

Приложение к ОПОП
по специальности 42.02.01 Реклама

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ПП 04.01
ПО ПМ 04 ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССОМ
ИЗГОТОВЛЕНИЯ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА**

Санкт – Петербург
2022г.

Рабочая программа производственной (по профилю специальности) практики разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования (далее – СПО) и рабочей программы профессионального модуля ПМ 04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта.

Разработчик:

Калинина В.Л., преподаватель СПБ ГБПОУ «Петровский колледж»

СОДЕРЖАНИЕ

	Стр.
Пояснительная записка	4
1. Паспорт программы практики	5
2. Структура и содержание программы практики	6
2.1. Объем производственной (по профилю специальности) практики по ПМ04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта	6
2.2. Содержание производственной (по профилю специальности) практики по профессиональному модулю ПМ04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта	6
2.2.1. Содержание обучения по производственной (по профилю специальности практике	8
2.2.2. Контроль и оценка результатов освоения общих и профессиональных компетенций при прохождении производственной (по профилю специальности) практики	10
2.3. Контроль и оценка результатов освоения общих и профессиональных компетенций при прохождении производственной практики	12
3. Условия реализации производственной (по профилю специальности) практики	15

Пояснительная записка

Производственная (по профилю специальности) практика является обязательным разделом программы подготовки специалиста среднего звена (ППССЗ), обеспечивающим реализацию Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (ФГОС СПО). Практика представляет собой вид учебных занятий, обеспечивающих практико-ориентированную подготовку обучающихся.

Целью практики является формирование профессиональных и общих компетенций по специальности.

Общий объем времени на проведение практики определяется ФГОС СПО, сроки проведения устанавливаются образовательной организацией в соответствии с ППССЗ образовательной организации.

Производственная (по профилю специальности) практика проводится образовательной организацией в рамках профессионального модуля ПМ04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта и может реализовываться как концентрированно, в несколько периодов, так и рассредоточено, чередуясь с теоретическими занятиями в рамках профессиональных модулей.

Производственная (по профилю специальности) практика направлена на освоение обучающимися общих и профессиональных компетенций и, как правило, проводится в профильных организациях, направление деятельности которых соответствует профилю подготовки обучающихся.

Форма отчетности обучающихся по производственной (по профилю специальности) практике – отчет, включающий задание на практику, дневник, характеристику и аттестационный лист, а также результаты работы, выполненной в период практики (презентации, экспонаты, макеты, программные продукты и др. изделия).

Программа производственной (по профилю специальности) практики разработана образовательной организацией на основе:

–Федерального государственного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама (Зарегистрировано в Минюсте России Зарегистрировано в Минюсте России 26 июня 2014 г. N 32859);

–*Положения* об организации учебной и производственной практики обучающихся СПб ГБПОУ «Петровский колледж»;

–Рабочей программы профессионального модуля по ПМ 04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта ППССЗ специальности 42.02.01 Реклама.

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ

1.1. Область применения программы

Программа производственной (по профилю специальности) практики (далее программа практики) – является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности: 42.02.01 Реклама в части освоения видов деятельности (ВД): Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

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.

Рабочая программа производственной (по профилю специальности) практики может быть использована в программах дополнительного профессионального образования: в программах повышения квалификации работников сферы проведения работ по разработке и производству рекламного продукта и в программах переподготовки на базе среднего (полного) образования или профессионального образования. Опыт работы не требуется.

1.2. Количество часов, отводимое на практику:
всего – 72 часа, в том числе:
производственной (по профилю специальности) практики – 72 часа.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ

2.1. Объем практики по ПМ 04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта

Вид практики	Количество часов	Форма проведения
Производственная (по профилю специальности) практика	72	Концентрированная
<i>Вид промежуточной аттестации: дифференцированный зачет</i>		
Итого	72	

2.2. Содержание производственной (по профилю специальности) практики по профессиональному модулю ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта

Цели и задачи производственной (по профилю специальности) практики.

С целью овладения указанным видом деятельности и следующими профессиональными и общими компетенциями:

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

Обучающийся 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;
- 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

Специалист по рекламе (базовой подготовки) должен обладать общими компетенциями, включающими в себя способность:

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.

