



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
УНИВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГИЙ И УПРАВЛЕНИЯ ИМЕНИ К.Г. РАЗУМОВСКОГО  
(ПЕРВЫЙ КАЗАЧИЙ УНИВЕРСИТЕТ)»  
(ФГБОУ ВО «МГУТУ ИМ. К.Г. РАЗУМОВСКОГО (ПКУ)»)

**УНИВЕРСИТЕТСКИЙ КОЛЛЕДЖ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

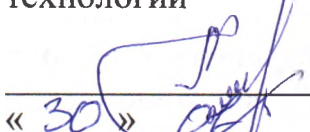
СОГЛАСОВАНО

Генеральный директор ООО  
рекламное агентство «НИСИМ»

УТВЕРЖДАЮ

Директор Университетского  
колледжа информационных  
технологий

  
\_\_\_\_\_  
А. Островский  
« 30 » 2018 г.

  
\_\_\_\_\_  
Р.В. Александров  
« 30 » 2018 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ  
(ПРЕДДИПЛОМНОЙ) ПРАКТИКИ**

**профессионального учебного цикла  
программы подготовки специалистов среднего звена  
по специальности 42.02.01 Реклама**

**базовой подготовки**

Москва 2018 г.

ОДОБРЕНА

предметной (цикловой) комиссией  
специальности 42.02.01

Реклама

Председатель ПЦК

 С.В. Орлова

Протокол № 6 от 12.01.2018

СОГЛАСОВАНО

Заместитель директора по учебно-  
методической работе

 Е.В. Вернер

« 26 » 01 2018 г.

Составитель (автор):

Преподаватель

Университетского колледжа  
информационных технологий

Рабочая программа рекомендована к утверждению экспертами:

Заведующий методическим  
кабинетом Университетского  
колледжа информационных  
технологий

Генеральный директор

ООО «Столичный дом  
карьеры»

Преподаватель Колледжа  
предпринимательства № 11

 С.В. Орлова

 Е.А. Переверзева

 Н.А. Кадочников

 И.А. Меняшина

Рабочая программа разработана на основе федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.05.2014 № 510, и учебного плана программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 Реклама.

Рабочая программа ориентирована на подготовку студентов к выполнению технических требований конкурса WorldSkills по компетенции Графический дизайн.

## **1. ЦЕЛИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ) ПРАКТИКИ**

Производственная (преддипломная), далее – преддипломная, практика по профилю специальности – это самостоятельная работа студента на предприятии (в организации) под руководством научного руководителя выпускной квалификационной работой и руководителя соответствующего подразделения базы практики. Общее методическое руководство практикой осуществляет Предметно (цикловая) комиссия (ПЦК).

Целью практики является закрепление практических навыков и углубление теоретической подготовки студентов-выпускников по специальным дисциплинам, сбор статистических, методологических, рекламных и др. материалов для выполнения выпускной квалификационной работы, приобретение опыта самостоятельной профессиональной деятельности.

## **2. ЗАДАЧИ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ**

Производственная практика по профилю специальности проводится в соответствии с учебным планом и является неотъемлемой частью учебного процесса подготовки студентов, обучающихся по специальности 42.02.01 «Реклама»

Задачами практики являются:

- подготовка материалов для написания выпускной квалификационной работы;
- конкретизация результатов теоретического обучения, формирование профессиональных практических знаний, умений и навыков, необходимых для будущей работы на предприятии;
- приобретение навыков работы с отраслевыми документами в рамках профессиональной деятельности;
- закрепление навыков использования информационных технологий при осуществлении всех видов производственной деятельности;
- выполнение поручений руководителя практики от организации;
- подготовка и защита отчета.

