

Управление образования и науки Липецкой области

Государственное областное бюджетное
профессиональное образовательное учреждение
«Усманский многопрофильный колледж»



УТВЕРЖДАЮ
Директор ГОБПОУ

«Усманский многопрофильный колледж»

Петухов С.Г.

« 28 » июня 2019 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ
(по профилю специальности)**

ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих (Профессия 20032 "Агент рекламный")

42.02.01 Реклама

2019 год

Рабочая программа производственной практики (по профилю специальности) разработана на основе Федерального государственного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от «12» мая 2014 г. № 510, Положения о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы среднего профессионального образования (Приказ Минобрнауки России от 18 апреля 2013 года №291).

Организация-разработчик:

Государственное областное бюджетное профессиональное образовательное учреждение «Усманский многопрофильный колледж»

Разработчик:

Афанасьева Ольга Владимировна - преподаватель

РАССМОТРЕНА И РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ

на заседании предметно-цикловой комиссии педагогики, психологии и частных методик

(Протокол №__ от _____ 201 г.)

Председатель предметно-цикловой комиссии _____ / Минаева О.В. /
подпись Ф.И.О.

РЕЦЕНЗЕНТ:

(от работодателя)

(место работы)

(занимаемая должность)

(инициалы, фамилия)

печать

Содержание:

1	Паспорт программы производственной практики (по профилю специальности).....	4
2	Тематический план и содержание производственной практики (по профилю специальности)	7
3	Условия реализации производственной практики (по профилю специальности)	8
4	Контроль и оценка результатов освоения производственной практики (по профилю специальности).....	11

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (по профилю специальности)

1.1. Область применения программы:

Рабочая программа производственной практики (по профилю специальности) является частью программы подготовки специалистов среднего звена (ППССЗ), разработанной в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама.

Производственная практика (по профилю специальности) является частью учебного процесса и направлена на формирование у студентов общих и профессиональных компетенций:

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение ква-

лификации.

ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.

ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.

ПК 5.1. Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиентов.

ПК 5.2. Работать в рекламных акциях в качестве исполнителя.

ПК 5.3. Консультировать клиента, предоставляя информацию о предлагаемом товаре, услуге.

ПК 5.4. Использовать офисную оргтехнику, информационные и коммуникационные технологии при работе с клиентом, заказчиком рекламы.

ПК 5.5. Использовать современные информационные и коммуникационные средства для размещения и продвижения рекламы.

и приобретение практического опыта по виду профессиональной деятельности: выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих (Профессия 20032 "Агент рекламный").

1.2. Цели и задачи производственной практики (по профилю специальности):

Целью производственной практики (по профилю специальности) является:

- формирование общих ОК1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 6, ОК 7, ОК 8, ОК 9, ОК 10, ОК 11 и профессиональных компетенций ПК 5.1., ПК 5.2., ПК 5.3., ПК 5.4., ПК 5.5.

- комплексное освоение обучающимися вида профессиональной деятельности: выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих (Профессия 20032 "Агент рекламный") специальности 42.02.01 Реклама.

Задачами производственной практики (по профилю специальности) являются:

- закрепление и совершенствование приобретенного в процессе обучения опыта практической деятельности обучающихся в сфере изучаемой специальности;
- развитие общих и профессиональных компетенций;
- освоение современных производственных процессов, технологий;
- адаптация обучающихся к конкретным условиям деятельности предприятий различных организационно-правовых форм.

По окончании практики студент сдаёт отчет в соответствии с содержанием тематического плана практики и по форме, установленной ГОБПОУ «Усманский многопрофильный колледж» аттестационный лист и характеристику, установленной формы.

Промежуточная аттестация проводится в форме дифференцированного зачёта.

1.3. Рекомендуемое количество часов на производственную практику (по профилю специальности):

Рабочая программа производственной практики (по профилю специальности) рассчитана на прохождение студентами практики в объеме 72 часов.

2. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (ПО ПРОФИЛЮ СПЕЦИАЛЬНОСТИ)

Наименование профессионального модуля, тем	Содержание учебного материала (дидактические единицы)	Объем часов
ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих (Профессия 20032 "Агент рекламный")		72
Тема 1. Основы организации рекламной деятельности предприятий.	Особенности рекламной деятельности учреждений, предприятий, фирм: цели и задачи, направления рекламной деятельности, используемые средства и носители рекламы, рекламные мероприятия. Выбор средств распространения рекламы. Рекламный отдел, функции, структура. Планирование рекламной работы на предприятии.	6
Тема 2. Взаимодействие рекламного агента и клиента.	Рекламные услуги. Их виды. Оформление договорной и финансовой документации при работе с клиентом.	6
Тема 3. Презентация рекламного предложения.	Основные элементы презентации товаров и услуг (функции, классификация, методы, план). Проведение переговоров о цене.	4
Тема 4. Техника работы с возражениями.	Типы возражений. Стратегия работы с возражениями в личной беседе с клиентом.	2
Тема 5. Проведение телефонных переговоров.	Телефонные переговоры. Правила исходящего звонка. Правила входящего звонка. Прием заказа по телефону.	6
Тема 6. Основные этапы поиска клиента.	Изучение потребностей и возможностей клиента. Поиск потенциальных клиентов. Изучение способов и полезных советов поиска клиентов.	6
Тема 7. Основные этапы в процессе привлечения клиента.	Установление контакта с клиентом. Переговоры с клиентом.	8

Тема 8. Работа в рекламных акциях в качестве исполнителя.	Стимулирование сбыта и реклама. Разработка мероприятий по стимулированию сбыта. Участие в рекламных акциях в качестве исполнителя. Анализ конкретных ситуаций участия в рекламных акциях.	8
Тема 9. Изучение СМИ и работа с ними по вопросам размещения рекламы.	СМИ. Виды СМИ. Размещение рекламы в СМИ. Изучение средств массовой информации в нашем регионе, городе.	6
Тема 10 . Средства оргтехники, оснащение помещения офиса .	Оргтехника. Виды и организация оргтехники и требования безопасности труда. Роль технических средств в профессиональной деятельности рекламного агента.	6
Тема 11. Средства копирования и оперативного размножения документов.	Средства копирования и оперативного размножения документов. Виды. Выбор программного обеспечения для создания рекламной продукции.	6
Тема 12. Размещение и сопровождение рекламы в интернете.	Реклама в интернете. Особенности использования информационных технологий в рекламе. Виды. Характеристика. Преимущества.	6
Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачёта		2
Всего:		72

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (ПО ПРОФИЛЮ СПЕЦИАЛЬНОСТИ)

3.1. Требования к организации практики (по профилю специальности)

Производственная практика (по профилю специальности) проводится преподавателями профессионального цикла. Характер проведения – концентрированно.

Для проведения производственной практики (по профилю специальности) в колледже разработана следующая документация:

- положение о практике;
- рабочая программа производственной практики (по профилю специальности);
- план-график консультаций и контроля за выполнением студентами

программы производственной практики (при проведении практики на предприятии);

- договоры с предприятиями по проведению практики;
- приказ о распределении студентов по базам практики.

Адаптация содержания рабочей программы производственной практики индивидуальным особенностям обучающихся:

при определении мест прохождения производственной практики обучающимся, имеющим инвалидность, должны учитываться рекомендации, данные по результатам медико-социальной экспертизы, содержащиеся в индивидуальной программе реабилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда. При необходимости для прохождения практики создаются специальные рабочие места в соответствии с характером нарушений здоровья, а также с учетом специальности, характера труда, выполняемых инвалидом трудовых функций. (в соответствии с ч.8 ст.79 Федерального закона «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012г. №273 – ФЗ).

