применения теоретических знаний, полученных при обучении.

4.2. Требования к материально-техническому обеспечению практики

Реализация программы требует наличия учебных кабинетов.

Имеются учебно-методические комплексы по всем профессиональным модулям.

Освоение обучающимися профессиональных модулей обеспечивается в условиях созданной соответствующей образовательной среды в образовательной организации или в организациях.

Перечень кабинетов, лабораторий, мастерских и других помещений

Кабинеты:

социально-экономических дисциплин;
иностранного языка (лингфонные кабинеты);
математики и информатики;
истории изобразительных искусств;
рисунка и живописи;
экологии и безопасности жизнедеятельности;
экономики и менеджмента;
шрифтовой и художественной графики;
цветоведения;
проектирования рекламного продукта;

методический.

Лаборатории и тренинговые кабинеты:

информатики и вычислительной техники;
компьютерного дизайна;
информационных и коммуникационных технологий;
компьютерной графики и видеомонтажа;
фотолаборатория.

Мастерские:

багетная.

Полигоны:

мини-типография.

Студии:

видеостудия;
фотостудия.

Спортивный комплекс:

спортивный зал;
открытый стадион широкого профиля с элементами полосы препятствий;
стрелковый тир (в любой модификации, включая электронный) или место для стрельбы.

Залы:

библиотека, читальный зал с выходом в сеть Интернет;
актовый зал.

Методическое обеспечение:

- комплект учебно-методической документации;
- АРМ преподавателя;
- необходимый комплект лицензионного программного обеспечения;
- посадочные места по количеству обучающихся с возможностью выполнения лабораторных и практических занятий, включая как обязательный компонент практические задания с использованием персональных компьютеров;
- рабочее место в компьютерном классе для каждого обучающегося.

4.3. Перечень учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для СПО / С. В. Карпова. — 2-е изд., пер. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 431 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-04657-1. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/674F5E17-6314-402A-BC22-A01DB6AA138B. Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/reklamnoe-delo-426405>
2. Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для СПО / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 552 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-8974-8. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/osnovy-reklamy-426405

[online.ru/book/47FDC7C4-4520-400F-A8CB-C8AFC0AAC875](https://biblio-online.ru/book/47FDC7C4-4520-400F-A8CB-C8AFC0AAC875). Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/osnovy-reklamy-426478>

3 Докторов, Б. З. Реклама и опросы общественного мнения в США в 2 ч. Часть 1. Научная реклама : монография / Б. З. Докторов. — 2-е изд., пер. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 263 с. — (Серия : Открытая наука). — ISBN 978-5-534-06266-3. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/9D31BB8A-6A21-47AC-8548-57759447D346. Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/reklama-i-oprosy-obschestvennogo-mneniya-v-ssha-v-2-ch-chast-1-nauchnaya-reklama-411451>

4. Поляков, В. А. 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/ED89F9F0-7AEC-4B15-B224-15549CE57CDA. Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/reklama-razrabotka-i-tehnologii-proizvodstva-430788>

5. Шумилов, В. М. Правовое обеспечение профессиональной деятельности: учебник для СПО / В. М. Шумилов. — 3-е изд., пер. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2019. — 423 с. — (Серия: Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-04443-0.

6. Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 233 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-9889-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/433656>

7. Жильцова, О. Н. Связи с общественностью : учебное пособие для академического бакалавриата / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 337 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-9890-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/433657>

8. Афоничкин, А. И. Основы менеджмента : учебник для среднего профессионального образования / А. И. Афоничкин, Н. Д. Гуськова, Д. Г. Михаленко ; под редакцией А. И. Афоничкина. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 338 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-05768-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/441761>

9. Гапоненко, А. Л. Менеджмент : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. Л. Гапоненко ; ответственный редактор А. Л. Гапоненко. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 396 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-02049-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/433278>

10. Иванова, И. А. Менеджмент : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. А. Иванова, А. М. Сергеев. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 305 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-7906-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/437017>

11. Информационные технологии в менеджменте : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. В. Майорова [и др.] ; под редакцией Е. В. Майоровой. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 368 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9005-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/437581>

12. Коргова, М. А. Менеджмент. История менеджмента : учебное пособие для среднего профессионального образования / М. А. Коргова, А. М. Салогуб. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 166 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11323-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/444929>

Дополнительные источники:

