

Управление образования и науки Липецкой области

Государственное областное бюджетное
профессиональное образовательное учреждение
"Усманский многопрофильный колледж"

УТВЕРЖДАЮ
Директор ГОБПОУ
«Усманский многопрофильный колледж»
Петухов С.Г.
«08» июня 2019г.



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ**

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

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 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 рабочей программы учебной практики.....	4
2. Результаты освоения рабочей программы учебной практики.....	8
3. Тематический план и содержание учебной практики.....	8
4. Условия реализации рабочей программы учебной практики.....	10
5. Контроль и оценка результатов освоения программы учебной практики.....	11

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-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.

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 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*:

- 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.

уметь:

- 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.
- применять различные средства связи с клиентами и заказчиками рекламных услуг;
- осуществлять выбор средств рекламы для проведения рекламных мероприятий;
- использовать компьютерную технику в рекламной деятельности.

знать:

- 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.

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. 05 – 36 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 ППССЗ по основному виду профессиональной деятельности (ВПД): выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих (Профессия 20032 "Агент рекламный") необходимых для последующего освоения ими профессиональных (ПК 5.1 – ПК 5.5) и общих (ОК 1 – ОК 11) компетенций по избранной специальности.

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

3.1. Тематический план учебной практики

Код ПК	Код и наименование профессиональных модулей	Количество часов по ПМ	Виды работ	Наименования тем учебной практики	Количество часов по темам
1	2	3	4	5	6
ПК 5.1 ПК 5.2 ПК 5.3 ПК 5.4 ПК 5.5	ПМ.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих (Профессия 20032 "Агент рекламный")	36	1. Осуществление поиска клиентов, ведение клиентской базы. 2. Консультирование клиента, с целью предоставления информации о предлагаемом товаре, услуге. 3. Заключение договоров. 4. Ведение отчетности.	Тема 1.1. Основные этапы поиска клиента	8
				Тема 1.2. Взаимодействие рекламного агентства и рекламодателя	4
				Тема 1.3. Основные этапы в процессе привлечения клиента	10
				Тема 1.4. Презентация рекламного предложения	8
				Тема 1.5. Работа в рекламных акциях в качестве исполнителя	4
				Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета.	2
				Всего часов	36

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.05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих (Профессия 20032 "Агент рекламный")		36	
Виды работ:			
1. Осуществление поиска клиентов, ведение клиентской базы. 2. Консультирование клиента, с целью предоставления информации о предлагаемом товаре, услуге. 3. Заключение договоров. 4. Ведение отчетности.			
Тема 1.1 Основные этапы поиска клиента.	<i>Содержание:</i>		
	1. Выявление наиболее продаваемых позиций (виды товаров, опрос заказчиков и анализ результатов опроса). Разработка закрытых и открытых вопросов для изучения потребностей клиента.	8	2
	2. Изучение потребностей и возможностей клиента (база данных клиентов, их деятельность, возможности).		
3. Изучение способов и полезных советов поиска клиентов.			
Тема 1.2 Взаимодействие рекламного агентства и рекламодателя.	<i>Содержание:</i>		
	1. Рекламные услуги. Виды рекламных услуг. 2. Оформление договорной и финансовой документации при работе с клиентом. Правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг.	4	2
Тема 1.3 Основные этапы в процессе привлечения клиента.	<i>Содержание:</i>	10	
	1. Установление контакта с заказчиком (клиентом).		2

	2. Способы поиска и привлечения клиентов.		
	3. Переговорный процесс с заказчиками (клиентами).		
Тема 1.4 Презентация рекламного предложения.	<i>Содержание:</i>	8	
	1. Основные элементы презентации товаров и услуг.		2
	2. Составление плана презентации товаров или услуг.		
3. Подготовка и проведение презентации товаров, услуг.			
Тема 1.5. Работа в рекламных акциях в качестве исполнителя.	<i>Содержание:</i>	4	
	1. Анализ конкретных ситуаций участия в рекламных акциях.		2
	2. Разработка мероприятий по стимулированию сбыта.		
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 рекламных агентств и подразделений, предприятий, организаций торговой и обслуживающей сфер, выполняющих функции рекламного, маркетингового, ПР-отдела, а также типографии.

Оснащение:

1.Оборудование: мультимедийный компьютер для воспроизведения звука и видео, мультимедийный проектор, принтер.

2. Инструменты и приспособления: художественные принадлежности и материалы, бумага, оракал, клей, ножницы, канцелярский нож и т.п.

3. Средства обучения:

Оборудование и технологическое оснащение рабочих мест:

- рабочие станции;

- лицензионное программное обеспечения;
- источники бесперебойного питания;
- мобильные устройства для хранения информации;
- локальная сеть;
- подключение к глобальной сети Интернет;
- оборудование электропитания.

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.

<p>Результаты обучения (приобретение практического опыта, усвоенные умения, усвоенные знания)</p>	<p>Формы и методы контроля и оценки результатов обучения</p>
<p><i>Приобретённый практический опыт:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – поиска клиентов, ведения клиентской базы; – консультирования клиентов по ассортименту выпускаемой продукции и оказываемых услуг, основным их характеристикам; 	<p><i>Формы контроля обучения:</i> практические задания по работе с информацией, документами, литературой, предусмотренные программой в ходе практики.</p> <p><i>Формы оценки:</i></p>

<ul style="list-style-type: none"> – 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. – 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. 	<p>традиционная система отметок в пяти-балльной системе за каждую выполненную работу, 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 действий из ранее известных; – осуществлять коррекцию на примере сделанных ошибок на новом уровне предлагаемых заданий. <p>Методы оценки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - формирование результата промежуточной аттестации на основе суммы результатов текущего контроля.
---	--

<ul style="list-style-type: none">– законодательство о рекламе;– поведение потребителей;– приемы и методы делового общения, ведения переговоров, проведения презентаций.	
--	--