

Управление образования и науки Липецкой области

Государственное областное бюджетное  
профессиональное образовательное учреждение  
«Усманский многопрофильный колледж»



Утверждаю

Директор ГПОУ «Усманский  
многопрофильный колледж»

А.В. Небогин

«30» \_\_\_\_\_ 2018г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА  
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ  
(ПО ПРОФИЛЮ СПЕЦИАЛЬНОСТИ)**

ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта

42.02.01 Реклама

2018 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 2014г. № 510, Положения о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы среднего профессионального образования, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 18 апреля 2013г. № 291.

Организация-разработчик:

Государственное областное бюджетное профессиональное образовательное учреждение «Усманский многопрофильный колледж»

Разработчик:

Малева Татьяна Петровна преподаватель социально-гуманитарных дисциплин

**РАССМОТРЕНА И РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ**

на заседании предметно-цикловой комиссии социально-гуманитарных дисциплин

(Протокол № \_\_\_ от \_\_\_\_\_ 2018 г.)

Председатель предметно-цикловой комиссии

\_\_\_\_\_/А.А.Барабанов/

подпись

Ф.И.О.

**РЕЦЕНЗЕНТ:**

(от работодателя)

\_\_\_\_\_

(место работы)

\_\_\_\_\_

(занимаемая должность)

\_\_\_\_\_

(инициалы, фамилия) (подпись)

М.П.

## Содержание

1. Паспорт программы производственной практики (по профилю специальности).....	4
2. Тематический план и содержание производственной практики (по профилю специальности).....	6
3. Условия реализации производственной практики (по профилю специальности).....	8
4. Контроль и оценка результатов освоения производственной практики (по профилю специальности).....	13

# **1. ПАСПОРТ 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 квалификации.

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

ПК 3.1. Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.

ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.

Производственная практика (по профилю специальности) направлена на приобретение практического опыта по виду профессиональной деятельности: маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта.

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

Целью производственной практики (по профилю специальности) является:

- формирование общих ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 6, ОК 7, ОК 8, ОК 9 и профессиональных компетенций ПК 3.1., ПК 3.2.;
- комплексное освоение обучающимися вида профессиональной деятельности: маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта по 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 108 ч.

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

Наименование профессионального модуля, тем	Содержание учебного материала (дидактические единицы)	Объем часов
ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта		108
Тема 1.1 Ознакомление с программой практики.	Изучение правил внутреннего распорядка базы практики. Инструктаж по охране труда и технике безопасности, его оформление. Изучение документации, должностных инструкций.	6
Тема 1.2 Работа с клиентами.	Наблюдение за процессом консультирования клиента в рекламном агентстве. Выявление и анализ потребностей и запросов клиентов (по звонкам и личным обращениям). Анализ ассортиментной политики рекламного агентства (основные и дополнительные услуги). Участие в разработке анкет и опросных листов. Участие в телефонных опросах клиентов.	6
Тема 1.3 Политика продаж.	Составление ассортиментной матрицы. Проведение ABC анализа продаж.	6
Тема 1.4 Анализ маркетинговой и рекламной политики организации.	Приобретение навыков разработки брифа. Участие в разработке плана рекламной кампании. Анализ медиаплана. Заполнение клиентской базы данных. Участие в подготовке и проведении маркетингового исследования. Составление отчета.	6
Тема 1.5 Система маркетинга рекламного агентства.	Изучение особенностей программы и плана маркетинга рекламной фирмы. Составление отчета. Составление схемы «Система маркетинга рекламного агентства».	6
Тема 1.6 Структура службы маркетинга.	Изучение микросреды рекламного агентства. Выявление посредников. Изучение структуры службы маркетинга в рекламном агентстве. Составление схемы.	6
Тема 1.7 Работа структуры сбыта.	Разработка мероприятий по стимулированию сбыта.	6
Тема 1.8 Маркетинговые коммуникации.	Выявление основных элементов системы маркетинговых коммуникаций, используемых рекламным агентством. Разработка таблицы «Система	6