1. Кузвесова, Н. Л. История дизайна: от викторианского стиля до ар-деко : учебное пособие для СПО / Н. Л. Кузвесова. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 202 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-06566-4. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/F3C17C13-C81A-4959-ACAF-155C909F6A92. — Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/istoriya-dizayna-ot-viktorianskogo-stilya-do-ar-deko-412054>
2. Основы дизайна и композиции: современные концепции : учебное пособие для СПО / Е. Э. Павловская [и др.] ; отв. ред. Е. Э. Павловская. — 2-е изд., пер. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 183 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-09373-5. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/D2DB96C3-6062-4F12-B2C0-4D60BAFF0B46. — Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/osnovy-dizayna-i-kompozicii-sovremennye-koncepcii-427715>
3. Боресков, А. В. Компьютерная графика : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / А. В. Боресков, Е. В. Шикин. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 219 с. — (Серия : Бакалавр. Прикладной курс). — ISBN 978-5-9916-5468-5. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/D39797BE-488C-4EC5-AFE8-F60AE1B9C750. — Режим доступа : <https://biblio-online.ru/book/kompyuternaya-grafika-413327>
4. Васильев Г.А., Поляков А.А., Романов А.А. Технологии производства рекламной продукции: учебное пособие/ М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2014
5. Комлев Е.Б. Актуальные проблемы маркетинга: курс лекций/ Комлев Е.Б.— М.: Московский гуманитарный университет, 2014
6. Китчен Ф. Паблик рилейшнз. Принципы и практика: учебное пособие для вузов/ Китчен Ф.—М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015
7. Ким С.А. Маркетинг: учебник/ Ким С.А.— М.: Дашков и К, 2015
8. Басовский Л. Е. Маркетинг: Учебное пособие, М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014.
9. Астахова, Н. И. Менеджмент : учебник для среднего профессионального образования / Н. И. Астахова, Г. И. Москвитин ; под общей редакцией Н. И. Астаховой, Г. И. Москвитина. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 422 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-5386-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/426417>
10. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. Л. Музыкант. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 352 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-09873-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/428806>
11. Основы маркетинга. Практикум : учебное пособие для среднего профессионального образования / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 325 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-4971-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/433399>
12. Пономарёва, Е. А. Бренд-менеджмент : учебник и практикум для академического бакалавриата / Е. А. Пономарёва. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 341 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-9046-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/433214>

Нормативные документы (в действующей редакции (на момент изучения дисциплины):

1. Конституция РФ принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 г.) (с поправками от 30 декабря 2008 г., 5 февраля, 21 июля 2014 г.)
2. Трудовой кодекс РФ редакция ТК РФ от 20.12.2017 с изменениями, вступившими в силу с 01.01.2018

3. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 N 195-ФЗ (КоАП РФ) первоначально был опубликован в "Российской газете", N 256, 31.12.2001, от 30.12.2001 N 195-ФЗ (ред. от 03.08.2018)

4. Федеральный закон "О рекламе" от 13.03.2006 N 38-ФЗ Режим доступа: <http://legalacts.ru/doc/federalnyi-zakon-ot-13032006-n-38-fz-o/?yclid=7175602170280033239>

5. Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 18.04.2018) "О средствах массовой информации" Режим доступа: <http://legalacts.ru/doc/zakon-rf-ot-27121991-n-2124-1-o/>

6. "Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая)" от 18.12.2006 N 230-ФЗ (ред. от 23.05.2018). Глава 70. АВТОРСКОЕ ПРАВО Режим доступа: <http://legalacts.ru/kodeks/GK-RF-chast-4/>

Периодические издания:

1. Журналы: Индустрия рекламы, Рекламные технологии, Альманах Лаборатория рекламы и маркетинга и Public Relations, Наружка, BTL-magazine, Практика рекламы, Индустрия рекламы, Маркетинг Менеджмент, Управление компаниями.

Интернет-ресурсы:

1. Портал «О рекламе и маркетинге» [Электронный ресурс] – Режим доступа: www.Advertology.ru

2. «Энциклопедия Рекламных Знаний» [Электронный ресурс] – Режим доступа: www.reklamist.com

3. Международная рекламная ассоциация. Российское отделение [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.iaa.ru/>

4. Интернет-портал «Креативная реклама» [Электронный ресурс] – Режим доступа: www.adme.ru

5. Большая энциклопедия рекламы [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://bigadvenc.ru/>

6. Интернет-портал о маркетинге и рекламе [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.sostav.ru/>

7. Официальный сайт «Российская газета». [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.rg.ru>

8. Справочная правовая система «Гарант» [Электронный ресурс] – Режим доступа: www.garant.ru

9. Справочная правовая система «Консультант Плюс» [Электронный ресурс] – Режим доступа: www.consultant.ru

10. Гильдия Маркетологов, социальная сеть профессиональных контактов [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.marketologi.ru/>

11. «Практика Рекламы» [Электронный ресурс] – Режим доступа: www.prosmi.ru

12. «Маркетинг журнал 4p.ru» [Электронный ресурс] – Режим доступа: www.4p.ru

13. «Портал о рекламе «Advertology» [Электронный ресурс] – Режим доступа: www.advertology.ru

14. Электронная библиотека «Юрайт» <https://biblio-online.ru>

15. Электронный ресурс ЭБС «Университетская библиотека онлайн»: www.biblioclub.ru

16. Электронная библиотека «Рукопонт»: www.rucont.ru

4.4. Требования к руководителям практики

Требования к руководителям практики от образовательного учреждения

Реализация ППССЗ обеспечивается педагогическими кадрами, имеющими высшее образование, соответствующее профилю преподаваемого модуля. Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы является обязательным для преподавателей, отвечающих за освоение обучающимся профессионального учебного цикла. Преподаватели получают дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

Требования к руководителям практики от организации

Повседневное руководство практикой обучающихся осуществляют руководители практики от организации – высококвалифицированные специалисты организации, которые:

- согласовывают индивидуальные задания, содержание и планируемые результаты практики;
- предоставляют рабочие места обучающимся;
- обеспечивают безопасные условия прохождения практики обучающимися, отвечающие санитарным правилам и требованиям охраны труда;
- проводят инструктаж обучающихся по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка.