## **3. МЕСТО ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОПОП**

Прохождение преддипломной практики базируется на основе:

- изучения специальных дисциплин: «Художественное проектирование рекламного продукта», «Разработка творческой концепции рекламного продукта», «Выполнение рекламных проектов в материале», «Маркетинг в рекламе» и др.;
- успешного прохождения в процессе обучения производственной практики;

- освоения в целом студентом ОПОП по специальности 42.02.01 «Реклама».
- Необходимый уровень знаний для прохождения преддипломной практики:
- основы рекламной деятельности;
  - методы проведения маркетингового анализа конкурентных преимуществ на рынке рекламы;
  - особенности сервисного обеспечения в рекламе;
  - основы экономики предприятий рекламы;
  - основные правила и методы работы с потребителем;
  - технологии разработки и реализации рекламного проекта на различных направлениях;
  - методы использования информационных технологий в рекламном бизнесе.

#### **4. ФОРМЫ ПРОВЕДЕНИЯ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ**

Преддипломная практика студентов-выпускников проходит в форме работы на предприятии (организации) отрасли под руководством руководителя практики от организации по заданию руководителя выпускной квалификационной работы от колледжа.

#### **5. МЕСТО И ВРЕМЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ**

В соответствии с действующим ФГОС и учебным планом подготовки студентов по специальности 42.02.01 «Реклама» преддипломная практика является обязательной для всех студентов и проводится на последнем курсе. Продолжительность практики – 4 недели.

Практика проводится на предприятиях отрасли, в организациях различных форм собственности и организационно-правовых форм (ООО, ОАО, ЗАО и др.), имеющих возможности по реализации ее задач.

Колледж выявляет возможности направления в организации студентов для прохождения преддипломной практики. Допускается также прохождение практики и на другой базе, по согласованию с колледжем совместно (при условии наличия возможностей по реализации задач практики). Студент в этом случае должен своевременно (до начала практики) сообщить в колледж информацию о самостоятельном определении места прохождения практики, предоставить письменное согласие руководителя организации на проведение в данной организации практики с указанием названия организации, ее адреса и телефона. Если руководитель организации предложит студенту в период практики работу с оплатой, то студент решает этот вопрос самостоятельно, но при этом рекомендуется юридическое оформление данного предложения с указанием обязанностей практиканта, формы ответственности сторон, вознаграждения за работу и др.

## **6. КОМПЕТЕНЦИИ СТУДЕНТА, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ**

В результате прохождения преддипломной практики студент должен приобрести следующие практические навыки, умения и профессиональные компетенции:

ПМ.01. Разработка и создание дизайна рекламной продукции.

ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.

ПК 1.2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.

ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.

ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.

ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.

ПМ.02. Производство рекламной продукции.

ПК 2.1. Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.

ПК 2.2. Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.

ПК 2.3. Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.

ПМ.03. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта.

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

ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.

ПМ.04. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта.

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.

ПМ.05. Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих

## **7. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ**

Общая трудоемкость преддипломной практики составляет 4 зачетные единицы, 144 часа.

Преддипломная практика студента-выпускника проходит в строгом соответствии с заданием, составленным руководителем выпускной квалификационной работы, утвержденным зам. директора по УМР.

Таблица 1 – Общая схема прохождения производственной практики и текущий контроль

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды производственной работы, на практике включая самостоятельную работу студентов и трудоёмкость (в часах)	Формы текущего контроля
1	Подготовительный этап (2 ч.)	Организационное собрание. Встреча с руководителем выпускной квалификационной работы для согласования задания на прохождение практики	Заявление студента об утверждении места для прохождения практики за 3 недели до начала практики Приказ о распределении студентов по базам практик за 2 недели до начала практики. Задание на прохождение преддипломной практики
2	Ознакомительный этап (1 неделя)	Проведение инструктажей по технике безопасности, противопожарной профилактике. Ознакомление с внутренним распорядком дня предприятия. Экскурсия по подразделениям предприятия. Распределение по рабочим местам. Ознакомление с производством (учредительные документы, устав, организационная структура, нормативная документация, изучение деятельности предприятия и др.).	Материалы прохождения этапа в дневнике практики
3	Производственный этап (2 и 3-я недели)	Изучение основных направлений, оценка основных показателей деятельности предприятия. Работа студентов в подразделениях предприятия по выполнению индивидуальных заданий, выполнение заданий и поручений руководителя практики от организации.	Заполнение дневника практики, выполнение практической части отчёта
4	Обработка и анализ полученной информации (4-я неделя)	Интерпретация полученных результатов выполненного индивидуального задания, рекомендации практического характера.	Программы, проекты по совершенствованию деятельности предприятия

