

Аннотация к адаптированной рабочей программе
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ
ПМ 03 Маркетинговое и правовое обеспечение
реализации рекламного продукта
для специальности
42.02.01 Реклама

Авторы:

Лебедева Г.Г., преподаватель ГПОУ ЯО Ярославский колледж управления и профессиональных технологий

Воробьева К.А., преподаватель ГПОУ ЯО Ярославский колледж управления и профессиональных технологий

Вершинина Н.А., преподаватель ГПОУ ЯО Ярославский колледж управления и профессиональных технологий

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ПРАКТИКИ

Производственная практика студентов является составной частью образовательного процесса по специальности 42.02.01 Реклама и имеет важное значение при освоении в рамках основной профессиональной образовательной программы СПО специальности «Специалист по рекламе».

Производственная практика по профилю специальности направлена на формирование у обучающихся общих и профессиональных компетенций, приобретение практического опыта и реализуется в рамках профессионального модуля.

Практика является завершающим этапом освоения профессионального модуля по виду профессиональной деятельности. Завершается дифференцированным зачетом при условии положительного аттестационного листа по практике руководителей практики от организации и образовательной организации об уровне освоения профессиональных компетенций; наличия положительной характеристики организации на обучающегося по освоению общих компетенций в период прохождения практики; полноты и своевременности представления дневника практики и отчета о практике в соответствии с заданием на практику. Результаты прохождения практики представляются обучающимся в колледж и учитываются при прохождении государственной итоговой аттестации. Обучающиеся не прошедшие практику или получившие отрицательную оценку. Не допускаются к прохождению государственной итоговой аттестации.

Цели практики:

Получение практического опыта:

1. выявления требований целевых групп потребителей;
2. разработки средств продвижения рекламного продукта;
3. разработки маркетинговой части бизнес-плана;
4. выявления требований целевых групп потребителей;
5. разработки средств продвижения рекламного продукта;

6. разработки маркетинговой части бизнес-плана.

Формирование профессиональных компетенций (ПК)

Название ПК	Результат, который Вы должны получить при прохождении практики
ПК 3.1	Анализировать требования целевых групп потребителей с использованием средств исследования рынка.
ПК 3.2.	Определять и разрабатывать стратегию и средства продвижения рекламного продукта.

Формирование общих компетенций (ОК)

Название ОК	Результат, который Вы должны получить при прохождении практики
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.

Практика может быть организована в:

- рекламном агентстве;
- редакции газеты/журнала/интернет-ресурса;
- издательском доме;
- типографии;
- студии web-дизайна;

2. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

Содержание заданий практики позволит обучающимся сформировать профессиональные компетенции по виду профессиональной деятельности «Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта» и способствовать формированию общих компетенций (ОК).

Задания на практику

№ п/п	Содержание работ на практике	Примерные сроки выполнения
1	Ознакомиться с организацией работы, структурой и деятельностью структурных подразделений организации по месту прохождения практики, правилами внутреннего трудового распорядка, правилами и нормами охраны труда.	Первый день
2	Выявление требований целевых групп потребителей.	в процессе всей практики
3	Сегментирование потребительских групп	в процессе всей практики
4	Составление анализа исследований предпочтений потребителей	в процессе всей практики
5	Разработка средств продвижения рекламного продукта	в процессе всей практики
6	Разработка средств стимулирования сбыта и продвижения рекламного продукта	в процессе всей практики
7	Разработка маркетинговой части бизнес-плана	в процессе всей практики
8	Оформление договорной документации с учетом законодательства в сфере рекламы	в процессе всей практики
	ИТОГО	108 часов

Задания по практике (в зависимости от места ее прохождения)

Название вида организации/учреждения

При прохождении практики в рекламном агентстве, редакции газеты/журнала/интернет-ресурса, издательском доме; типографии; студии web-дизайна

Обучающиеся должны:

1. Проводить исследования целевых групп потребителей
2. Анализировать результаты исследований потребительских групп.
3. Сегментировать потребительские группы.
4. Формулировать рекомендации по продвижению рекламного продукта в соответствии с целями предприятия.
5. Выбирать оптимальные средства стимулирования сбыта.
6. Разрабатывать маркетинговую часть бизнес-плана
7. Оформлять договорную документацию с учетом законодательства в сфере рекламы.

Примерный перечень документов, прилагаемых в качестве приложений к отчету по практике:

1. Образцы анкет и опросных листов, используемых при проведении сбора первичной информации.
2. Диаграммы и графики, полученные в результате маркетингового исследования с применением различных методов обработки полученной информации.
3. Диаграммы распределения сегментов покупателей, характеризующимися общими признаками и требованиями.
4. План-предложение рекламной стратегии по продвижению рекламного продукта.
5. Разработки (сценарии) BTL-мероприятий, предназначенных для стимулирования сбыта.
6. Фрагмент бизнес-плана (маркетинговую часть).
7. Образцы типового договора.

3. ОРГАНИЗАЦИЯ И РУКОВОДСТВО ПРАКТИКОЙ

Общее руководство практикой осуществляет заведующий практикой. Ответственный за организацию практики обеспечивает контроль проведения со стороны руководителей/мастеров производственного обучения, организует и проводит инструктивное совещание с руководителями практики, обобщает информацию по аттестации студентов, готовит отчет по итогам практики.

Практика осуществляется на основе договоров между колледжем и Организациями, в соответствии с которыми Организации предоставляют места для прохождения практики. В договоре колледж и организация оговаривают все вопросы, касающиеся проведения практики. Консультирование по выполнению заданий, контроль посещения мест производственной практики, проверка отчетов по итогам практики и выставление оценок осуществляется руководителем практики от колледжа.

Перед началом практики проводится организационное собрание. Посещение организационного собрания и консультаций по практике – обязательное условие её прохождения!

Организационное собрание проводится с целью ознакомления студентов с приказом, сроками практики, порядком организации работы во время практики в организации, оформлением необходимой документации, правилами техники безопасности, распорядком дня, видами и сроками отчетности и т.п.

ВАЖНО! С момента зачисления практикантов на рабочие места на время прохождения практики на них распространяются правила охраны труда и внутреннего распорядка, действующие на предприятии, в учреждении или организации!