4.5. Требования к соблюдению техники безопасности и пожарной безопасности

В образовательном учреждении имеется инструкция по технике безопасности и охране труда для обучающихся, проходящих учебную и производственную практику.

Обучающиеся, вышедшие на практику, допускаются к выполнению работы только при наличии установленного набора документов (договор, дневник, индивидуальное задание и т. п.), после прохождения вводного инструктажа по охране труда, инструктажа по охране труда на рабочем месте.

Каждый инструктаж обучающихся, выходящих на практику, заканчивается обязательной проверкой его усвоения. Первичный инструктаж проводится руководителями практики от организации, последующие – руководителями практики по месту ее прохождения.

Проведение всех видов инструктажей регистрируется в журналах регистрации инструктажей с обязательными подписями получившего и проводившего инструктаж.

Каждому обучающемуся, выходящему на практику, необходимо:

- знать место хранения медицинской аптечки;
- уметь оказать первую помощь при производственных травмах;
- уметь правильно действовать при возникновении пожара и в других экстремальных и других чрезвычайных ситуациях;
- изучить планы эвакуации и расположение эвакуационных выходов.

Всем обучающимся, проходящим практику, следует:

- знать и соблюдать правила личной гигиены;
- оставлять верхнюю одежду, обувь, головной убор в гардеробной или иных местах, предназначенных для хранения верхней одежды;
- иметь опрятный вид в соответствии с требованиями делового этикета;
- не принимать пищу на рабочем месте.

Учитывая разъездной характер работы, сотрудники должны приходить на работу в удобной обуви и одежде, соответствующей сезону.

5. ПРОХОЖДЕНИЕ ПРАКТИКИ ИНВАЛИДАМИ И ЛИЦАМИ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Прохождение учебной практики обучающимися с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с Приказом Министерства образования и науки РФ от 9 ноября 2015 г. № 1309 «Об утверждении Порядка обеспечения условий доступности для инвалидов объектов и предоставляемых объектов и предоставляемых услуг в сфере образования, а также оказания им при этом необходимой помощи», «Положением о порядке обучения студентов-инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья», утвержденным приказом ректора от 6 ноября 2015 года № 60/о, «Положением о службе инклюзивного образования и психологической помощи» АНО ВО «Российский новый университет» от 20 мая 2016 года № 187/о.

Предоставление специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования, подбор и разработка учебных материалов для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья производится преподавателями с учётом их индивидуальных психофизиологических особенностей и специфики приема-передачи учебной информации.

С обучающимися по индивидуальному плану и индивидуальному графику проводятся индивидуальные занятия и консультации.

6. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ПРАКТИКИ

По результатам учебной практики обучающийся обязан представить отчёт, дневник практики, индивидуальное задание и аттестационный лист, отзыв-характеристику руководителя практики от предприятия (организации).

Содержание отчета должно соответствовать программе практики, отчёт представляется в печатном варианте объёмом 10-15 страниц машинописного текста.

Отчет включает введение, основную часть, заключение, приложения.

В вводной части отражается значимость рекламы для продвижения товаров (услуг) в организации (подразделении).

Основная часть отчёта должна содержать оценку и анализ визуальных образов и дизайна рекламной продукции организации, оценку и анализ эффективности рекламной деятельности и средств продвижения рекламного продукта в организации, и включать следующие разделы:

1. Общая характеристика предприятия и технологического процесса:

- Район размещения организации, организационно-правовая форма предприятия.
- Производственная структура.
- Услуга как сочетание процессов производства (выполнения) услуги. Основные составляющие процесса обслуживания. Технологический процесс предприятия. Основные виды услуг.
- Характеристика потребителей, основные конкуренты. Продвижение продукта (услуги) (реклама, использование средств массовой информации, выставки, ярмарки).
- Информационная система предприятия, перечень вычислительной техники и программ, используемой в технико-экономических расчетах. Оснащенность и основные задачи информационного центра.

2. Управление производством

- Организационная структура предприятия
- Организационная структура управления. Схема взаимосвязи подразделений, служб, отделов, звеньев управления. Функции управления.

Наличие должностных инструкций и положений, определяющих функции подразделений и управленческого персонала. Ознакомление с инструкцией на примере одного подразделения и должности, состав и назначение подразделений, участков, служб; правилами внутреннего трудового распорядка и инструкциями по технике безопасности.