В основные обязанности руководителя практики от колледжа входят:

- проведение практики в соответствии с содержанием тематического плана и содержания практики;
- установление связи с руководителями практики от организаций;
- разработка и согласование с организациями программы, содержания и планируемых результатов практики;
- осуществление руководства практикой;
- контролирование реализации программы и условий проведения практики организациями, в том числе требований охраны труда, безопасности жизнедеятельности и пожарной безопасности в соответствии с правилами и нормами;
- формирование группы в случае применения групповых форм проведения практики;
- совместно с организациями, участвующими в организации и проведении практики, организация процедуры оценки общих и профессиональных

компетенций студента, освоенных им в ходе прохождения практики;

- разработка и согласование с организациями формы отчетности и оценочного материала прохождения практики.

Студенты при прохождении производственной практики (по профилю специальности) обязаны:

- полностью выполнять задания, предусмотренные программой производственной практики;
- соблюдать действующие в организациях правила внутреннего трудового распорядка;
- изучать и строго соблюдать нормы охраны труда и правила пожарной безопасности.

3.2. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Преподаватели профессионального цикла, осуществляющие руководство производственной практикой студентов, должны иметь квалификацию по профилю специальности, проходить обязательную стажировку в профильных организациях.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (ПО ПРОФИЛЮ СПЕЦИАЛЬНОСТИ)

Контроль и оценка результатов освоения производственной практики (по профилю специальности) осуществляется руководителем практики в процессе самостоятельного выполнения студентами заданий, предусмотренных рабочей программой. В результате освоения производственной практики (по профилю специальности) в рамках профессионального модуля обучающиеся проходят промежуточную аттестацию в форме дифференцированного зачета.

Результаты обучения (приобретение практического опыта, освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
<p>Приобретённый практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> – поиска клиентов, ведения клиентской базы; – консультирования клиентов по ассортименту выпускаемой продукции и оказываемых услуг, основным их характеристикам; – использования офисной оргтехники, информационных и коммуникационных технологий при получении и оформлении заказа; – работы в рекламных акциях в качестве исполнителя; – использования современных информационных и коммуникационных средств для размещения и продвижения рекламы. <p>Освоенные умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> – оформлять договоры на изготовление и размещение рекламы, а также на предоставление других услуг в сфере рекламы; – консультировать потенциальных покупателей и потребителей о товарах, услугах, идеях, раскрывая их преимущества; – стимулировать потребителя к заключению договора и к повторному обращению за услугами; – составлять коммерческое предложение; – проводить презентации товаров и услуг. 	<p>Формы контроля обучения:</p> <p>практические задания по организации наблюдений за деятельностью работников организации, обслуживающих своих клиентов;</p> <p>практические задания по ознакомлению с видами оргтехники, используемыми в организации;</p> <p>практические задания по изучению договорной документации базы практики;</p> <p>практические задания по апробированию способов привлечения клиентов с определенной целью.</p> <p>Формы оценки:</p> <p>традиционная система отметок в пятибалльной системе за каждое выполненное задание, на основе которых выставляется итоговая отметка</p> <p>Методы контроля:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выполнять условия задания на творческом уровне с представлением собственной позиции; – делать осознанный выбор способов

<ul style="list-style-type: none"> – применять различные средства связи с клиентами и заказчиками рекламных услуг; – осуществлять выбор средств рекламы для проведения рекламных мероприятий; – использовать компьютерную технику в рекламной деятельности. <p>Усвоенные знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> – виды рекламных средств, способы их размещения; – средства компьютерной обработки рекламной информации при проведении презентационных мероприятий; – средства информационно-коммуникационного обеспечения; – средства оргтехники и требования безопасности труда; – правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию рекламных услуг; – социально-психологические основы рекламы; – факторы и методы воздействия рекламы на человека; – факторы, влияющие на покупку товаров, оказания услуг. – законодательство о рекламе; – поведение потребителей; – приемы и методы делового общения, ведения переговоров, проведения презентаций. 	<p>действий из ранее известных;</p> <ul style="list-style-type: none"> – осуществлять коррекцию на (исправление) сделанных ошибок на новом уровне предлагаемых заданий; <p>Методы оценки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - формирование результата аттестации на основе суммы результатов текущего контроля.
--	---