5	Заключительный этап (3 дня)	Написание отчёта по результатам практики и подготовка к его защите зачёта по практике (с оценкой). Подготовка и защита отчёта по практике.	Отчёт по практике, который должен включать сведения о конкретно выполненной работе в период практики, дневник практики, характеристика на студента с оценкой его качеств и качества выполнения программы практики от предприятия, составленные и оформленные в соответствии с утверждённой программой практики и методическими рекомендациями по их оформлению.
---	-----------------------------	--	---

Содержание производственного этапа практики (4 недели) определяется руководителем выпускной квалификационной работы в «Задании на прохождение преддипломной практики», которое определяется на основании темы дипломной работы и соответствует «Заданию на выполнение выпускной квалификационной работы», утвержденному зам. директора по УМР.

## 8. ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЕ И НАУЧНО-ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Научно-исследовательские технологии:

- изучение научной, справочной, методической литературы по теме выпускной квалификационной работы;
- выбор методов исследования, сбор необходимых исходных данных, обработка и анализ полученной информации;
- интерпретация полученных результатов выполненного исследования.

Научно-производственные технологии:

- проведение маркетингового исследования в заданном направлении с использованием современных научных методов и информационных технологий;

### Основная литература

1. Технологии производства рекламной продукции: Учеб. пособие / Г.А. Васильев, В.А. Поляков, А.А. Романов. - М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2014. - 272 с.

2. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии / Кузнецов П.А., - 2-е изд. - М.: Дашков и К, 2015. - 131 с.

3. Современные технологии коммерческой рекламы: Практическое пособие / Кузнецов П.А. - М.:Дашков и К, 2015. - 296 с.
4. Организация и проведение рекламных мероприятий посредством ВТЛ-коммуникаций / Шпаковский В.О., Чугунова Н.М., Кирильчук И.В., - 3-е изд. - М.:Дашков и К, 2015. - 126 с.
5. Креативная реклама. Технологии проектирования / Ткаченко Н.В., Ткаченко О.Н., Дмитриева Л.М. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 335 с.
6. Монументально-декоративное искусство в интерьере / Стельмашенок С. - Мн.:РИПО, 2015. - 180 с.
7. Коммуникология: теория и практика массовой информации: Учебник / Шарков Ф.И., Силкин В.В. - М.:Дашков и К, 2015. - 160 с.
8. Текст в рекламе: Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности "Реклама" / Бернадская Ю.С. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 288 с.
9. Основы информационных технологий в рекламе: Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям "Реклама" / Макарова Т.В., Ткаченко О.Н., Капустина О.Г.; Под ред. Дмитриева Л.М. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 271 с.

#### Интернет –ресурсы:

1. <http://window.edu.ru>
2. <http://www.edu.ru>
3. <http://fcior.edu.ru>
4. <http://advtime.ru/>
5. <http://www.reklamist.com>
6. [www.rwr.ru](http://www.rwr.ru)
7. <http://www.advesti.ru>
8. <http://www.adindex.ru>
9. [www.advertology.ru](http://www.advertology.ru)
10. <http://www.bigadvenc.ru>

### **9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ**

Рекомендации по исходным данным для исследований, выполняемых в процессе прохождения преддипломной практики, содержатся в «Задании на выполнение выпускной квалификационной работы» в п. «Исходные данные». На базе указанного задания руководитель выпускной квалификационной работы готовит рекомендации для прохождения преддипломной практики с указанием примерного списка литературы и источников.

Рекомендации по сбору данных, их обработке и анализу, форме представления содержатся в «Методических рекомендациях по подготовке и оформлению выпускных квалификационных работ».