- Персонал предприятия
- Численность персонала по отделам и службам. Их удельный вес в общей численности трудящихся.

- Системы мотиваций и продвижения по службе.

3. Создание рекламного продукта; показатели эффективности рекламного продукта/рекламной кампании:

- Основные этапы создания рекламного продукта.
- Изменение величины прибыли после проведения рекламной кампании.
- Политика ценообразования в рекламе на предприятии.

Заключение должно содержать выводы по всем анализируемым вопросам и рекомендации предприятию (организации) по совершенствованию работы.

В приложения включаются в заполненном виде образцы сопроводительных и отчетных документов, актов, договоров (контрактов), сертификатов, деклараций, прайс-листов, вспомогательные таблицы и другие дополнительные материалы.

Во время проведения итогового контроля проверяются объем изученного материала, результаты самостоятельной работы, отраженные в отчете и дневнике.

Результаты(освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
1	2	3
ОК 1-11, ПК 1.1–1.5. ПМ. 01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции	- проявление активности, инициативности в процессе освоения профессиональной деятельности. - рациональное планирование и распределение времени на все этапы выполнения работ; - своевременная сдача заданий; - умение ставить цели и определять порядок их осуществления; обобщать и выполнять анализ полученных результатов; - умение приводить и обосновывать наиболее оптимальные варианты решений задач, отстаивать свою точку зрения как при текущей работе, так и при выступлениях на конференциях, конкурсах; - решение поставленной задачи на практической работе; - самостоятельные выводы и	Формы: Стартовая диагностика подготовки обучающихся; выявление мотивации к осуществлению практической деятельности Зачёт Отзыв-характеристика о работе обучающегося по месту прохождения практики. Индивидуальное задание Методы: Экспертная оценка; Текущий контроль в форме: - тестирования; - отчетов по практическим занятиям;

	собственное мнение по изучаемым темам - подбор материала для выполнения самостоятельных работ; - оценка поступающей информации; - умение использовать возможности информационных программ и систем в работе; - оценивать качество подбора, обработки, структурирования информационных источников; - работа с информацией из интернета; - умение работать, используя современные ИКТ; - оформление презентаций, сообщений, докладов - участие в групповой подготовке конференций, конкурсов, олимпиад, работа «малыми группами»; - выполнение обязанностей в соответствии с распределением групповой деятельности, терпимость к другим мнениям и позициям. - проявление интереса к инновациям в области профессиональной деятельности. - анализ инновации в области рекламной деятельности; - участие во внеучебной деятельности для эффективного поиска необходимой информации; - выбор и применение методов и способов анализа рынка потребительского спроса; - выбор и применение методов и способов реализации рекламного продукта; - разработка и создание дизайна рекламной продукции и использование в наибольшем количестве выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы - композицию, шрифтовую и художественную графики в рекламе; - осуществление поиска различных решений при создании рекламного продукта, разработка композиционного решения рекламного продукта; - использование выразительных и художественно-изобразительных средств при моделировании рекламы; - использование своих знаний в	- индивидуальный опрос; - отчёта по проделанной внеаудиторной самостоятельной работе; - выполнение творческих работ; - оформление и защита электронных презентаций. - интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы.
--	---	---

	профессиональной деятельности, умение чётко и ясно определять характерные черты художественных стилей различных исторических эпох и учитывать творчество наиболее значительных художников, скульпторов, архитекторов; - умение чётко и грамотно составлять рекламные тексты по всем направлениям, учитывая все возрастные категории, применяя все приемы и принципы составления рекламного текста; - правильное проведение выбора художественной формы реализации рекламной идеи и создание визуального образа с рекламными функциями; - чёткое отображение художественного контекста рекламных продуктов (по определённому направлению).	
ОК 1-11, ПК 2.1.–2.3. ПМ.02 Производство рекламной продукции	- понимание необходимости обратить особое внимание на выбор и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта для точного выражения его необходимости; - умение правильно и ясно построить модели (макеты, сценарии) объекта с учётом выбранной технологии при подготовке к производству рекламного продукта, с учётом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков; - понимание преобразующих методов формообразования (стилизации и трансформации); - понимание способов композиционного построения экспозиционной графики; - понимание тенденций развития современного искусства; - освоение техники проведения эксперимента и обработки его результатов; - использование методики исследовательской работы; - поэтапное выполнение экспериментальной работы.	Формы: Зачёт Отзыв-характеристика о работе обучающегося по месту прохождения практики. Индивидуальное задание Методы: Экспертная оценка; интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы
ОК 1-11, ПК 3.1.- 3.2. ПМ.03	- получение практического опыта выявления требований целевых групп потребителей;	Формы: Зачёт Отзыв-характеристика о

Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта	- получение практического опыта разработки средств продвижения рекламного продукта; - получение практического опыта разработки маркетинговой части бизнес-плана; проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей; - умение анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп; - умение проводить сегментирование рынка; - принятие решений, направленных на продвижение рекламного продукта; - умение составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта, - умение работать с рекламой в средствах массовой информации; - получение практического опыта проведения процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком; - получение практического опыта проведения презентации рекламного продукта; - умение подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав.	работе обучающегося по месту прохождения практики. Индивидуальное задание Методы: Экспертная оценка; интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы
ОК 1-11, ПК 4.1.- 4.3 ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта	- умение пользоваться творческими источниками для проектной деятельности; - умение пользоваться различными способами формообразования; - анализирование современных тенденций и динамики развития дизайна; - использование методов конструктивного моделирования с помощью компьютерной графики; - использование компьютерных и телекоммуникационных средств; - использование программного обеспечения в профессиональной деятельности; - умение анализировать и обрабатывать результаты исследований и экспериментов; - умение использовать технику проведения эксперимента и обработку его результатов;	Формы: Зачёт Отзыв-характеристика о работе обучающегося по месту прохождения практики. Индивидуальное задание Методы: Экспертная оценка; интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы

	- осуществление связи со средствами распространения рекламы, в частности со СМИ, контроль за прохождением и качеством исполнения заказов; - исследование товаров, рынков, потребителей для разработки, рекламных идей; - проведение выставок, ярмарок и сопутствующих им рекламных мероприятий; - проведение семинаров и пресс-конференций, разработка интерьеров торговых залов и витрин.	
ОК 1-11, ПК 1.1- 1.5. ПК 2.1.–2.3. ПК 3.1.-3.2. ПК 4.1.- 4.3. ПМ.05 Выполнение работ по должности агент рекламный	- получение практического опыта выявления требований целевых групп потребителей; - получение практического опыта разработки средств продвижения рекламного продукта; - получение практического опыта разработки маркетинговой части бизнес-плана; проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей; - умение анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп; - умение проводить сегментирование рынка; - принятие решений, направленных на продвижение рекламного продукта; - умение составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта, - умение работать с рекламой в средствах массовой информации; - получение практического опыта проведения процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком; - получение практического опыта проведения презентации рекламного продукта; - умение подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав; - умение пользоваться творческими источниками для проектной деятельности; - умение пользоваться различными	Формы: Зачёт Отзыв-характеристика о работе обучающегося по месту прохождения практики. Индивидуальное задание Методы: Экспертная оценка; интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы

	способами формообразования; - анализирование современных тенденций и динамики развития дизайна; - использование методов конструктивного моделирования с помощью компьютерной графики; - использование компьютерных и телекоммуникационных средств; - использование программного обеспечения в профессиональной деятельности; - умение анализировать и обрабатывать результаты исследований и экспериментов; - умение использовать технику проведения эксперимента и обработку его результатов; - осуществление связи со средствами распространения рекламы, в частности со СМИ, контроль за прохождением и качеством исполнения заказов; - исследование товаров, рынков, потребителей для разработки, рекламных идей; - проведение выставок, ярмарок и сопутствующих им рекламных мероприятий; - проведение семинаров и пресс-конференций, разработка интерьеров торговых залов и витрин.	
--	---	--

Защита учебной практики предусматривает оценить работу обучающегося, проверить полученные практические знания, их глубину, умение доносить свою мысль, развитие творческого мышления, умение синтезировать полученные знания и применять их.

«Отлично» ставится, если: обучающийся-практикант в полном объеме выполнил предложенный ему план-задание практики, представил отчет о прохождении практики, не имел замечаний со стороны руководителя практики от колледжа.

«Хорошо» ставится, если: обучающийся-практикант выполнил предложенный ему план-задание практики, представил отчет о прохождении практики, при этом допустил небольшие неточности в определении понятий, установлении логики, взаимосвязи, не имел замечания со стороны руководителя практики от колледжа.

«Удовлетворительно» ставится, если: обучающийся-практикант не полностью или с низким качеством выполнил предложенный ему план-задание практики, допустил погрешности в подготовке отчета о прохождении практики, не имел замечаний со стороны руководителя практики от колледжа.

«Неудовлетворительно» ставится, если: обучающийся-практикант не выполнил предложенный ему план-задание практики, не представил отчет о прохождении практики, имел замечания со стороны руководителя практики от колледжа.

Обучающийся, не выполнивший программу практики и получивший неудовлетворительную оценку при защите отчета, считается имеющим академическую задолженность

В случае неполного выполнения обучающимся задания на учебную практику по уважительной причине приказом ректора может быть дано разрешение на повторное её прохождение в свободное от образовательного процесса время.

После защиты отчетов по учебной практике руководитель обязан сдать отчеты в деканат.

Договор № _____ об организации и проведении практик

Москва

«___» _____ 202__ г.

