

Управление образования и науки Липецкой области

Государственное областное бюджетное
профессиональное образовательное учреждение
«Усманский многопрофильный колледж»



Утверждаю
Директор ГОБПОУ «Усманский
многопрофильный колледж»
С.Г. Петухов

СГ

«*10*» *июня* 2019 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного
продукта

42.02.01 Реклама

2019 год

Рабочая программа учебной практики 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, 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 _____ 2019 г.)

Председатель предметно-цикловой комиссии

_____/А.А.Барабанов/
подпись Ф.И.О.

РЕЦЕНЗЕНТ:

(от работодателя)

(место работы)

(занимаемая должность)

(инициалы, фамилия) (подпись)

печать

Содержание:

1. Паспорт рабочей программы учебной практики.....	4
2. Результаты освоения рабочей программы учебной практики.....	7
3. Тематический план и содержание учебной практики.....	8
4. Условия реализации рабочей программы учебной практики.....	12
5. Контроль и оценка результатов освоения программы учебной практики...	13

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

1.1. Область применения программы:

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

Учебная практика 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-коммуникативные 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.

- ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.
- ОК 11. Владеть экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.
- ПК 4.1 Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.
- ПК 4.2. Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.
- ПК 4.3. Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.

и приобретение практического опыта по виду профессиональной деятельности: организация и управление процессом изготовления рекламного продукта.

1.2. Цели и задачи учебной практики:

формирование у обучающихся первоначальных практических профессиональных умений в рамках модуля ППССЗ по основному виду профессиональной деятельности для освоения специальности, обучение приемам, операциям и способам выполнения процессов, характерных для соответствующей специальности и необходимых для последующего освоения ими общих и профессиональных компетенций.

В ходе освоения программы учебной практики студент должен:

иметь практический опыт:

- планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта;
- контролирования соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя;
- взаимодействия с субъектами рекламной деятельности;

- подготовки документации для регистрации авторских прав;

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:

- выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы;
- 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;

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. 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).

1.4. Количество часов на освоение рабочей программы учебной практики:

В рамках освоения ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта – 108 часов.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Результатом освоения рабочей программы учебной практики является сформированность у студентов первоначальных практических профессиональных умений в рамках модуля ППСЗ по основному виду профессиональной деятельности (ВПД) - организация и управление процессом изготовления рекламного продукта, необходимых для последующего освоения ими профессиональных (ПК 4.1., ПК 4.2., ПК 4.3.) и общих (ОК 1., ОК 2., ОК 3., ОК 4., ОК 5., ОК 6., ОК 7., ОК 8., ОК 9., ОК 10., ОК 11..) компетенций по избранной специальности.

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

3.1. Тематический план учебной практики

Код ПК	Код и наименования профессиональных модулей	Количество часов по ПМ	Виды работ	Наименования тем учебной практики	Количество часов по темам
1	2	3	4	5	6
ПК 4.1-4.3	ПМ 04. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта	108	Составление структуры работы предприятия.	Тема 1. Ознакомление с предприятием.	12
			Работка стратегического плана предприятия.	Тема 2. Планирование в менеджменте.	4
				Тема 3. Мотивация в системе управления.	4
			Определение мотивации в работе предприятия.	Тема 4. Система управления предприятием.	12
				Тема 5. Деловое общение.	6
			Составление системы методов управления предприятием.	Тема 6. Система принятия решений на предприятии.	6
				Тема 7. Контроль на предприятии.	6
			Анализ коммуникативности в работе предприятия.	Тема 8. Руководство на предприятии.	12
				Тема 9. Основные принципы работы организации.	4
			Составление алгоритма системы принятия решений в процессе жизнедеятельности предприятия.	Тема 10. Экономические основы рекламной деятельности.	16
				Тема 11. Экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации.	4
			Составление схемы форм и видов контроля на предприятии.	Тема 12. Материально-техническая база рекламной организации.	20
Выстраивание структуры управления предприятием.					
Определение принципов работы организации в условиях рыночной экономики.					
Анализ роли цены, издержек, конкуренции в					

			рыночной экономике. Анализ показателей деятельности рекламной организации. Составление реестра материально-технической базы рекламной организации.		
			Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета		2
		Всего часов			108

3.2. Содержание учебной практики

Код и наименование профессиональных модулей и тем учебной практики	Содержание учебных занятий	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
ПМ 04. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта. Виды работ: Составление структуры работы предприятия. Работка стратегического плана предприятия. Определение мотивации в работе предприятия. Составление системы методов управления предприятием. Анализ коммуникативности в работе предприятия. Составление алгоритма системы принятия решений в процессе жизнедеятельности предприятия. Составление схемы форм и видов контроля на предприятии. Выстраивание структуры управления предприятием. Определение принципов работы организации в условиях рыночной экономики. Анализ роли цены, издержек, конкуренции в рыночной экономике.		108	