2.2.1. Содержание обучения по производственной (по профилю специальности) практике

Коды ПК	Наименование разделов ПМ	Виды работ	Содержание заданий по виду работы	Кол-во часов
ПК 4.1. ПК 4.2. ПК 4.3	Раздел 1. Менеджмент	Знакомство с базовым предприятием и основными направлениями его деятельности	Анализ организация рекламной деятельности предприятия. Структурная характеристика предприятия: <ul style="list-style-type: none"> – Краткая история предприятия. – Техническая оснащенность. – Организационная структура управления (схема) предприятием. Отделы, их задачи и основные функции. – Режим работы предприятия. – Правила внутреннего распорядка, техника безопасности и противопожарная защита на предприятии. – Определить и охарактеризовать тип рекламного агентства: агентство с полным спектром услуг, специализированная структура клиентского агентства, PR-агентства. – Правила охраны труда. – Правила безопасной эксплуатации оборудования. 	6
		Составление индивидуального плана работы как менеджера, специалиста по рекламе	Анализ организации рекламной деятельности на предприятии: <ul style="list-style-type: none"> – Знакомство с организацией деятельности отдела рекламы и маркетинга на предприятии, структурой и должностными обязанностями сотрудников. – Изучение рганизации взаимоотношений участников рекламного процесса. Составить индивидуальный план работы менеджера, специалиста по рекламе	6
	Раздел 2. Экономические основы рекламной деятельности	Заполнение технического и креативного брифа на изготовление рекламного продукта на фирменном бланке предприятия	Анализ организации и управления процессом изготовления рекламного продукта: <ul style="list-style-type: none"> – при составлении брифа отразить обязательно 3 основных базы: продукт, рынок и целевую группу, то есть: – на кого начинаем оказывать воздействие; – как воздействовать; – когда начинать; 	18

			<ul style="list-style-type: none"> – сколько это стоит (макет см. в приложении) – Представить в Приложении к отчету 	
		Проведение мониторинга ценообразования на основные рекламные услуги предприятия.	<p>Анализ ценообразования средств массовой коммуникации:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Провести мониторинг ценообразования на основные рекламные услуги предприятия. – Сделать вывод о принципах ценообразования по сравнению с конкурентами. (Прайсы рекламного предприятия и основных конкурентов (не менее 3), подтверждающие политику ценообразования представить в Приложении к отчету. – Проанализировать факторы, влияющие на формирование бюджета PR – кампаний. 	18
		Анализ состава организационно-правовых документов.	<p>Анализ документационного обеспечения управления:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Проанализировать состав организационно-правовых документов, отметить особенности составления и оформления документов. Копию должностной инструкции представить в Приложении к отчету. – Проанализировать организацию контроля исполнения документов (ответственный, сроки, отчетность). Копию отчета об исполнении документов представить в Приложении к отчету. 	20
			Отчетная работа	4
			Всего	72
			Итоговая форма контроля дифференцированный зачет	

2.2.2. Контроль и оценка результатов освоения общих и профессиональных компетенций при прохождении производственной (по профилю специальности) практики

Результаты (формируемые профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы отчетности	Формы и методы контроля и оценки
--	---------------------------------------	---------------------	----------------------------------

ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей	<ul style="list-style-type: none"> - корректность анализа организации рекламной деятельности предприятия - корректность определения структуры предприятия. - правильность составления индивидуального плана работы специалиста по рекламе 	Отчет по практике	Оценка результатов выполнения заданий в рамках производственной практики.
ПК 4.2. Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее	<ul style="list-style-type: none"> - своевременность и четкость заполнения по заданным критериям технического и креативного брифа на изготовление рекламного продукта -эффективность использования информационно-коммуникационных технологий, своевременное их применение в зависимости от поставленных задач -корректность определения ценообразования на основные рекламные услуги предприятия -актуальность и точность подбора факторов, влияющие на формирование бюджета PR – кампаний 	Отчет по практике	Оценка результатов выполнения заданий в рамках производственной практики.
ПК 4.3. Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.	- корректность и укомплектованность пакета организационно-правовых документов для регистрации авторского права.	Отчет по практике	Оценка результатов выполнения заданий в рамках производственной практики.
ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей	<ul style="list-style-type: none"> - корректность анализа организации рекламной деятельности предприятия - корректность определения структуры предприятия. - правильность составления индивидуального плана работы специалиста по рекламе 	Отчет по практике	Оценка результатов выполнения заданий в рамках производственной практики.
ПК 4.2. Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее	<ul style="list-style-type: none"> - своевременность и четкость заполнения по заданным критериям технического и креативного брифа на изготовление рекламного продукта -эффективность использования информационно-коммуникационных 	Отчет по практике	Оценка результатов выполнения заданий в рамках производственной практики.