(полное наименование предприятия (организации))

именуемое в дальнейшем «Организация», в лице _____
(наименование) (должность)

_____, действующего на основании _____, с одной
(фамилия и инициалы) (Устава, доверенности №___ дата)

стороны, и Автономная некоммерческая организация высшего образования «Российский новый университет», именуемая в дальнейшем «Университет», в лице проректора по учебной работе _____, действующего на основании доверенности №___ от _____
(фамилия и инициалы)

с другой стороны, в дальнейшем именуемые «Стороны», заключили настоящий Договор о нижеследующем:

1. Предмет договора

1.1. В соответствии с настоящим Договором Стороны осуществляют взаимодействие по вопросам прохождения учебной, производственной, в том числе преддипломной, практик студентами Университета, обучающихся по следующим направлениям (специальностям) среднего профессионального и высшего образования:

(код, наименование направления (специальности) подготовки)

в количестве до ____ чел. по каждому указанному направлению (специальности), проводимых непрерывно в сроки, согласованные Сторонами.

Практики в Организации проводятся в целях закрепления освоенной студентами программы профессионального образования на основании разработанных Университетом программ практик в соответствии с требованиями федеральных государственных образовательных стандартов по соответствующему направлению (специальности) подготовки, а также получения ими практических знаний и навыков профессиональной деятельности.

1.2. Организация обязуется принять для прохождения практик студентов, направленных Университетом, а Университет - направить студентов на практики в соответствии с учебным планом и календарным учебным графиком.

2. Права и обязанности Сторон

2.1. Организация обязана:

2.1.1. Предоставить места для прохождения указанных в п. 1.1 видов практик, студентам Университета в соответствие с учебными планами и календарными учебными графиками.

2.1.2. Создать необходимые условия для выполнения студентами программы практики.

2.1.3. Из числа наиболее квалифицированных работников назначить руководителя (руководителей) практик и проинформировать о кандидатурах руководителя (руководителей) практик Университет.

Руководитель практики:

2.1.3.1. согласовывает индивидуальные задания, содержание и планируемые результаты практики;

2.1.3.2. предоставляет рабочие места обучающимся;

2.1.3.3. обеспечивает безопасные условия прохождения практики обучающимся, отвечающие санитарным правилам и требованиям охраны труда;

2.1.3.4. проводит инструктаж обучающихся по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка;

2.1.3.5. совместно с руководителем практики от Университета составляет совместный рабочий график (план) проведения практики.

2.1.4. Предоставить студентам возможность пользоваться необходимыми материалами, не составляющими коммерческую тайну, которые могут быть использованы в написании отчетного материала по прохождению практики.

2.2. Университет обязан:

2.2.1. Не позднее, чем за две недели до начала практики представить Организации пофамильный список студентов, направляемых на практики.

2.2.3. Направить студентов на практики в Организацию в сроки, предусмотренные календарным планом ее проведения.

2.2.4. Принимать соответствующие меры реагирования в отношении студентов, нарушающих: правила внутреннего распорядка Организации, правила охраны труда, трудовую дисциплину, технику безопасности и пожарную безопасность.

2.2.5. Назначить руководителей практики из числа лиц, относящихся к профессорско-преподавательскому составу, имеющих опыт практической подготовки студентов.

Руководитель практики:

2.2.5.1. составляет рабочий график (план) проведения практики;

2.2.5.2. разрабатывает индивидуальные задания для обучающихся, выполняемые в период практики, в зависимости от ее вида;

2.2.5.3. участвует в распределении обучающихся по рабочим местам и видам работ в Организации;

2.2.5.4. осуществляет контроль за соблюдением сроков проведения практики и соответствием ее содержания требованиям, установленным образовательной программой по направлению (специальности) подготовки;

2.2.5.5. оказывает методическую помощь обучающимся при выполнении ими индивидуальных заданий, а также при сборе материалов к выпускной квалификационной работе в ходе преддипломной практики;

2.2.5.6. оценивает результаты прохождения практики обучающимися;

2.2.5.7. совместно с руководителем практики от Организации составляет совместный рабочий график (план) проведения практики.

3. Ответственность Сторон

Стороны несут ответственность за невыполнение своих обязательств по настоящему договору в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации.

4. Срок действия договора

4.1. Настоящий Договор заключен сроком до «___» _____ 202___ г. и может быть изменен или расторгнут по инициативе любой из Сторон.

Договор считается пролонгированным на неопределенный срок, если ни одна из Сторон за один месяц до наступления даты окончания договора письменно не заявит о своем намерении расторгнуть данный договор.

4.2. Настоящий Договор вступает в силу с даты его подписания Сторонами.

5. Прочие условия

5.1. Договор, заключенный между Сторонами, является безвозмездным. Действия, обязанность выполнения которых возложена на Стороны по ст. 1 настоящего Договора, не оплачиваются.

5.2. Споры и разногласия, возникающие в процессе выполнения настоящего Договора, разрешаются путем переговоров Сторон.