	маркетинговых коммуникаций»	
Тема 1.9 Корпоративные стандарты.	Участие в разработке корпоративных стандартов обслуживания.	6
Тема 1.10 Ознакомление с нормативными документами организации.	Учредительные документы предприятия. Документооборот предприятия, обеспечивающий рекламную деятельность: договор с заказчиком, лист согласования, сопровождающие документы.	6
Тема 1.11 Регулирование трудовых отношений.	Изучение регулирования трудовых отношений на предприятии, прав и обязанностей работников, знакомство с основными видами документов для приема на работу. Изучение правового регулирования хозяйственных отношений на предприятии. Участие в работе по правовому регулированию трудовых отношений.	10
Тема 1.12 Авторское право и смежные права.	Заключение договоров оказания рекламных услуг. Подготовка документации для регистрации авторских прав. Знакомство с правовой деятельностью на предприятии.	10
Тема 1.13 Анализ норм правового регулирования рекламной деятельности.	Анализ соблюдения норм рекламного законодательства на предприятии. Анализ соблюдения норм рекламного законодательства на предприятии. Составление кодекса рекламной практики.	12
Тема 1.14 Работа с договорами.	Изучение правовой документации. Оформление договора на оказание рекламных услуг. Оформление договора купли-продажи. Оформление договора на размещение рекламы.	12
Дифференцированный зачет. Защита отчета.		4
Итого		108

### **3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (ПО ПРОФИЛЮ СПЕЦИАЛЬНОСТИ)**

#### **3.1. Требования к организации практики**

Производственная практика (по профилю специальности) проводится преподавателями профессионального цикла 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 учебной практики индивидуальным особенностям обучающихся:**

при определении мест прохождения учебной 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 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 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.

### **3.3 Рекомендуемое учебно-методическое и информационное обеспечение обучения**

#### **Нормативные правовые акты:**

1. Международный кодекс рекламной практики: [Электронный ресурс]  
URL: <http://konspekts.ru/marketing/mezhdunarodnyj-kodeksreklamnoj-praktiki>
2. Конституция РФ (принята всенародным голосованием 12.12.1993) // <http://www.consultant.ru>
3. Кодекс об административных правонарушениях от 30.12.2001 № 195-ФЗ // <http://www.consultant.ru>
4. Уголовный кодекс РФ от 13.06.1996 № 63-ФЗ // <http://www.consultant.ru>
5. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть первая от 30.11.1994 №51 -ФЗ // <http://www.consultant.ru>
6. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть вторая от 26.01.1996 №14-ФЗ // <http://www.consultant.ru>
7. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18.12.2006 № 230-ФЗ // <http://www.consultant.ru>
8. Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 «О защите прав потребителей» // <http://www.consultant.ru>
9. Федеральный закон «О защите конкуренции» от 26.07.2006 N 135-ФЗ // <http://www.consultant.ru>
10. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38 «О рекламе» // <http://www.consultant.ru>

11. Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 «О средствах массовой информации»// <http://www.consultant.ru>
12. Письмо Федеральной антимонопольной службы от 27 декабря 2017 г. № АК/92163/17 «О разграничении понятий вывеска и реклама»// <http://www.consultant.ru>
13. ГОСТ Р 52044-2003 «Наружная реклама на автомобильных дорогах и территориях городских и сельских поселений. Общие технические требования к средствам наружной рекламы. Правила размещения»// <http://www.consultant.ru>

