



Профессиональное образовательное частное учреждение среднего профессионального образования

**«Высший юридический колледж:
экономика, финансы, служба безопасности»**

Пушкинская ул., д. 268, 426008, г. Ижевск. Тел.: (3412) 32-02-32. Тел./факс: 43-62-22. E-mail: mveu@mveu.ru, mveu.ru



И.Л.Сурат
2017 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
производственной практики (по профилю специальности)
профессионального модуля**

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

основной профессиональной образовательной программы
для специальности
42.02.01 Реклама

Ижевск , 2017

Рабочая программа производственной практики (по профилю специальности) профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее – СПО), 42.02.01 Реклама

Организация разработчик:
Профессиональное образовательное частное учреждение среднего профессионального образования «Высший юридический колледж: экономика, финансы, служба безопасности»

Разработчики:

Нагорных Галина Александровна, преподаватель

Стрель Вера Валентиновна, преподаватель

Рабочая программа рассмотрена на ПЦК

Протокол № 1 «29» августа 2017 г.

Председатель ПЦК *Шараф Е.В. Шарасутдинова* /
расшифровка подписи

Согласовано:

Организация-партнер: Общество с ограниченной ответственностью «Ан2»

Руководитель подпись *О.Ю. Андреева* /

« 29 » август 2017 г.



СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ.....	4
1.1. Область применения программы.....	4
1.2. Цели и задачи производственной практики.....	4
1.3. Количество часов на освоение рабочей программы производственной практики.....	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ.....	5
3. СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ.....	7
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ.....	10
4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению.....	10
4.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение обучения...	10
4.3. Общие требования к организации производственной практики.....	15
4.4. Кадровое обеспечение производственной практики.....	15
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ.....	16

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

1.1. Область применения программы

Рабочая программа производственной практики является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама

1.2. Цели и задачи производственной практики

Производственная практика имеет целью закрепление и углубление знаний, полученных студентами в процессе теоретического обучения, приобретение необходимых умений для практической работы по изучаемой специальности.

Задачами производственной практики являются:

- расширение и закрепление теоретических знаний;
- формирование профессиональных умений;
- расширение круга формируемых умений, их усложнение по мере перехода от одного этапа практики к другому.

Производственная практика по ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта предназначена для общей ориентации студента в реальных условиях осуществления маркетинговой и правовой деятельности организации, что позволяет более целенаправленно участвовать в учебном процессе, обращаться к фундаментальным и периодическим литературным источникам; нацелена на закрепление полученных теоретических знаний, приобретение практических умений самостоятельной работы для решения конкретных профессиональных вопросов. Практика закрепляет и углубляет знания, полученные при теоретическом изучении дисциплин профессионального цикла, способствует подготовке студентов к изучению последующих дисциплин, формированию представления о сущности и значимости маркетинговой и правовой деятельности при реализации рекламного продукта.

Поставленные цели раскрываются и конкретизируются последовательным и взаимосвязанным решением ряда основных задач:

- формирование условий для определения профессиональной идентичности студента;
- апробация теоретических знаний в практической деятельности;
- систематизация, обобщение и анализ практического материала;
- ознакомление практиканта с организацией, структурой, функциями, содержанием маркетинговой деятельности ;
- развитие творческих начал и обеспечение заинтересованности студентов к избранной специальности;

- получение практического знания об осуществлении маркетинговых подходах и задачах, выполняемых организацией, о методах и способах оценки правового обеспечения рекламной деятельности;
- ознакомление с процедурой сбора маркетинговой информации ;
- ознакомление с основными нормативными правовыми актами, регулирующими рекламную деятельность.

После прохождения производственной практики студент должен обладать следующими умениями и навыками:

- проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей;
- анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп;
- проводить сегментирование рынка;
- принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта на основании действующего законодательства;
- работать с нормативными документами и другими информационными источниками;
- использовать компьютерную технику в режиме пользователя;
- обобщать практику по направлениям деятельности учреждения;
- составлять и оформлять юридические документы.
- овладеть основными методами управления;
- составлять управленческую документацию.