5.3. Все приложения к настоящему Договору являются его неотъемлемой частью.

5.4. Настоящий Договор составлен в двух экземплярах, по одному для каждой из Сторон.

6. Адреса и подписи Сторон

Университет

Организация

АНО ВО «Российский новый университет»

Юридический и фактический адрес:

105005, г. Москва, ул. Радио, 22

ИНН/КПП 7709469701/770901001

р/сч. 40703810738090103968

в ПАО «Сбербанк России» г. Москвы

к/сч. 30101810400000000225

БИК 044525225

Тел./факс 925-03-84, 434-66-05.

_____ (полное наименование предприятия (организации))

Юридический адрес:

_____ Фактический адрес:

ИНН _____

р/с _____

к/сч _____

БИК _____

Тел./факс _____

_____ (ФИО)

_____ (ФИО)

МП

МП

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«Российский новый университет»
(АНО ВО «Российский новый университет»)

ПРИКАЗ

«___» _____ 20__ г.

№ _____

Москва

О практике обучающихся

В соответствии с учебным планом специальности подготовки по

(код и наименование специальности)

ПРИКАЗЫВАЮ:

1. Организовать _____ (вид и тип практики)
практику обучающихся _____ курса _____ формы обучения по
(очной, очно-заочной, заочной)
специальности _____ колледжа
в период с «___» _____ 20__ г. по «___» _____ 20__ г.

2. Направить для прохождения практики в:

п/п	Наименование организации	ФИО студента	ФИО, должность руководителя практики от колледжа	ФИО, должность руководителя практики от профильной организации (по согласованию)*
.		1. 2. 3.		
.		1.		

3. Руководителю практики от колледжа _____ принять отчетность по практике
" " _____ 202__ г.

4. Содержание настоящего приказа довести до сведения преподавателей и обучающихся колледжа в части их касающейся.

5. Контроль за исполнением настоящего приказа возложить на заместителя директора колледжа по учебно-производственной работе Мальчевскую И.Ю.

Проректор по учебной работе

И.В. Дарда

Согласовано:

Директор колледжа

П.С. Колескина

Аттестационный лист по (вид практики) практике

Студент _____
(фамилия, имя, отчество)

обучающий (аяся) на ____ курсе по специальности СПО (код и специальность)
успешно прошел(ла) (вид практики) практику по профессиональному
модулю ПМ.00 Наименование профессионального модуля в объеме _____ часа
с «____» _____ 202__ г. по «____» _____ 202__ г. в организации

(наименование организации)

**Наименование профессиональных компетенций осваиваемых в период
(вид практики) практики**

Наименование профессиональных компетенций	Уровень освоения профессиональных компетенций (от 1 до 5 баллов)
ПК 1.1.	
ПК 1.2.	
ПК 1.3.	
ПК 1.4.	
ПК 1.5.	
ПК 1.6.	
ПК 1.7.	
ПК 1.8.	
ПК 1.9.	
ПК 1.10.	
Итоговая оценка компетенций	

Дата «____» _____ 20__ г.

Подпись ответственного лица _____
организации (базы практики) _____ ФИО/должность

М.П.

Подпись руководителя
практики от колледжа _____
ФИО/должность

Автономная некоммерческая организация
высшего образования
РОССИЙСКИЙ НОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(АНО ВО «Российский новый университет»)

КОЛЛЕДЖ

ДНЕВНИК

_____ практики
обучающегося

(фамилия, имя, отчество)

Группа _____

Руководитель практики _____

Учебный год 202____-202____

**II. Записи о работах, выполненных
во время прохождения практики**

Месяц и число	Краткое содержание	Подпись руководителя

4

**II. Записи о работах, выполненных
во время прохождения практики**

Месяц и число	Краткое содержание	Подпись руководителя

5

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«Российский новый университет»
(АНО ВО «Российский новый университет»)

ОТЧЁТ
о прохождении (вид практики) практики
по ПМ.00 _____

Место
практики _____

Выполнил обучающий(ая)ся

_____ курса
_____ группы

(специальность)

(Ф.И.О.)

**Руководитель практики от
колледжа**

(должность)

(Ф.И.О.)

**Руководитель практики
от организации**

(должность)

(Ф.И.О.)

Москва 202_____

ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ОТЧЕТА ПО ПРАКТИКЕ

1. Общая характеристика организации:

- 1.1. Организационно-правовая форма;
- 1.2. Сфера деятельности;
- 1.3. Характер выполняемых работ (услуг);
- 1.4. Общая характеристика деятельности;
- 1.5. Организационная структура.

2. Анализ деятельности организации (отдела):

- 2.1. Функции, выполняемые структурным подразделением организации, в котором студент проходил практику;
- 2.3. Функциональные обязанности должностного лица, в должности которого студент проходил практику.