	технологий, своевременное их применение в зависимости от поставленных задач -корректность определения ценообразования на основные рекламные услуги предприятия -актуальность и точность подбора факторов, влияющие на формирование бюджета PR – кампаний		
ПК 4.3. Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.	- корректность и укомплектованность пакета организационно-правовых документов для регистрации авторского права.	Отчет по практике	Оценка результатов выполнения заданий в рамках производственной практики.

2.2.3. Контроль и оценка результатов освоения общих компетенций профессионального модуля ПМ 04. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта при прохождении производственной практики.

Результаты (формируемые общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	Эффективное и качественное выполненное самостоятельной работы	Оценка результатов выполнения заданий в рамках производственной практики.
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Результативная организация собственной деятельности для выполнения профессиональных задач (планирование, рациональное распределение времени на всех этапах выполнения профессиональных задач своевременное выполнение заданий, своевременная проверка и самопроверка выполненной работы)	Оценка результатов выполнения заданий в рамках производственной практики.
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Обоснование принятия решения в стандартных и нестандартных ситуациях	Оценка результатов выполнения заданий в рамках производственной практики.

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимый для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личного развития.	Эффективное решение стандартных и нестандартных ситуаций в соответствии с поставленной профессиональной задачей	Оценка результатов выполнения заданий в рамках производственной практики.
ОК5.Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	Рациональное использование нескольких источников информации (включая электронные) для решения профессиональных задач и личностного развития	Оценка результатов выполнения заданий в рамках производственной практики.
ОК 6. Работать в коллективе, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	Своевременное принятие решений профессиональных задач на основе самостоятельно найденной информации с использованием ИКТ	Оценка результатов выполнения заданий в рамках производственной практики.
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий.	Освоение ИКТ, необходимых для профессиональной деятельности	Оценка результатов выполнения заданий в рамках производственной практики.
ОК8.Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	Ясное и аргументированное изложение собственного мнения	Оценка результатов выполнения заданий в рамках производственной практики.
ОК9.Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	Эффективное, бесконфликтное взаимодействие с коллегами, руководством, потребителями	Оценка результатов выполнения заданий в рамках производственной практики.
ОК 10 Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности	Востребованность на рынке труда рекламной индустрии	Оценка результатов выполнения заданий в рамках производственной практики.
ОК 11 Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке	Высокий уровень вербального общения, эрудиция, открытость инновациям	Оценка результатов выполнения заданий в рамках производственной практики.

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ И ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (по профилю специальности) ПРАКТИКИ

3.1.

Реализация программы в части производственной (по профилю специальности) *практики* предполагает наличие у образовательной организации договоров с профильными организациями в соответствии с профилем специальности.

3.2. Информационное обеспечение организации и проведения производственной (по профилю специальности) практики, рекомендуемые учебные издания, Интернет-ресурсы, дополнительная литература

1. Федеральный государственный образовательный стандарт по специальности среднего профессионального образования 42.02.01 Реклама утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации №510 от 12.05.2014, утвержденный Министерством юстиции от 26.06.2014 № 32859;

2. Учебный план по специальности 42.02.01 Реклама

3. Положение об организации учебной и производственной практики обучающихся СПб ГБПОУ «Петровский колледж»;

4. Методические рекомендации по планированию и организации учебной и производственной практики, перечень утвержденных заданий по видам и этапам практики, рекомендации по выполнению отчетов по практике, оценочные материалы в условиях действия Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования, разработанные образовательным учреждением.

5. Единый тарифно-квалификационный справочник работ и рабочих профессий.

6. Профессиональный стандарт СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНТЕРНЕТ – МАРКЕТИНГУ утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19 февраля 2019 г. N 95н

Перечень учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы, рекомендуемых для выполнения заданий и этапов практики

Основные источники:

1. Синяева, И. М. Основы рекламы: учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 552 с.

Дополнительные источники:

1. Виханский, О. С. Менеджмент: учебник / О.С. Виханский. - 6, перераб. и доп. - Москва: Издательство "Магистр", 2021. - 656 с.

3.3. Общие требования к организации учебной и производственной (по профилю специальности) практики

- освоению программы практики предшествует, изучение общепрофессиональных дисциплин и междисциплинарного курса (МДК) соответствующего профиля:

ОП.04 Экономика организации

МДК.04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности

-требования к соблюдению техники безопасности и пожарной безопасности.

3.4. Кадровое обеспечение организации и проведения учебной и производственной (по профилю специальности) практики

3.4.1. Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой в образовательном учреждении: наличие высшего профессионального образования, соответствующего профилю модуля и специальности.

3.4.2. Требования к квалификации специалистов, осуществляющих руководство практикой в организации: инженеры, мастера, технические и иные специалисты по профилю модуля специальности.

СПб ГБПОУ «ПЕТРОВСКИЙ КОЛЛЕДЖ»
Отделение международных программ, туризма и сервиса

ОТЧЕТ

по производственной (по профилю специальности) практике обучающегося

Специальность **42. 02. 01 Реклама** Группа _____

(фамилия, имя, отчество)

Наименование профессионального модуля

ПМ 04. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта

Место прохождения

(полное название организации, адрес, телефон)

Период прохождения с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г.

Руководитель практики от образовательной организации _____

_____ (фамилия, имя, отчество, рабочий телефон) _____ (подпись, дата)

Наставник практики от профильной организации _____

(фамилия, имя, отчество, рабочий телефон)

М.П. _____ (подпись, дата)

Ведущий преподаватель _____

(фамилия, имя, отчество, рабочий телефон)

_____ (оценка)
_____ (подпись, дата)

Санкт - Петербург, 202__ г.

СПб ГБПОУ «ПЕТРОВСКИЙ КОЛЛЕДЖ»
Отделение международных программ, туризма и сервиса

**ЗАДАНИЕ ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПО ПРОФИЛЮ СПЕЦИАЛЬНОСТИ)
 ПРАКТИКЕ**

ПМ 04. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта

Вид проф. деятельность и (из ФГОС)	Виды работ	Требования к результатам освоения
ПМ 04. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта	Ознакомиться с основными направлениями деятельности организации, с организационной структурой.	<p>-знать аспекты планирования рекламы;</p> <p>- знать классификацию целей менеджмента;</p> <p>уметь составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта;</p> <p>-уметь работать с рекламой в средствах массовой информации;</p> <p>-иметь практический опыт планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта;</p>
	Рассмотреть организацию рекламной деятельности в компании	<p>-знать аспекты планирования рекламы;</p> <p>- знать классификацию целей менеджмента;</p> <p>-уметь составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта;</p> <p>-уметь работать с рекламой в средствах массовой информации;</p> <p>-уметь проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиками</p> <p>- иметь практический опыт планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта</p>
	Анализ организации и управления процессом изготовления рекламного продукта	<p>-знать этапы принятия и реализации управленческих решений;</p> <p>-уметь составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта;</p> <p>-уметь работать с рекламой в средствах массовой информации;</p> <p>-уметь проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиками;</p> <p>проводить презентацию рекламного продукта;</p> <p>-иметь практический опыт взаимодействия с субъектами рекламной деятельности</p> <p>-иметь практический опыт контролирования соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя</p>

	<p>Организация работы с рекламой в средствах массовой информации рекламной организации</p>	<p>-знать этапы принятия и реализации управленческих решений; -уметь работать с рекламой в средствах массовой информации; -уметь проводить презентацию рекламного продукта; -иметь практический опыт взаимодействия с субъектами рекламной деятельности -иметь практический опыт контролирования соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя</p>
	<p>Составить план и график деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта</p>	<p>-знать экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации; -знать пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов; -уметь составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта; -уметь работать с рекламой в средствах массовой информации; -уметь проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиками; -иметь практический опыт взаимодействия с субъектами рекламной деятельности -иметь практический опыт контролирования соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя</p>
	<p>Подготовка документации для регистрации авторских прав</p>	<p>-знать основные федеральные законы и иные нормативные правовые акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации; -уметь проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиками; -уметь проводить презентацию рекламного продукта; -уметь подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав. - иметь практический опыт подготовки документации для регистрации авторских прав.</p>

Руководитель практики от образовательной организации

_____ / _____ /
« ___ » _____ 20__ г.

Ведущий преподаватель

_____ / _____ /
« ___ » _____ 20__ г.

СПб ГБПОУ «ПЕТРОВСКИЙ КОЛЛЕДЖ»
ДНЕВНИК
производственной (по профилю специальности) практики обучающегося
Отделение международных программ, туризма и сервиса

_____ (фамилия, имя, отчество)

Специальность **42.02.01 Реклама** Группа _____

Вид практики: **производственная по ПМ 04. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта**

Период прохождения с «_____» _____ 20____ г. по «_____» _____ 20____ г.

Место прохождения практики _____

_____ (название организации, адрес, телефон)

Руководитель практики от образовательной организации _____

_____ (фамилия, имя, отчество, рабочий телефон)

_____ (подпись, дата)

Наставник практики от профильной организации _____

_____ (фамилия, имя, отчество, рабочий телефон)

_____ (подпись, дата)

Ведущий преподаватель _____ (фамилия, имя, отчество,)

_____ (оценка)
 _____ (подпись, дата)

Санкт - Петербург, 202__ г.

Дата	Виды выполняемой работы	Подпись руководителя практики от организации

АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ ПО ПРАКТИКЕ

ФИО _____,

Обучающаяся на IV курсе по специальности 42.02.01 Реклама группы 2840

Прошла производственную практику по профессиональному модулю

ПМ 04. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта

в объеме 72 часа с «_____» _____ 20____ г. по «_____» _____ 20____ г.
в организации _____

наименование организации, юридический адрес

Виды работ	Основные показатели оценки результата	Код компетенции (ПК)	Оценка
Ознакомиться с основными направлениями деятельности организации, с организационной структурой.	- корректность анализа организации рекламной деятельности предприятия - корректность определения структуры предприятия.	ПК 4.1 Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей	
Рассмотреть организацию рекламной деятельности в компании	- правильность составления индивидуального плана работы специалиста по рекламе.	ПК 4.1 Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей	
Анализ организации и управления процессом изготовления рекламного продукта	-своевременность и четкость заполнения по заданным критериям рекламного продукта -эффективность использования информационно-коммуникационных технологий, своевременное их применение в зависимости от поставленных задач	ПК 4.2 Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее	
Организация работы с рекламой в средствах массовой информации рекламной организации	-своевременность и четкость заполнения по заданным критериям рекламного продукта -эффективность использования информационно-коммуникационных технологий, своевременное их применение в зависимости от поставленных задач	ПК 4.2 Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее	
Составить план и график деятельности по разработке и техническому	-актуальность и точность подбора факторов, влияющие на формирование бюджета рекламных кампаний	ПК 4.2 Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной	

исполнению рекламного продукта		продукции в части соответствия ее рекламной идее	
Подготовка документации для регистрации авторских прав	- корректность и укомплектованность пакета организационно-правовых документов для регистрации авторского права.	ПК 4.3 Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт	
Итоговая оценка по практике ПМ04			

Наставник практики (от организации) _____

(фамилия, имя, отчество, рабочий тел.)

(ФИО)

при прохождении производственной практики ПМ.04 «Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта»

Код	Общие компетенции (название)	Основные показатели оценки результата	Уровень (низкий, средний, высокий)
ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	Эффективное и качественное выполненное самостоятельной работы	
ОК 2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	Результативная организация собственной деятельности для выполнения профессиональных задач (планирование, рациональное распределение времени на всех этапах выполнения профессиональных задач своевременное выполнение заданий, своевременная проверка и самопроверка выполненной работы)	
ОК 3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	Обоснование принятия решения в стандартных и нестандартных ситуациях	
		Эффективное решение стандартных и нестандартных ситуаций в соответствии с поставленной профессиональной задачей	
ОК 4	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	Рациональное использование нескольких источников информации (включая электронные) для решения профессиональных задач и личностного развития	
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	Своевременное принятие решений профессиональных задач на основе самостоятельно найденной информации с использованием ИКТ	
		Освоение ИКТ, необходимых для профессиональной деятельности	
ОК 6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	Ясное и аргументированное изложение собственного мнения	
		Эффективное, бесконфликтное взаимодействие с коллегами, руководством, потребителями	

ОК 7	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий	Адекватное оценивание и анализ эффективности и качества результатов работы членов команды (подчиненных)	
		Грамотный выбор стратегии поведения при организации работы в команде	
ОК 8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	Выполнение самоанализа и грамотный выбор способов коррекции результатов собственной деятельности	
ОК 9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	Систематичное изучение дополнительной, справочной литературы, периодических изданий в области профессиональной деятельности	
ОК 10	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности	Определение видов ответственности в сфере профессиональной деятельности в соответствии с законодательством РФ	
ОК 11	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке	Соблюдение норм деловой культуры и этических норм общения	
		Обоснованный отбор средств решения профессиональных задач с учетом экологических требований	

Руководитель практики (от организации) _____

(фамилия, имя, отчество, рабочий тел.)