

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
ЗАБАЙКАЛЬСКОГО КРАЯ
ГПОУ «ЧИТИНСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ
ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ ПМ.03**

***МАРКЕТИНГОВОЕ И ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РЕАЛИЗА-
ЦИИ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА***

**ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ 42.02.01
«Реклама»**

2022 г.

Рабочая программа учебной практики разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования 42.02.01 Реклама, приказа Министерства науки и высшего образования Российской Федерации, Министерства просвещения Российской Федерации «О практической подготовке обучающихся» от 05.08.2020г. №885/390.

Организация-разработчик: ГПОУ «Читинский политехнический колледж»

Разработчик:

Криничная Н.С., преподаватель ГПОУ «Читинский политехнический колледж»

Рекомендована Методическим советом ГПОУ «Читинский политехнический колледж»

Заключение Методического совета №_____ от «____»_____2022 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	стр. 4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	8
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	9
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	14
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	17
6. ПРИЛОЖЕНИЕ	21

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

1.1. Область применения программы учебной практики

Программа учебной практики является частью образовательной программы среднего профессионального образования в соответствии с ФГОС по специальности СПО 42.02.01 Реклама.

Освоения основных видов профессиональной деятельности (ВПД):

Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта и соответствующих профессиональных компетенций:

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

ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.

Рабочая программа учебной практики разработана в соответствии с:

1. Федеральными государственными образовательными стандартами;
2. Учебным планом образовательного учреждения;
3. Рабочими программами профессиональных модулей.

Рабочая программа учебной практики может быть использована в дополнительном профессиональном образовании в учреждениях СПО.

1.2. Цели и задачи учебной практики

С целью овладения видами профессиональной деятельности по специальности обучающийся в результате учебной практики должен иметь практический опыт:

- выявления требований целевых групп потребителей;
- разработки средств продвижения рекламного продукта;
- разработки маркетинговой части бизнес-плана;

1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение рабочей программы учебной практики

Всего - 72 часа.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Результатом учебной практики является сформированность у обучающихся практических профессиональных умений, приобретение первоначального практического опыта в рамках профессиональных модулей образовательной программы среднего профессионального образования по основным видам профессиональной деятельности для последующего освоения ими профессиональных (ПК) и общих (ОК) компетенций:

ВПД	Код	Наименование результата освоения практики
ПМ01	ПК.3.1	Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.
	ПК.3.2	Разрабатывать 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 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	

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

3.1. Тематический план учебной практики

Коды компетенций	Код и наименование профессионального модуля	Виды работ	Количество часов
ПК.3.1. - ПК.3.2.	ПМ.03 «Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта»	1. Рекламный продукт и комплекс маркетинговых мероприятий	8
		2. Разработка и изготовление рекламного продукта. Слоганы в рекламном продукте	8
		3. Ценообразование рекламного продукта	8
		4. Составление плана маркетинга	8
		5. Анализ рекламы продуктов	8
		6. Анализ рекламы финансовых услуг, ценных бумаг	8
		7. Интернет-реклама	8
		8. Товарный знак в рекламе	8
		9. Порядок рассмотрения и разрешение споров в сфере рекламы	8
	Всего часов:		72

3.2. Содержание учебной практики

Код и наименование профессиональных модулей	Виды работ	Содержание работ	Объем часов
1	2	3	4
ПМ.03	1. Рекламный продукт и комплекс маркетинговых мероприятий	1.1. Комплекс маркетинговых мероприятий для рекламы; 1.2. Требования, предъявляемые рынком к рекламному продукту 1.3. Проблемы при разработке и изготовлении рекламного продукта. 1.4. Взаимоотношения между рекламодателями и производителями рекламы 1.5. Практическая деятельность получение навыков: а) изобразить схему комплекса; б) составление таблицы классификации требований; в) Оформление заявление и необходимых документов для получения разрешения в органах. местного самоуправления города для установки рекламной конструкции; г) решение ситуационных задач.	8
	2. Разработка и изготовление рекламного продукта. Слоганы в рекламном продукте	2.1. Слоганы в рекламном сообщении с точки зрения достижения целевой аудитории; 2.4. Практическая деятельность получение навыков: а) Составление текста рекламного объявления по рекламному продукту, учитывая обязательные требования к рекламе, закрепленные ФЗ «О рекламе» б) разработка слогана для целевой аудитории; в) разработка рекламного продукта; в) решение ситуационных задач.	8

	3. Ценообразование рекламного продукта	<p>3.1. Ознакомление с общими принципами ценообразования на рекламную продукцию;</p> <p>3.2. Ценообразование в области производства скидок и наценки к тарифам при размещении рекламы;</p> <p>3.3. Практическая деятельность получение навыков:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) Рассчитать стоимость рекламы; б) Составление договора на установку, эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в муниципальной собственности; в) Оформление договора на установку, эксплуатацию рекламной конструкции на земельном участке, здании или ином недвижимом имуществе, находящемся в частной собственности г) решение ситуационных задач. 	8
	4. Составление плана маркетинга	<p>4.1. Планирование рекламной компании. Стратегия рекламной компании;</p> <p>4.2. Практическая деятельность получение навыков:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) составление плана маркетинга; б) решение ситуационных задач. 	8
	5. Анализ рекламы продуктов.	<p>5.1. Правовые признаки рекламной информации. Требования к рекламе в Российском законодательстве</p> <p>5.2 Перечень товаров и услуг запрещенных на территории РФ</p> <p>5.3 Реклама алкогольной продукции, пива, табачных изделий, лекарственных средств детского питания;</p> <p>5.4. Практическая деятельность получение навыков:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) разработка рекламного продукта на перечень товаров; б) составление искового заявления в суд общей юрисдикции о нарушении требований к рекламе лекарственных изделий; в) решение ситуационных задач. 	8
	6. Анализ рекламы финансовых услуг и		