## 10.УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ

В качестве основной и дополнительной литературы используется литература по теме выпускной квалификационной работы, которая указывается руководителем в задании на прохождение преддипломной практики. В качестве информационного обеспечения используется также отраслевая периодическая литература:

### Основные источники:

1. Федеральный закон «О рекламе», -М – 2012
2. Основы рекламы: учебник. 14-е изд., перераб. и доп. / Панкратов Ф.Г., - 14-е изд. - М.:Дашков и К, 2017. - 538 с.
3. Основы рекламы / Бернадская Ю.С., Дмитриева Л.М. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 351 с.
4. Технологии производства рекламной продукции: Учеб. пособие / Г.А. Васильев, В.А. Поляков, А.А. Романов. - М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2014. - 272 с.
5. Всемирная история рекламы: Учебное пособие / Тангейт М., - 3-е изд. - М.:Альпина Пабл., 2014. - 286 с.
6. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии / Кузнецов П.А., - 2-е изд. - М.:Дашков и К, 2015. - 131 с.
7. Современные технологии коммерческой рекламы: Практическое пособие / Кузнецов П.А. - М.:Дашков и К, 2015. - 296 с.
8. Организация и проведение рекламных мероприятий посредством ВТЛ-коммуникаций / Шпаковский В.О., Чугунова Н.М., Кирильчук И.В., - 3-е изд. - М.:Дашков и К, 2015. - 126 с.
9. Основы рекламы / Васильев Г.А., Поляков В.А. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 719 с.
10. Социальная реклама. Теория и практика / Кузнецов П.А. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 175 с.
11. Политическая реклама. Теория и практика: Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям "Реклама", "Связи с общественностью" / Кузнецов П.А. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 127 с.
12. Креативная реклама. Технологии проектирования / Ткаченко Н.В., Ткаченко О.Н., Дмитриева Л.М. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 335 с.
13. Монументально-декоративное искусство в интерьере / Стельмашонок С. - Мн.:РИПО, 2015. - 180 с.
14. Коммуникология: теория и практика массовой информации: Учебник / Шарков Ф.И., Силкин В.В. - М.:Дашков и К, 2015. - 160 с.
15. Текст в рекламе: Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности "Реклама" / Бернадская Ю.С. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 288 с.

16. Дизайн в пространстве культуры : От арт-объекта до эклектики: Научно-популярное / Лаврентьев М. - М.:Альпина Паблишер, 2015. - 152 с.
17. Дизайн и рекламные технологии: Учебное пособие / Ткаченко О.Н.; Под ред. Дмитриевой Л.М. - М.:Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 176 с.
18. Основы информационных технологий в рекламе: Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям "Реклама" / Макарова Т.В., Ткаченко О.Н., Капустина О.Г.; Под ред. Дмитриева Л.М. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 271 с.
19. Основы художественного конструирования: Учебник / Коротева Л.И., Яскин А.П. - М.:НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 304 с.
20. Цветоведение и колористика: учебное пособие / Е.В. Омеляненко. - Ростов-на-Дону: Издательство ЮФУ, 2014. - 184 с.
21. Архитектурная композиция: Учебное пособие / Кишик Ю.Н. - Мн.:РИПО, 2015. - 171 с.
22. Архитектоника объемных структур/Докучаева О.И. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 336 с.