1.3. Количество часов на освоение рабочей программы производственной практики:

Общая трудоемкость производственной практики по ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта составляет 36 часов

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Результатом освоения учебной практики является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
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
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 в 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

3. СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Формируемые компетенции	Наименование профессионального модуля, тем практики	Содержание заданий	Объем часов	Уровень освоения
	ПМ. 03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта		36	
	Тема 1. Вводное занятие	Инструктаж о прохождении практики. Виды работ: Ознакомление с Правилами оказания рекламных услуг, нормативной и технической документацией (ГОСТы, ТУ, ТИ, СТП, СанПиН, Сборники рецептур и др.).	6	
ОК1, ОК2, ОК 3, ОК4, ОК 5, ОК6, ОК7, ОК 8, ОК 9 ПК3.1, ПК3.2.	Тема 2. Проведение маркетинговых исследований	Контроль всех предварительных тестов рекламной продукции (для уверенности в том, что смысл донесен правильно, его форма подачи уместна); Мониторинг результатов кампании бренд-коммуникаций.	4/6	1 ознакомительный
ОК1, ОК2, ОК 3, ОК4, ОК 5, ОК6, ОК7, ОК 8, ОК 9 ПК3.1, ПК3.2.	Тема 3. Организация договорной работы рекламного предприятия	-рассмотрение хозяйственных договоров; - рассмотрение порядка и видов ответственности субъектов предпринимательской деятельности; -изучение деятельности юридической службы по предупреждению хозяйственных нарушений и устранению их последствий. Сущность хозяйственных споров. – изучение методов урегулирования споров.	6/6	1 ознакомительный
ОК1, ОК2, ОК 3, ОК4, ОК 5, ОК6,	Тема 4. Правовая работа	-изучение практики соблюдения защиты потребителей от недобросовестной рекламы.	6	1

ОК7, ОК 8, ОК 9 ПК3.1, ПК3.2.	с потребителями	-изучение правового регулирования отдельных видов рекламы: политической, социальной, рекламы для несовершеннолетних и др. - рассмотрение практики соблюдения авторских прав		ознакомительный
	Итоговое занятие:	Защита производственной практики	2	
		Дифференцированный зачет		
		Итого:	36	

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация рабочей программы учебной практики предполагает прохождение ее в организациях различных организационно-правовых форм в любой сфере деятельности.

Оснащение:

- оборудованное служебное помещение;
- законодательные и ведомственные нормативные акты;
- бланки документов;
- персональные компьютеры с лицензионным программным обеспечением;
- справочные правовые системы.

4.2 Учебно-методическое и информационное обеспечение обучения

Нормативные правовые акты:

1. Международный кодекс рекламной практики: [Электронный ресурс] URL: <http://konspekts.ru/marketing/mezhdunarodnyj-kodeksreklamnoj-praktiki>
2. Конституция РФ (принята всенародным голосованием 12.12.1993) // <http://www.consultant.ru>
3. Кодекс об административных правонарушениях от 30.12.2001 № 195-ФЗ // <http://www.consultant.ru>
4. Уголовный кодекс РФ от 13.06.1996 № 63-ФЗ // <http://www.consultant.ru>
5. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть первая от 30.11.1994 №51-ФЗ // <http://www.consultant.ru>
6. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть вторая от 26.01.1996 №14-ФЗ // <http://www.consultant.ru>
7. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18.12.2006 № 230-ФЗ // <http://www.consultant.ru>
8. Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 «О защите прав потребителей» // <http://www.consultant.ru>
9. Федеральный закон «О защите конкуренции» от 26.07.2006 N 135-ФЗ // <http://www.consultant.ru>
10. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе» // <http://www.consultant.ru>

11. Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 «О средствах массовой информации»// <http://www.consultant.ru>
12. Письмо Федеральной антимонопольной службы от 27 декабря 2017 г. № АК/92163/17 «О разграничении понятий вывеска и реклама»/
<http://www.consultant.ru>
13. ГОСТ Р 52044-2003 «Наружная реклама на автомобильных дорогах и территориях городских и сельских поселений. Общие технические требования к средствам наружной рекламы. Правила размещения»//
<http://www.consultant.ru>

Основная литература:

1. Щепилова, Г. Г. Маркетинговое и правовое обеспечение рекламной деятельности : учебник для СПО / Г. Г. Щепилова, К. В. Щепилов. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 381 с.
2. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для СПО / Е. Е. Кузьмина. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 383 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-01582-9. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/8A23049A-F2D5-41EF-A002-54F10F4A564B
3. Основы маркетинга : учебник и практикум для СПО / Н. М. Кондратенко [и др.] ; под общ.ред. Н. М. Кондратенко. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 409 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-00100-6. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/98291F40-24EB-4956-82EB-46FE21772EA0
4. Основы рекламы: учебник и практикум для СПО / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — М.: Издательство Юрайт, 2016. — 552 с. — (Серия: Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03716-6
// <https://biblio-online.ru/book/BE32DC43-A352-43FF-834B-973D452A4D33/osnovy-reklamy>
5. Правовое обеспечение профессиональной деятельности: учебник и практикум для СПО / А. П. Анисимов, А. Я. Рыженков, А. Ю. Чикильдина ; под ред. А. Я. Рыженкова. — 4-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2016. — 317 с. — (Серия: Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-07095-8 // <https://biblio-online.ru/book/2E59773B-7363-4288-AA3E-8CD4317D4856/pravovoe-obespechenie-professionalnoy-deyatelnosti>

Дополнительная учебная литература:

1. Васильева Е.А. Как сделать рекламу эффективной? 25 беспроигрышных идей (2-е издание) [Электронный ресурс]: практическое пособие/ Васильева Е.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2016.— 156 с.— Режим доступа:
<http://www.iprbookshop.ru/57147>.— ЭБС «IPRbooks»
2. Тюрин, Д. В. Маркетинговые исследования : учебник для СПО / Д. В. Тюрин. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 342 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03924-5. — Режим доступа :
www.biblio-online.ru/book/72D43475-24A3-448A-B7DA-20DF5B8910E5
3. Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для СПО / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 552 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03716-6. — Режим доступа :
www.biblio-online.ru/book/BE32DC43-A352-43FF-834B-973D452A4D33
4. Кевин Дробо Секреты сильного бренда [Электронный ресурс]: как добиться коммерческой уникальности/ Кевин Дробо— Электрон. текстовые данные.— М.: Альпина Паблишер, 2016.— 292 с.— Режим доступа:
<http://www.iprbookshop.ru/41385>.— ЭБС «IPRbooks»
5. Черченко Н.В. Основы маркетинга [Электронный ресурс]: ответы на экзаменационные вопросы ое образование). — ISBN 978-5-9916-9020-1..
<https://www.biblio-online.ru/> -
6. Рекламное дело: учебник и практикум для СПО / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2016. — 431 с. — (Серия: Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-04657-1 // <https://biblio-online.ru/book/558C825F-4352-4F07-9AA1-7A6C4CAF2DE7/reklamnoe-delo>
7. Правовое обеспечение профессиональной деятельности : учебник и практикум для СПО / А. П. Альбов [и др.] ; под общ. ред. А. П. Альбова, С. В. Николюкина. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 549 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03717-3 // <https://biblio-online.ru/book/D432A7FE-4ED5-42E6-9DFB-B40BC654C8DD/pravovoe-obespechenie-professionalnoy-deyatelnosti>

Периодические издания

1. <http://www.marketingandresearch.ru/-журнал>
2. Журнал «Маркетинг в России и за рубежом»<http://www.dis.ru>
3. Журнал «Практический маркетинг»<http://www.bci-marketing.aha.ru/>

Программное обеспечение и Интернет-ресурсы

1. Электронный ресурс «Экономический портал» Форма доступа:
www.economicus.ru
2. Гильдия маркетологов // <http://marketologi.ru>.
3. Энциклопедия маркетинга // <http://marketing.spb.ru>
4. Текстовый редактор MicrosoftofficeWord, версии 2003, 2007;2010
5. Редактор презентаций Microsoft office Power Point;
6. Электронно-библиотечная система ««IPR books»».
7. www.garant.ru - Система «Гарант», правовые базы российского законодательства.

4.3. Общие требования к организации производственной практики

Перед прохождением производственной практики студент должен внимательно изучить программу практики и обратиться к соответствующим нормативным материалам с тем, чтобы быть подготовленным к выполнению поручений, данных руководителем практики, к решению конкретных правовых вопросов. Как при подготовке, так и в период прохождения практики рекомендуется по возникающим вопросам обращаться к законодательству, учебной литературе, материалам, публикуемым в периодической печати.

По завершении практики студент должен прибыть в колледж для сдачи зачета по практике. Для допуска к зачету студент представляет следующие документы по каждому периоду практики: аттестационный лист, дневник, характеристику и отчет о практике, оформленные надлежащим образом.

Отчет должен давать представление о работе, проделанной студентом за период производственной практики.

Данные отчета должны соответствовать дневнику практики.

4.4. Кадровое обеспечение производственной практики

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой от колледжа:

- наличие профильного образования;
- повышение квалификации (стажировка) не реже 1 раза в три года.

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

ПМ. 03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного
продукта

Контроль и оценка результатов освоения производственной практики осуществляется преподавателем в форме дифференцированного зачета при условии:

- положительного аттестационного листа по практике руководителей практики от организации и колледжа об уровне освоения профессиональных компетенций;
- наличие положительной характеристики внешней организации на студента по освоению умений, практического опыта, профессиональных и общих компетенций в период прохождения учебной практики.

В период прохождения производственной практики студент ведет дневник практики. По результатам практики студент составляет отчет, который заверяется руководителем практики.

Результаты прохождения производственной практики выставляются в ведомости и учитываются при сдаче квалификационного экзамена по результатам профессионального модуля, при подведении итогов общей успеваемости студента за семестр и при прохождении итоговой аттестации.

5.1. Формирование общих компетенций

Наименование общих компетенций	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	– Оценка необходимости маркетингового подхода в деятельности организации	В отчете практики
	– интерес к профессиональной деятельности, стремление к творческой активности, совершенствованию профессионального мастерства, а также удовлетворенность выбранной профессией и стремление к расширению сферы влияния.	В характеристике
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения	– Владение методами выполнения профессиональных задач	В характеристике
	– Отражение способов решения поставленных задач	В отчете

профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.		
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	– Отражение способов решения поставленных задач	В отчете
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	– оценка использования информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, получение и использование информации из общедоступных источников	В отчете
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	– умение применять информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности – ознакомление с нормативно-ведомственными документами	В характеристике
ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	– умение выстраивать деловые взаимоотношения в коллективе, общаться с руководством, коллегами, потребителями	В отчете, дневнике практики
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий	– оформление запросов и поручений для получения соответствующей информации;	В отчете практики
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	– умение самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития	В характеристике

5.2. Результаты освоения профессиональных компетенций

Наименование освоенных профессиональных компетенций	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
ПК 3.1. Анализировать требования целевых групп потребителей с использованием средств исследования рынка	– знать критерии сегментации, требования целевых групп потребителей, которыми руководствуются при осуществлении профессиональной деятельности;	В отчете практики, в характеристике
ПК 3.2. Определять и разрабатывать стратегию и средства продвижения рекламного продукта	– обладать умением выбора средств продвижения рекламного продукта соблюдая действующее законодательство	В отчете практики