### **Основная литература:**

1. Щепилова, Г. Г. Маркетинговое и правовое обеспечение рекламной деятельности : учебник для СПО / Г. Г. Щепилова, К. В. Щепилов. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 381 с.
2. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для СПО / Е. Е. Кузьмина. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 383 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-01582-9. — Режим доступа : [www.biblio-online.ru/book/8A23049A-F2D5-41EF-A002-54F10F4A564B](http://www.biblio-online.ru/book/8A23049A-F2D5-41EF-A002-54F10F4A564B)
3. Основы маркетинга : учебник и практикум для СПО / Н. М. Кондратенко [и др.] ; под общ.ред. Н. М. Кондратенко. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 409 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-00100-6. — Режим доступа : [www.biblioonline.ru/book/98291F40-24EB-4956-82EB-46FE21772EA0](http://www.biblioonline.ru/book/98291F40-24EB-4956-82EB-46FE21772EA0)
4. Основы рекламы: учебник и практикум для СПО / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — М.: Издательство Юрайт, 2016. — 552 с. — (Серия: Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03716-6 // <https://biblio-online.ru/book/BE32DC43-A352-43FF-834B-973D452A4D33/osnovy-reklamy>
5. Правовое обеспечение профессиональной деятельности: учебник и практикум для СПО / А. П. Анисимов, А. Я. Рыженков, А. Ю. Чикильдина ;

под ред. А. Я. Рыженкова. — 4-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2016. — 317 с. — (Серия: Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-07095-8 // <https://biblio-online.ru/book/2E59773B-7363-4288-AA3E-8CD4317D4856/pravovoe-obespechenie-professionalnoy-deyatelnosti>

#### **Дополнительная учебная литература:**

1. Васильева Е.А. Как сделать рекламу эффективной? 25 беспроигрышных идей (2-е издание) [Электронный ресурс]: практическое пособие/ Васильева Е.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2016.— 156 с.— Режим доступа:  
<http://www.iprbookshop.ru/57147>.— ЭБС «IPRbooks»
2. Тюрин, Д. В. Маркетинговые исследования : учебник для СПО / Д. В. Тюрин. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 342 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03924-5. — Режим доступа :[www.biblio-online.ru/book/72D43475-24A3-448A-B7DA-20DF5B8910E5](http://www.biblio-online.ru/book/72D43475-24A3-448A-B7DA-20DF5B8910E5)
3. Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для СПО / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 552 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03716-6. — Режим доступа :[www.biblio-online.ru/book/BE32DC43-A352-43FF-834B-973D452A4D33](http://www.biblio-online.ru/book/BE32DC43-A352-43FF-834B-973D452A4D33)
4. Кевин Дробо Секреты сильного бренда [Электронный ресурс]: как добиться коммерческой уникальности/ Кевин Дробо— Электрон. текстовые данные.— М.: Альпина Паблишер, 2016.— 292 с.— Режим доступа:  
<http://www.iprbookshop.ru/41385>.— ЭБС «IPRbooks»
5. Черченко Н.В. Основы маркетинга [Электронный ресурс]: ответы на экзаменационные вопросы ое образование). — ISBN 978-5-9916-9020-1..  
<https://www.biblio-online.ru/> -
6. Рекламное дело: учебник и практикум для СПО / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2016. — 431 с. — (Серия:

Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-04657-1 //

[https://biblioonline.ru/book/558C825F-4352-4F07-9AA1 -](https://biblioonline.ru/book/558C825F-4352-4F07-9AA1-7A6C4CAF2DE7/reklamnoe-delo)

[7A6C4CAF2DE7/reklamnoe-delo](https://biblioonline.ru/book/558C825F-4352-4F07-9AA1-7A6C4CAF2DE7/reklamnoe-delo)

7. Правовое обеспечение профессиональной деятельности : учебник и практикум для СПО / А. П. Альбов [и др.] ; под общ. ред. А. П. Альбова, С. В. Николукина. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 549 с. — (Серия :

Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03717-3 //

[https://biblioonline.ru/book/D432A7FE-4ED5-42E6-9DFB-](https://biblioonline.ru/book/D432A7FE-4ED5-42E6-9DFB-B40BC654C8DD/pravovoeobespechenie-professionalnoy-deyatelnosti)

[B40BC654C8DD/pravovoeobespechenie-professionalnoy-deyatelnosti](https://biblioonline.ru/book/D432A7FE-4ED5-42E6-9DFB-B40BC654C8DD/pravovoeobespechenie-professionalnoy-deyatelnosti)

### **Периодические издания**

1. <http://www.marketingandresearch.ru/>-журнал

2. Журнал «Маркетинг в России и за рубежом»

3. Журнал «Практический маркетинг»<http://www.bci-marketing.aha.ru/>

### **Программное обеспечение и Интернет-ресурсы**

1.Электронный ресурс «Экономический портал» Форма доступа:

[www.economicus.ru](http://www.economicus.ru)

2.Гильдия маркетологов // <http://marketologi.ru>.