	ценных бумаг.	<p>6.1. Особенность рекламы, основанной на риске игр, финансовых услуг, ценных бумаг;</p> <p>6.2. Реклама услуг на договор ренты, пожизненного содержания с иждивением. Рекламные конструкции;</p> <p>6.3. Практическая деятельность получение навыков:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) составление договора; б) разработка рекламного продукта на услуги; в) составление ситуационных задач. 	8
	7. Интернет-реклама.	<p>7.1. Особенности Интернет-рекламы. Рынок интернет-услуг;</p> <p>7.2. Особенности интернета как канала распространения рекламы и правовое регулирование;</p> <p>7.3. Практическая деятельность получение навыков:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) Заполнить логическую схему запроса в поисковой системе Яндекс б) разработка и создание сайта предприятия; г) решение ситуационных задач; 	8
	8. Товарный знак в рекламе.	<p>8.1. Товарный знак в рекламе и его роль в позиционировании товаров;</p> <p>8.2. Процедура регистрации товарных знаков.</p> <p>8.3. Практическая деятельность получение навыков:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) заполнение договора на передачу права товарных знаков; б) анализ товарных знаков на рынке; в) решение ситуационных задач. 	8

<p>9. Порядок рассмотрение и разрешение споров в сфере рекламы</p>	<p>9. 1. Порядок рассмотрения и разрешения споров в сфере рекламы судами общей юрисдикции; 9.2. Рассмотрение споров в сфере рекламы арбитражными судами; 9.3 Рассмотрение особенностей дел об оспаривании предписаний антимонопольных органов. 9.4. Практическая деятельность получение навыков: а) оформление искового заявления в арбитражный суд о недостоверной рекламе, представленной рекламным агентством; б) составление решения суда; в) решение ситуационных задач.</p>	<p>8</p>
:		
<p>Итоговая аттестация в форме дифференцированного зачета</p>	<p>Сдача отчета в соответствии с содержанием тематического плана практики по установленной форме</p>	
Всего:		<p>72</p>

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы учебной практики предполагает наличие учебного кабинета «Социально экономических дисциплин» и лаборатории «Информатики и информационных технологий».

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя.

Оборудование лабораторий и рабочих мест лаборатории:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- компьютеры, принтер, сканер, проектор, программное обеспечение общего и профессионального назначения, комплект учебно-методической документации (прикладные компьютерные программы).

Оборудование и технологическое оснащение рабочих мест:

- калькуляторы, мультимедиа проектор.

4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Нормативные акты:

- 1 Конституция Российской Федерации. Принята всенародным голосованием 12.12.1993 г [электронный ресурс]: // режим доступа: справочно-правовая система КонсультантПлюс
- 2 Арбитражный процессуальный кодекс Российской Федерации" (АПК РФ) [электронный ресурс]: федеральный закон от 24.07.2002 г N 95-ФЗ (действующая редакция) // режим доступа: справочно-правовая система КонсультантПлюс
- 3 О рекламе [электронный ресурс]: федеральный закон от 13 марта 2006 г N 38-ФЗ (действующая редакция) // режим доступа: справочно-правовая система КонсультантПлюс
- 4 Гражданский кодекс Российской Федерации часть 2 (ГК РФ) [электронный ресурс]: федеральный закон от 26.01.1996 г (действующая редакция) N 14-ФЗ // режим доступа: справочно-правовая система КонсультантПлюс
- 5 Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях" (КоАП РФ) [электронный ресурс]: федеральный закон от 30.12.2001 г N 195-ФЗ (действующая редакция) // режим доступа: справочно-правовая система КонсультантПлюс
- 6 О защите прав потребителей [электронный ресурс]: федеральный закон от 07 февраля 1992 г N 2300-1 (действующая редакция) // режим доступа: справочно-правовая система КонсультантПлюс 7 Гражданский процессуальный кодекс Российской Федерации (ГПК РФ) [электронный

ресурс]: федеральный закон от 14.11.2002 г N 138-ФЗ (действующая редакция)
// режим доступа: справочно-правовая система КонсультантПлюс

Основные источники:

1. Блюм М.А. Маркетинг рекламы: учебное пособие / М.А. Блюм, Б.И. Герасимов, Н.В. Молоткова. — 2-е изд. — М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2017.- 144с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=882262>
2. Б.И.Герасимов, Виды и средства распространения рекламы: - М.: Форум, 2015.
3. Грибов, В.Д. Основы маркетинга сферы услуг. : учебное пособие / Грибов В.Д. — Москва : КноРус, 2019. — 168 с. — (СПО). — ISBN 978-5-406-06869-4. — URL: <https://book.ru/book/930999>
4. Дударова,Б.О. Правовое регулирование рекламной деятельности.: Курс лекций /Б.О. Дударова, С.А. Пузыревский - М.: Норма: НИЦ ИНФРА-М, 2014. -256 с.: - М.: Норма, . - 256 с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=469894>
5. Еремеева, Н.В. