



**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»



_____ Д.А. Островский
« _____ » 2018 г.

УТВЕРЖДАЮ

Директор Университетского
колледжа информационных
технологий

_____ Р.В. Александров
« 30 » _____ 2018 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

**ПМ.01. РАЗРАБОТКА И СОЗДАНИЕ ДИЗАЙНА РЕКЛАМНОЙ
ПРОДУКЦИИ**

**профессионального учебного цикла
программы подготовки специалистов среднего звена
по специальности 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 » / 04 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

 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.

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ	4
1.1. Область применения программы	4
1.2. Цели и задачи практики – требования к результатам прохождения практики	4
1.3. Количество часов на освоение программы производственной практики. 5	
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРАКТИКИ.....	6
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ.....	7
3.1 Тематический план практики	7
3.2 Содержание практики	7
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ	10
4.1 Формы контроля:	10
4.2 Требования к минимальному материально-техническому обеспечению	10
4.3 Общие требования к организации и проведения производственной (по профилю специальности) практики	
4.4 Кадровое обеспечение образовательного процесса.....	11
4.5 Кадровое обеспечение образовательного процесса	
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	14

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

1.1. Область применения программы

Рабочая программа производственной (по профилю специальности) практики является частью рабочей основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД: Разработка и создание рекламного продукта) профессии Специалист по рекламе и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

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

1.2. Цели и задачи практики – требования к результатам прохождения практики

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями студент в ходе прохождения учебной практики должен:

иметь практический опыт:

- выбора художественной формы реализации рекламной идеи;
- создания визуального образа с рекламными функциями;
- художественного конструирования рекламных продуктов по заданию;

уметь:

- осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги;
- разрабатывать композиционное решение рекламного продукта;
- использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы;
- составлять рекламные тексты;

уметь:

- осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги;
- разрабатывать композиционное решение рекламного продукта;
- использовать выразительные и художественно-изобразительные

- средства при моделировании рекламы;
- составлять рекламные тексты;

знать:

- выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы;
- приемы и принципы составления рекламного текста;
- композицию, шрифтовую и художественную графику в рекламе;
- методы проектирования рекламного продукта;
- методы психологического воздействия на потребителя.

1.3.Количество часов на освоение программы производственной практики.

Всего 180 часа, в том числе:

в рамках освоения ПМ.01 Разработка и создание рекламного продукта
учебная практика 180 часа;

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРАКТИКИ

Результатом освоения программы практики является овладение студентами видом профессиональной деятельности: Специалист по рекламе, в том числе профессиональными компетенциями (ПК) и общими компетенциями (ОК):

Код	Наименование результата обучения
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
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес
ОК2.	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество
ОК3.	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность
ОК4.	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития
ОК6.	Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями
ОК7.	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий.
ОК8.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации
ОК9.	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

3.1 Тематический план практики

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов практики	Количество часов		
		Учебная практика	Производственная практика (по профилю специальности)	Преддипломная практика
1	2	3	4	5
ПК 1.2, ПК 1.3, ПК 1.5,	ПП 01.01 Разработка и создание рекламного продукта	180	-	-
	Всего часов:	180	-	-

3.2 Содержание практики

Наименование разделов и тем	Виды выполняемых работ		Объем часов
1	2		3
Раздел ПМ 01. Учебные и производственные практики.			
УП. 01.01 Разработка и создание рекламного продукта.			
Введение	Виды выполняемых работ		6
Раздел 1. Разработка	1	Введение в учебную практику.	2
	2	Цели и задачи учебной практики.	2
	3	Техника безопасности.	2