3.Энциклопедия маркетинга // <http://marketing.spb.ru>

4.Текстовый редактор MicrosoftofficeWord, версии 2003, 2007;2010

5. Редактор презентаций Microsoft office Power Point;

6. Электронно-библиотечная система ««IPR books»».

7. [www.garant.ru](http://www.garant.ru) - Система «Гарант», правовые базы российского законодательства.

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

Контроль и оценка результатов освоения производственной практики (по профилю специальности) осуществляется преподавателем в процессе приёма отчетов, а также сдачи обучающимися дифференцированного зачета.

Результаты обучения (приобретение практического опыта, освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
<p><b>Приобретённый практический опыт:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- выявления требований целевых групп потребителей;</li> <li>- разработки средств продвижения рекламного продукта;</li> <li>- разработки маркетинговой части бизнес-плана;</li> </ul> <p><b>Освоенные умения:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей;</li> <li>- анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп;</li> <li>- проводить сегментирование рынка;</li> <li>- принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта;</li> </ul> <p><b>Усвоенные знания:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- задачи, цели и общие требования к рекламе;</li> <li>- основные направления рекламной деятельности;</li> <li>- виды рекламной деятельности;</li> <li>- структуру рекламного рынка.</li> </ul>	<p><b>Формы контроля обучения:</b></p> <p>Экспертная оценка результата деятельности обучающихся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- осуществление операции по оформлению, связанных с процессом правового регулирования рекламной деятельности .</li> <li>- проведение системы отчетности.</li> </ul> <p><b>Формы оценки результативности обучения:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- традиционная система отметок в баллах за каждую выполненную работу, на основе которых выставляется итоговая отметка. В итоговой оценке за практику учитывается:</li> <li>- уровень теоретического осмысления студентами практической деятельности (цель, задачи, содержание);</li> <li>- степень сформированности профессиональных умений;</li> <li>- уровень профессиональной направленности будущего специалиста, его социальной активности (интерес к избранной специальности, активность, ответственное отношение к работе и т.д.).</li> </ul> <p><u>«Отлично»</u> ставится студенту, который выполнил в срок и на высоком уровне с проявлением самостоятельности, творчества, инициативы весь намеченный объем работы, требуемый программой практики.</p> <p><u>«Хорошо»</u> ставится студенту, который полностью выполнил программу практики, не допуская ошибки в основных видах профессиональной деятельности.</p> <p><u>«Удовлетворительно»</u> ставится студенту, который выполнил программу практики, не</p>

	<p>допуская ошибки в основных видах профессиональной деятельности.</p> <p><u>«Неудовлетворительно»</u> ставится студенту, который не выполнил программу и проявил безответственное отношение к практике. В случае невыполнения программы, нарушения трудовой дисциплины, студент может быть отстранен от практики.</p> <p><b>Методы контроля</b> направлены на проверку умения студентов:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– выполнять условия задания на уровне с представлением собственной позиции;</li> <li>– делать осознанный выбор способов действий из ранее известных;</li> <li>– осуществлять коррекцию (исправление) сделанных ошибок на новом уровне предлагаемых заданий;</li> <li>– работать в группе и представлять как свою, так и позицию группы.</li> </ul> <p><b>Методы оценки результатов обучения:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– мониторинг роста самостоятельности и навыков получения нового знания каждым обучающимся;</li> <li>– формирование результата промежуточной аттестации на основе суммы результатов текущего контроля.</li> </ul>
--	---