#### Дополнительные источники

23. Архитектурно-ландшафтный дизайн: теория и практика : учеб. пособие / Г.А. Потаев, А.В. Мазаник, Е.Е. Нитиевская [и др.] ; под общ. ред. Г.А. Потаева. — 2-е изд. — М. : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2015. — 319 с.
24. Арт-менеджмент : учебник / Е.Ф. Командышко. — М. : ИНФРА-М, 2015. — 194 с.
25. Голубева О.Л. Основы композиции, учебник – М., Издательский дом «Искусство», 2014год
26. Ландшафтное проектирование : учеб. пособие / Ю.В. Разумовский, Л.М. Фурсова, В.С. Теодоронский. — 2-е изд. — М. : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2015. — 144 с.
27. Архитектурное проектирование общественных зданий : учебник / А.Л.Гельфонд. — М. : ИНФРА-М, 2015. — 368 с.
28. Графический дизайн: стилевая эволюция: Монография / И.Г. Пендикова, Л.М. Дмитриева - М.: Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 160 с.
29. Метод: Секреты создания структуры и персонажей в сценарии: Практическое руководство / Воглер К. - М.:АЛЬПИНА, 2015. - 296 с.
30. Архитектура атриумных пространств крупных общественных зданий: монография / Шевченко Л.П. - Ростов-на-Дону: Издательство ЮФУ, 2014. - 76
31. Архитектура общественных пространств : монография / А.Л. Гельфонд. — М. : ИНФРА-М, 2015. — 412 с.
32. Структуроформирование мегаполисов: Учебное пособие / Веретенников Д.Б. - М.: Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 112 с.

33. Диалог: Искусство слова для писателей, сценаристов и драматургов: Научно-популярное / Макки Р. - М.: Альпина нон-фикшн, 2015. - 318 с.

1. Компьютерные программы.
2. Учебники и учебные пособия.
3. Компьютер.
4. Принтер (цветной).

Интернет - источники:

1. Электронный диск: Adobephotosop.
2. Электронный диск: Illustrator/

## **11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ**

С учетом специфики прохождения преддипломной практики на предприятиях отрасли, в процессе ее прохождения используется материально-техническая база конкретно предприятия: офисная техника (компьютеры, сканеры, ксероксы, факсы, мультимедийное оборудование и др.). Кроме того, используется следующее программное обеспечение: офисные программы, программные средства связи: Скайп, графические редакторы.

## **12. ПОДВЕДЕНИЕ ИТОГОВ ПРАКТИКИ**

В ходе прохождения практики каждый студент ведет дневник, в котором обязательно отражает проделанную им работу в строгом соответствии с заданием на прохождение практики. В конце практики дневник подписывается руководителем практики от предприятия (организации). Составление отчета осуществляется в период всей практики, а редактирование и окончательное оформление – в последние три дня преддипломной практики. Объем отчета должен составлять не менее 5-ти страниц машинописного текста. Отчет начинается с титульного листа (Приложение 1).

Отчет студента по практике должен включать текстовый, графический и другой иллюстративный материал. При подготовке отчета студенту следует использовать дневник практики, предварительно подобрав различные литературные, периодические, нормативные и другие источники и материалы, систематизируя и обобщая нужную для того, или иного раздела информацию. Необходимо использовать творческий подход к использованию собранной информации, критически оценивая отражаемые в источниках сведения и данные. Студенту необходимо не только раскрыть состояние дел по рассматриваемым вопросам, но и определить недостатки, выявить их причины и предложить решения по их устранению с обоснованием

прогрессивных и перспективных направлений совершенствования деятельности предприятия рекламной отрасли.

### 13. АТТЕСТАЦИЯ ПО ИТОГАМ ПРАКТИКИ

По окончании практики студент получает отзыв о практике у руководителя от организации прохождения практики. Подпись руководителя заверяется печатью организации.

На конечной стадии практики студент-практикант составляет письменный отчет и в установленные сроки представляет его руководителю ВКР от колледжа на проверку в сброшюрованном виде. Проверка отчетов по практике должна осуществляться руководителем в течение трех дней и завершаться написанием рецензии на отчет прохождения преддипломной практики (см. Приложение).

После проверки отчета студент должен сдать зачет. Основанием для допуска к зачету по практике является полностью оформленный отчет, дневник практики, наличие положительного отзыва о практике студента руководителя от организации и рецензии руководителя ВКР.