3. Содержание выполненных студентом видов работ по программе практики;

4. Затруднения и сложные вопросы, возникшие при изучении конкретных дел и материалов;

Примечание: Требования к оформлению отчета

Отчет составляется в электронном виде и распечатывается на листах формата А-4, и вкладывается в папку- скоросшиватель. Текст оформляется в соответствии с требованиями. Печатается через 1,5 интервала. Сверху страницы делается отступ 20 мм, слева – 20 – 30 мм, справа 10 мм, снизу – 20 мм. Абзацные отступы должны быть равны 5 знакам. Нумерация страниц сплошная – сверху посередине листа на отступе. Титульный лист не нумеруется. На следующем за ним листом ставится номер «2» и оформляется содержание отчета с проставленными номерами страниц.

По окончании практики студент обязан представить в колледж:

- 1. Характеристику с места практики, заверенную руководителем организации;
- 2. Дневник практики (в котором ежедневно кратко записывались конкретные сведения о проделанной работе в течение каждого дня, заверяемые подписью руководителя практики и печатью);
- 3. Аттестационный лист;
- 4. Письменный отчет о прохождении практики (с приложением, выполненным заданием на практику).

ХАРАКТЕРИСТИКА

На обучающегося колледжа АНО ВО «РосНОУ»

(ФИО)

группы _____

Специальность

(код и наименование специальности)

проходившего (шей) практику с _____ по _____ 202__ г.

на базе: _____
(название организации)по _____
(вид производственной практики)**Показатели выполнения производственных заданий:**

уровень теоретической подготовки

качество выполненных работ

трудова́я дисциплина и соблюдение техники безопасности

Выводы и предложения

Дата «__» _____ 20__ г.

Руководитель практики от организации _____
(подпись)

М.П.

И.О.Фамилия

(Страница дневника практики)

ИНСТРУКТАЖ
ПО БЕЗОПАСНЫМ МЕТОДАМ РАБОТЫ, ПРОМСАНИТАРИИ
И ПРОТИВОПОЖАРНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

Инструктаж на рабочем месте

Проведен на _____

Инструктаж провел(а) _____

Подпись _____ « _____ » _____ 202 _____ г.

Инструктаж получил(а) и усвоил(а)

Подпись _____ « _____ » _____ 202 _____ г.

Разрешено допустить к самостоятельной работе обучающегося

По специальности _____

Начальник отдела (структурного подразделения) _____

« _____ » _____ 202 _____ г.

М.П.

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«Российский новый университет»
(АНО ВО «Российский новый университет»)

КОЛЛЕДЖ

ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ

на (вид практики) практику

по ПМ.00 _____

Тема: _____

Обучающего(ей)ся _____

Группа _____

Специальность

Оценка _____

**Руководитель практики
от организации** _____
(должность, ф.и.о.)

**Руководитель практики
от колледжа** _____
(должность, ф.и.о.)

Москва 202 _____

ОТЧЁТ РУКОВОДИТЕЛЯ ПРАКТИКИ ОТ КОЛЛЕДЖА

_____ (должность, ФИО руководителя практики)
 о результатах проведения _____ практики
 _____ (учебной, производственной (по профилю специальности, преддипломной))
 обучающихся _____ курса, группы _____ в 202__ __/202__ __ учебном году
 по специальности _____
 _____ (код и наименование специальности)

1. Календарный период практики с _____ по _____

2. Работа руководителя практики по организации практики:

2.1. Организация мест (баз) практики _____

3. Результаты защиты отчета по практике (зачета):

№ пп	Специальность, группа	Количе ство обучающихся, направленных на практику	Оценка			Неаттест ация	
			«отл.»	«хор.»	«уд.»	«неуд.»	«явка»

Фамилии обучающихся и причины неудовл. оценки _____

Фамилии обучающихся, не явившихся на зачет _____

Фамилии обучающихся, не проходивших практику _____

4. Сведения о базах практики:

4.1. Общее количество _____

4.2. Краткая характеристика

5. Дополнительные сведения _____

6. Выводы и предложения _____

Дата «_____» _____ 202__ __ г. подпись Ф.И.О. (руководителя практики)

Примечания:

Отчёты предоставляются по каждому виду практики (учебная, производственная (по профилю специальности, преддипломная)) ОТДЕЛЬНО в соответствии со сроками приказа о практике.

В пункте 2.1. отчета следует указать, каким образом были определены места практики (по представлению писем-запросов от организаций, силами преподавательского состава, обучающимися и т.д.)

В пункте 4.2. следует перечислить виды организаций, предприятий, учреждений – баз практики, дать им оценку с точки зрения соответствия профилю соответствующих специальностей; назвать организации (предприятия), тесно сотрудничающие с колледжем РосНОУ

В пункте 5 нужно отметить положительные и отрицательные стороны в организации и проведении практики; дать оценку выполнения студентами программы практики, индивидуального задания по специальности; привести примеры высокой оценки предприятиями работы практикантов (указать фамилии студентов, их руководителей), отметить случаи предложения студентам работы и т.п.

В пункте 6 следует дать свои предложения по улучшению организации и проведения практики.