творческой концепции рекламного продукта.	Виды выполняемых работ		64
	1	– Выбор общего стиля рекламного продукта с опорой на концепцию. Подбор цветовой схемы	8
	2	– Поиск иллюстраций, материала для создания иллюстраций	8
	3	– Выбор шрифтов, их пропорций, начертания, сочетаний	8
	4	– Создание эскизов рекламной продукции с учётом особенностей указанного в брифе рекламного носителя	8
	5	– Составление рекламного текста (слогана, заголовка) с учётом концепции, рекламного носителя, приёмов	8
	6	– психологического воздействия на потребителя	8
	7	– Разработка основных элементов фирменного стиля (логотип, фирменные цвета и шрифт, слоган, модульная сетка)	8
	8	– на основе эскизов. Работа с брендбуком (применение существующего фирменного стиля).	8
Раздел 2. Художественное проектирование рекламного продукта.	Виды выполняемых работ		96
	1	– Провести брифинг с заказчиком, описать, кто является целевой аудиторией заказчика, на какой сегмент рынка он нацелен.	8
	2	– Описать товар заказчика с помощью трехуровневого анализа товара.	8
	3	– Определить типы рекламной продукции, предпочитаемые заказчиком.	8
	4	– Заполнить шаблон брифа по результатам брифинга с заказчиком.	8
	5	– Составить ТЗ по результатам брифа	8
	6	– Разработать рекламную концепцию продукта (марки) с опорой на бриф	8
	7	– Описание и презентация рекламной концепции.	8
	8	– Разработка рекламной стратегии	8
	9	– Презентация концепции и рекламного продукта	8
10	– Представление результатов анализа, рекламной идеи и её воплощения на конкретных носителях в виде презентации	8	

	11	– Работа в колледже с руководителем практики, формирование отчета, сдача его на проверку руководителю	8
	12	– Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета.	8
Раздел 3. Композиция	Виды выполняемых работ		6
	1	– разработка композиционного решения рекламного продукта.	2
	2	разработка композиционного решения рекламного продукта	2
	3	разработка композиционного решения рекламного продукта	2
Раздел 4. Шрифтовая и художественная графика	Виды выполняемых работ		8
	1	разработка рекламных визуальных образов с применением шрифтовой графики.	2
		разработка рекламных визуальных образов с применением шрифтовой графики.	2
		разработка рекламных визуальных образов с применением шрифтовой графики.	2
		разработка рекламных визуальных образов с применением шрифтовой графики.	2
Всего часов:			180

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПО ПРОФИЛЮ СПЕЦИАЛЬНОСТИ) ПРАКТИКИ

4.1 Формы контроля:

Производственная практика – дифференцированный зачёт;

4.2 Требования к минимальному материально-техническому обеспечению производственной (по профилю специальности) практики.

Необходимое оборудование и технологическое оснащение рабочих мест в организациях или на предприятиях для проведения производственной практики:

Базы практики - это передовые предприятия рекламной индустрии, укомплектованные высококвалифицированными специалистами и оснащенные новейшим производственно-технологическим оборудованием.

Производственная (по профилю специальности) практика проводится в рекламных агентствах, дизайн - агентствах, проектных организациях, книжных издательствах, мебельных салонах, типографиях на основе договоров, заключаемых между образовательным учреждением и профильными организациями, на основе договоров, заключаемых между образовательным учреждением и профильными организациями.

Материально-техническое обеспечение производственной (по профилю специальности) практики должно быть достаточным для достижения целей практики и должно соответствовать действующим санитарным и противопожарным нормам, а также требованиям техники безопасности при проведении работ. Студентам должна быть обеспечена возможность доступа к информации, необходимой для выполнения заданий по практике и написанию отчета.

Общие требования к подбору баз практик:

- наличие отделов имеющих: Планшеты для рисования, компьютер, графические редакторы, бумага форматов (А4, А3), инструменты и материалы для изобразительной деятельности (карандаши).
- оснащённость предприятия современным оборудованием, наличие пакетов компьютерных программ;
- близкое, по возможности, территориальное расположение базовых предприятий.

При выборе рабочего места студентам необходимо руководствоваться, прежде всего, моделью его специальности, а также исходить из того, что на рабочем месте будущий специалист должен получить определенные практические навыки выполнения конкретной работы.

4.3 Общие требования к организации и проведения производственной (по профилю специальности) практики

Производственная (по профилю специальности) практика проводится концентрированно после освоения программы профессиональных модулей. Условием допуска обучающихся к производственной (по профилю специальности) практике является отсутствие академических задолженностей по профессиональным модулям.

Практика организовывается руководителем практики заместителем директора по учебно-производственной работе, который:

- согласовывает программу производственной (по профилю специальности) практики по специальностям образовательного учреждения;
- контролирует процесс с организациями на проведение практики;
- заключает договора с организациями на проведение практики;
- осуществляет планирование всех видов и этапов практики с учетом договоров с организациями

Ответственный по практике осуществляет подбор руководителей практики от образовательного учреждения на все виды практик, координирует и контролирует их работу.

Закрепление баз практик осуществляется на основе прямых связей договоров с организациями независимо от их организационно-правовых форм и форм собственности.

4.4 Информационное обеспечение обучения

Основная литература

1. Основы рекламы: учебник. 14-е изд., перераб. и доп. / Панкратов Ф.Г., - 14-е изд. - М.:Дашков и К, 2015. - 538 с.
2. Основы рекламы / Бернадская Ю.С., Дмитриева Л.М. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 351 с.
3. Технологии производства рекламной продукции: Учеб. пособие / Г.А. Васильев, В.А. Поляков, А.А. Романов. - М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2014. - 272 с.
4. Всемирная история рекламы: Учебное пособие / Тангейт М., - 3-е изд. - М.:Альпина Пабли., 2015. - 286 с.
5. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии / Кузнецов П.А., - 2-е изд. - М.:Дашков и К, 2015. - 131 с.
6. Современные технологии коммерческой рекламы: Практическое пособие / Кузнецов П.А. - М.:Дашков и К, 2015. - 296 с.
7. 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.
8. Основы рекламы / Васильев Г.А., Поляков В.А. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2014. - 719 с.

9. Социальная реклама. Теория и практика / Кузнецов П.А. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 175 с.
10. 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.
11. Креативная реклама. Технологии проектирования / Ткаченко Н.В., Ткаченко О.Н., Дмитриева Л.М. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 335 с.
12. Монументально-декоративное искусство в интерьере / Стельмашонок С. - Мн.:РИПО, 2015. - 180 с.
13. Коммуникология: теория и практика массовой информации: Учебник / Шарков Ф.И., Силкин В.В. - М.:Дашков и К, 2015. - 160 с.
14. Текст в рекламе: Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности "Реклама" / Бернадская Ю.С. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 288 с.
15. Дизайн в пространстве культуры : От арт-объекта до эклектики: Научно-популярное / Лаврентьев М. - М.:Альпина Паблишер, 2015. - 152 с.
16. Дизайн и рекламные технологии: Учебное пособие / Ткаченко О.Н.; Под ред. Дмитриевой Л.М. - М.:Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 176 с.
17. 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.
18. Основы художественного конструирования: Учебник / Коротеева Л.И., Яскин А.П. - М.:НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 304 с.
19. Цветоведение и колористика: учебное пособие / Е.В. Омеляненко. - Ростов-на-Дону: Издательство ЮФУ, 2014. - 184 с.
20. Архитектурная композиция: Учебное пособие / Кишик Ю.Н. - Мн.:РИПО, 2015. - 171 с.
21. Архитектоника объемных структур/Докучаева О.И. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 336 с.

Дополнительные источники

22. 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.
23. Арт-менеджмент : учебник / Е.Ф. Командышко. — М. : ИНФРА-М, 2015. — 194 с.
24. Голубева О.Л. Основы композиции, учебник – М., Издательский дом «Искусство», 2014 год
25. Ландшафтное проектирование : учеб. пособие / Ю.В. Разумовский, Л.М. Фурсова, В.С. Теодоронский. — 2-е изд. — М. : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2015. — 144 с.

26. Архитектурное проектирование общественных зданий : учебник / А.Л.Гельфонд. — М. : ИНФРА-М, 2015. — 368 с.
27. Графический дизайн: стилевая эволюция: Монография / И.Г. Пендикова, Л.М. Дмитриева - М.: Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 160 с.
28. Метод: Секреты создания структуры и персонажей в сценарии: Практическое руководство / Воглер К. - М.:АЛЬПИНА, 2015. - 296 с.
29. Архитектура атриумных пространств крупных общественных зданий: монография / Шевченко Л.П. - Ростов-на-Дону: Издательство ЮФУ, 2014. - 76 с.
30. Архитектура общественных пространств : монография / А.Л. Гельфонд. — М. : ИНФРА-М, 2015. — 412 с.
31. Структуроформирование мегаполисов: Учебное пособие / Веретенников Д.Б. - М.: Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 112 с.
32. Диалог: Искусство слова для писателей, сценаристов и драматургов: Научно-популярное / Макки Р. - М.:Альпина нон-фикшн, 2015. - 318 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
7. <http://www.advesti.ru>
8. <http://www.adindex.ru>
9. www.advertology.ru
10. <http://www.bigadvenc.ru>

4.5 Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой.

Руководство производственной (по профилю специальности) практикой осуществляют преподаватели, а также работники предприятий/организаций, закрепленные за обучающимися.

Преподаватели должны иметь высшее профессиональное образование по профилю специальности, проходить обязательную стажировку в профильных организациях не реже 1-го раза в 3 года.

Руководитель от предприятия: специалист по рекламе.

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

Студент должен обладать знаниями, полученными при изучении дисциплин блока ЕН, блока ОП и ПМ.01 . Разработка и создание дизайна рекламной продукции

Контроль и оценка результатов освоения рабочей программы производственной (по профилю специальности) практики осуществляется преподавателем в процессе контроля и аттестации практики. Образовательное учреждение, реализующее подготовку по производственной практике, обеспечивает организацию и проведение текущего контроля индивидуальных образовательных достижений - демонстрируемых обучающимися знаний, умений и навыков. Результаты производственной (по профилю специальности) практики студент обобщает в форме письменного отчета. Отчет должен быть написан в организации (на предприятии) - базе практики, по содержанию соответствовать требованиям программы практики. С этой целью студент должен ежедневно делать записи в дневнике, а также подготовить копии документов, учетных регистров и других материалов, предусмотренных настоящей программой. Запись в дневнике должна ежедневно подтверждаться подписью руководителя практики от организации.

Отчет состоит из двух частей: основной и приложений. Объем основной части отчета составляет не более 25-35 страниц текста. Вторая часть отчета о практике представляет собой приложения к отчету, состоящие из заполненных, проверенных и обработанных документов, а также других материалов конкретной организации.

Текст отчета следует излагать на одной стороне листа, иллюстрировать данными соответствующих документов, и других материалов, ссылаясь на соответствующие приложения.

Страницы основной части отчета должны быть пронумерованы (Приложения к отчету нумеруются отдельно от основной части отчета, например: Приложение 1, Приложение 2 и т.д.)

Отчет имеет титульный лист, который оформляется по форме. Отчет о производственной преддипломной практике студент представляет колледж сразу после возвращения с практики. Отчет защищается в колледже в срок, установленный учебно-методическим управлением.

Приложение к отчету состоит из расчетов и описания выполненного индивидуального задания с использованием таблиц и бланков документов. Результатом преддипломной практики является дифференцированный зачет. Оценка по итогам защиты отчета о практике заносится в ведомость и зачетную книжку студента.

Оценка по практике приравнивается к оценкам (зачетам) по теоретическому обучению и учитывается при подведении итогов общей успеваемости студентов.

Студенты, не выполнившие программу практики, по уважительной

причине, а также получившие отрицательный отзыв о работе или неудовлетворительную оценку при защите отчета, проходят практику вторично, в свободное от учебы время, или могут быть отчислены как имеющие академическую задолженность.

Контроль и оценка результатов освоения производственной (по профилю специальности) практики осуществляется преподавателем-руководителем практики в форме проверки и защиты отчета по производственной (по профилю специальности) практике.

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей	<ul style="list-style-type: none"> – Демонстрация умений поиска рекламных идей. – Полнота и точность мониторинга рекламных идей. – Обоснованность решений о поиске идей с использованием первичных источников. – Аргументированность выбора рекламной идеи. 	<p>Оценка в рамках текущего контроля: результатов работы на практических занятиях;</p> <ul style="list-style-type: none"> – результатов выполнения индивидуальных домашних заданий; – результатов тестирования. – Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения учебной и производственной практик. – Экспертная оценка выполнения рекламного проекта.
ПК 1.2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы	<ul style="list-style-type: none"> – Аргументированность выбора изобразительных средств рекламы. – Точность и обоснованность выбора оптимальных изобразительных средств рекламы. – Демонстрация знаний об изобразительных средствах рекламы. – Демонстрация умения художественного эскизирования средств рекламы. 	<p>Оценка в рамках текущего контроля:</p> <ul style="list-style-type: none"> – результатов работы на практических занятиях; – результатов выполнения индивидуальных домашних заданий; – результатов тестирования. <p>Экспертная оценка освоения</p>

		<p>профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения учебной и производственной практик.</p> <p>Экспертная оценка выполнения рекламного проекта.</p>
<p>ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Полнота и точность составления брифа. – Демонстрация знаний о характеристиках и составе рекламных проектов. – Обоснованность решений при разработке рекламного проектов (методов и технологий). – Демонстрация умений представить свой проект. – Демонстрация знаний элементов состава рекламного проекта. – Аргументированность выбора элементов оптимального состава рекламного проекта. 	<p>Оценка в рамках текущего контроля:</p> <ul style="list-style-type: none"> – результатов работы на практических занятиях; – результатов выполнения индивидуальных домашних заданий; – результатов тестирования. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения учебной и производственной практик.</p> <p>Экспертная оценка выполнения рекламного проекта.</p>
<p>ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Демонстрация умений составлять основной рекламный текст. – Обоснованность выбора литературной и художественной обработки рекламного текста. – Аргументированность применения слогана и дополнительных элементов рекламного текста. – Грамотность разработки рекламного текста. – Обоснованность выбранного типа слогана/нейма. – Демонстрация умений тестировать рекламный текст. 	<p>Оценка в рамках текущего контроля:</p> <ul style="list-style-type: none"> – результатов работы на практических занятиях; – результатов выполнения индивидуальных домашних заданий; – результатов тестирования. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения учебной и</p>

		производственной практик. Экспертная оценка выполнения рекламного проекта.
ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями	<ul style="list-style-type: none"> - Демонстрация умений поиска рекламных визуальных образов. - Обоснованность решений о применении визуального образа. - Аргументированность выбора визуального образа и его функции. - Демонстрация умений создавать визуальный образ с применением художественно-изобразительных средств. - 	<ul style="list-style-type: none"> - Демонстрация умений поиска рекламных визуальных образов. - Обоснованность решений о применении визуального образа. - Аргументированность выбора визуального образа и его функции. - Демонстрация умений создавать визуальный образ с применением художественно-изобразительных средств.

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общих компетенций и обеспечивающих их умений.

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	<ul style="list-style-type: none"> - участие в работе научно-студенческих обществ, - выступление на научно-практических конференциях, - участие во внеурочной деятельности связанное с будущей специальностью (посещение профессиональных выставках, участие в конкурсах профессионального мастерства). 	<p>Экспертная оценка деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - на практических занятиях, - при выполнении работ по проекту, - при выполнении работ на различных этапах учебной практики, - при выполнении индивидуальных домашних заданий; - при выполнении самостоятельной работы, - при выполнении работ на различных этапах производственной практики,
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и	<ul style="list-style-type: none"> - выборы применения методов и способов решения профессиональных задач, 	

способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	оценка их эффективности и качества.	-при проведении: зачета, квалификационного экзамена по модулю.
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	-анализ профессиональных ситуаций, - решение стандартных и нестандартных задач	
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	- эффективный поиск необходимой информации, - использование различных источников, включая Интернет, при изучении теоретического материала и прохождении различных этапов производственной практики.	
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	- использование в учебной и профессиональной деятельности, различных видов программного обеспечения, в том числе специального, при оформлении и презентации всех видов работ. —	
ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	Взаимодействие: - с обучающимися при выполнении коллективных заданий (проектов), - с преподавателями, мастерами в ходе обучения, - с потребителями и коллегами в ходе производственной и учебной практики.	
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчинённых), за результат выполнения заданий	- самоанализ и коррекция результатов собственной деятельности при выполнении коллективных заданий (проектов), - ответственность за результат выполнения заданий (проектов).	
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития,	- планирование и качественное выполнение заданий для самостоятельной работы	

<p>заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации</p>	<p>при изучении теоретического материала и прохождении различных этапов учебной и производственной практики, - определение этапов и содержание работы по реализации самообразования-</p>	
<p>ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности</p>	<p>- адаптация к изменяющимся условиям профессиональной деятельности, - проявление профессиональной маневренности при прохождении различных этапов производственной практики.</p>	
<p>ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности</p>	<p>решение стандартных и нестандартных профессиональных задач в области предпринимательства; -демонстрация готовности принимать решения в условиях изменяющихся рыночных отношений, усиливающейся конкуренции и нести за них ответственность</p>	
<p>ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке</p>	<p>использование приемов межличностного общения в процессе обучения -умение преодолевать коммуникативные барьеры -использование знаний и навыков общения на иностранном языке</p>	