Если руководитель практики не допускает студента к зачету по итогам практики, то отчет возвращается студенту на доработку с четкими и ясными замечаниями, изложенными на полях отчета. После доработки отчет необходимо представить руководителю на повторную проверку. В том случае, если студент не получил зачет по итогам практики в установленные сроки, он не допускается к итоговой государственной аттестации.

Дата и время зачета устанавливается колледжем в соответствии с календарным планом учебного процесса.

Зачет с оценкой проводится в форме собеседования по вопросам, указанным в индивидуальном задании студента на производственную практику.

### 14. ФОРМЫ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ) ПРАКТИКИ

Таблица 2 – Критерии оценки практической деятельности студента и соответствующие формируемые компетенции

Формируемые компетенции	Содержание задания	Критерии оценки
ПК-1.1-1.5: способность самостоятельно разрабатывать и создавать рекламную продукцию.	Готовить предложения по определению экономической эффективности использования имеющегося недвижимого имущества	Участвовать в проектировании и анализе социально-экономического развития территории. Осуществлять мониторинг земель

		территории.
ПК-2.1-2.3: готовность осуществлять производственно-технологическую деятельность по типам рекламной продукции	Выполнять комплекс кадастровых процедур	Формировать кадастровое дело
ПК-3.1-3.2: осуществлять маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта.	Определять координаты границ земельных участков и вычислять их площади. Выполнять поверку и юстировку геодезических приборов и инструментов.	Использовать в практической деятельности геоинформационные системы
ПК-4.1-4.3: выполнять организационно-управленческую деятельность изготовления рекламного продукта.	Производить расчеты по оценке объекта оценки на основе применимых подходов и методов оценки	Оформлять оценочную документацию в соответствии с требованиями нормативных актов, регулирующих правоотношения в этой области.

ПК 1.1-1.5 Осуществлять поиск рекламных идей. Осуществлять художественное эскизирование оптимальных изобразительных средств рекламы. Разрабатывать авторские рекламные проекты. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.

ПК 2.1-2.3 Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы. Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии. Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.

ПК 3.1- 3.2 Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.

ПК 4.1-3. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей. Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее. Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.

ПРИЛОЖЕНИЕ 1.  
Титульный лист отчета по практике

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
УНИВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГИЙ И УПРАВЛЕНИЯ ИМЕНИ К.Г. РАЗУМОВСКОГО  
(ПЕРВЫЙ КАЗАЧИЙ УНИВЕРСИТЕТ)»  
(ФГБОУ ВО «МГУТУ ИМ. К.Г. РАЗУМОВСКОГО (ПКУ)»)

**УНИВЕРСИТЕТСКИЙ КОЛЛЕДЖ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

**ОТЧЁТ**

о прохождении преддипломной практики

Студент (ка) \_\_\_\_\_ курса

Группа \_\_\_\_\_

Фамилия \_\_\_\_\_

Имя \_\_\_\_\_

Отчество \_\_\_\_\_

Место прохождения практики \_\_\_\_\_

Срок практики с « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. по « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Руководитель практики от предприятия

\_\_\_\_\_  
Ф.И.О., должность

\_\_\_\_\_  
Подпись, печать

Руководитель практики от колледжа

\_\_\_\_\_  
Ф.И.О., должность

\_\_\_\_\_  
Подпись

Структура и содержание отчета

Введение

1. Общая характеристика предприятия

1.1. Организационная структура и взаимодействие подразделений

1.2. Основные задачи, виды деятельности (услуги) предприятия

1.3. Перспектива развития предприятия

2. Организационно-технологические аспекты деятельности предприятия

2.1. Структура и система управления предприятия

2.2. Анализ производственной (технологической) деятельности предприятия

2.3. Анализ организации обслуживания клиентов предприятия

2.4. Социально-психологические особенности деятельности предприятия.

Культура предприятия

2.5. Информационные технологии предприятия

3. Финансово-экономическая деятельность предприятия

3.1. Анализ объема и структуры деятельности предприятия

3.2. Анализ текущих расходов предприятия

3.3. Анализ доходов и эффективность деятельности

3.4. Анализ финансовой устойчивости предприятия

4. Экологические аспекты деятельности предприятия

5. Выводы и предложения по совершенствованию организационной, управленческой, финансовой деятельности предприятия.

В отчете должно быть отражено:

- описание предприятия: тип, размер, характер, местоположение, услуги, клиентура;
- сравнение и сопоставление обслуживания на данном предприятии соответствию международным стандартам (соответствие характера услуги типу и клиентуре предприятия);
- оценка работы сотрудников предприятия по следующим критериям: внешний вид, общение, работа в команде, правила для обслуживающего персонала (можно приложить копию рекомендаций для работников) условия безопасности работы;
- описание проблемных ситуаций, с которыми столкнулся студент и варианты их преодоления;
- подробное описание работы подразделения, где студент проходил практику и основного рабочего места;
- личная оценка подготовленности к практической работе в реальных условиях и предложения по совершенствованию программы практики, ее практической организации, улучшению учебного процесса и др.

К отчету желательно приложить буклеты предприятия, копии инструкций, отчетов и др. документов, которые позволят сделать отчет по преддипломной практике более содержательным и информативным.

Завершающий раздел отчета должен включать:

- выводы и рекомендации (предложения) по совершенствованию деятельности изучаемого предприятия;
- предложения по совершенствованию и расширению ассортимента услуг, технологических процессов, организации производства и труда, технической оснащенности производственных, торговых вспомогательных помещений, форм и методов обслуживания;
- другие предложения.



ПРИЛОЖЕНИЕ 3.  
Титульный лист дневника практики

Дневник  
прохождения преддипломной практики

- 1. Фамилия \_\_\_\_\_
- 2. Имя и отчество \_\_\_\_\_
- 3. Курс \_\_\_\_\_
- 4. Специальность \_\_\_\_\_
- 5. Место практики \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

7. Прохождение практики

Начало практики « » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г

Окончание практики « » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г

8. Руководитель практики от колледжа:

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

подпись о проведении собеседования \_\_\_\_\_

Зам. \_\_\_\_\_ директора \_\_\_\_\_ по  
УМР \_\_\_\_\_

м.п.

« » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г

ПРИЛОЖЕНИЕ 4.  
Содержание дневника практики

**1. Записи о работах, выполненных во время прохождения  
преддипломной практики**

месяц и число	Краткое содержание выполненных работ	подпись руководителя

**2. Характеристика работы студента по месту  
прохождения преддипломной практики**

(с указанием степени его теоретической подготовки, качества выполнения работы, трудовой дисциплины и недостатков, если они имели место)

Подпись руководителя \_\_\_\_\_  
м.п.

« » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г

**3. Рецензия преподавателя на отчёт прохождения  
преддипломной практики**

(в рецензии указываются достоинства и недостатки отчёта, сформулированные вопросы, на которые студент должен ответить на устной защите отчёта)

---

---

---

Результат рецензирования \_\_\_\_\_

(отчёт допущен к защите, отчёт признан неудовлетворительным)

« » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г

\_\_\_\_\_   
подпись рецензента

**Отметка о защите отчёта** \_\_\_\_\_

« » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г

\_\_\_\_\_   
подписи преподавателей, принимавших зачет

ПРИЛОЖЕНИЕ 5.

Отзыв-характеристика на работу студента во время практики

Характеристика должна содержать следующие сведения:

1. Ф.И.О. практиканта
2. Наименование организации
3. Сроки прохождения практики
4. Ф.И.О. руководителя практики
5. Отношение студента к работе (интерес, инициативность, исполнительность, дисциплинированность и др.)
6. Объем выполненной работы
7. Количество и качество выполненной студентом работы, степень проявления самостоятельности. Уровень овладения теоретическими и практическими навыками.
8. Помощь, оказанная студентом в выполнении отдельных заданий на предприятии (организации).

Отзыв-характеристика должен быть подписан руководителем организации, или руководителем практики от организации. Подпись заверяется печатью организации.