Анализ показателей деятельности рекламной организации. Составление реестра материально-технической базы рекламной организации.			
Тема 1. Ознакомление с предприятием.	Содержание: Знакомство с организацией работы предприятия, с процессом управления предприятием.	12	2
Тема 2. Планирование в менеджменте.	Содержание: Работа со стратегическими и тактическими планами в системе менеджмента.	4	2
Тема 3. Мотивация в системе управления.	Содержание: Определение значения мотивации, потребности и делегирования в работе предприятия.	4	2
Тема 4. Система управления предприятием.	Содержание: 1.Изучение системы методов управления. 2. Роль коммуникативности в работе предприятия.	12	2
Тема 5. Деловое общение.	Содержание: Знакомство с принципами, методами, способами и видами делового общения.	6	2
Тема 6. Система принятия решений на предприятии.	Содержание: Изучение системы принятия решений в процессе жизнедеятельности предприятия.	6	2
Тема 7. Контроль на предприятии.	Содержание: Знакомство с формами, методами, классификацией контроля и его видами.	6	2
Тема 8. Руководство на предприятии.	Содержание: 1.Работа с методами управления конфликтами и стрессами. 2.Анализ системы руководства на предприятии: власть или партнёрство.	12	2
Тема 9. Основные принципы работы организации.	Содержание: Знакомство с основными принципами работы организации в условиях рыночной экономики.	4	2
Тема 10. Экономические основы рекламной деятельности.	Содержание: 1.Изучение значения конкуренции в рыночной экономике. 2. Систематизация издержек производства. 3. Работа с ценовой политикой рекламной организации.	16	2
Тема 11. Экономический механизм и экономические показатели деятельности	Содержание: Знакомство с экономическим механизмом и экономическими показателями деятельности	4	2

рекламной организации.	рекламной организации: себестоимость, цена, прибыль и рентабельность.		
Тема 12. Материально-техническая база рекламной организации.	Содержание:	20	2
	1. Составление реестра материально-технической базы рекламной организации.		
	2. Анализ путей эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов.		
	3. Изучение организации системы оплаты труда в рекламной организации.		
	4. Формирование хозяйственной стратегии рекламной организации.		
Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета		2	

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация рабочей программы учебной практики предполагает наличие учебного кабинета по данной специальности.

Оснащение:

1.Оборудование:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- учебно-методический комплекс;
- наглядные пособия.

2. Инструменты, приспособления и средства обучения:

- калькуляторы;
- компьютеры;
- программное обеспечение общего и профессионального назначения, справочно - правовые системы «Гарант», «КонсультантПлюс».

4.2. Общие требования к организации образовательного процесса

Учебная практика проводится преподавателями профессионального цикла.

Характер проведения учебной практики: концентрированно.

4.3. Кадровое обеспечение образовательного процесса

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

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Контроль и оценка результатов освоения учебной практики осуществляется руководителем практики в процессе проведения учебных занятий, самостоятельного выполнения студентами заданий, практических проверочных работ. В результате освоения учебной практики 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"> - планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта; - контролирования соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя; - взаимодействия с субъектами рекламной деятельности; - подготовки документации для регистрации авторских прав; <p>должен уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта; - работать с рекламой в средствах массовой информации; - проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком; - проводить презентацию рекламного продукта; - подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав; <p>должен знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации; - основные принципы работы организаций в условиях рыночной экономики; - пути эффективного использования 	<p>Формы контроля обучения:</p> <ul style="list-style-type: none"> – практические задания по работе с информацией, документами, литературой; – подготовка и защита индивидуальных и групповых заданий проектного характера. <p>Формы оценки результативности обучения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - традиционная система отметок в баллах за каждую выполненную работу, на основе которых выставляется итоговая отметка. В итоговой оценке за практику учитывается: - уровень теоретического осмысления студентами практической деятельности (цель, задачи, содержание); - степень сформированности профессиональных умений; - уровень профессиональной направленности будущего специалиста, его социальной активности (интерес к избранной специальности, активность, ответственное отношение к работе и т.д.). <p>«Отлично» ставится студенту, который выполнил в срок и на высоком уровне с проявлением самостоятельности, творчества, инициативы весь намеченный объем работы, требуемый программой практики.</p>

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.

«Хорошо» ставится студенту, который полностью выполнил программу практики, не допуская ошибки в основных видах профессиональной деятельности.

«Удовлетворительно» ставится студенту, который выполнил программу практики, не допуская ошибки в основных видах профессиональной деятельности.

«Неудовлетворительно» 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.

Методы контроля направлены на проверку умения студентов:

- выполнять условия задания на творческом уровне с представлением собственной позиции;
- делать осознанный выбор способов действий из ранее известных;
- осуществлять коррекцию (исправление) сделанных ошибок на новом уровне предлагаемых заданий;
- работать в группе и представлять как свою, так и позицию группы.

Методы оценки результатов обучения:

- мониторинг роста самостоятельности и навыков получения нового знания каждым обучающимся;
- формирование результата промежуточной аттестации на основе суммы результатов текущего контроля.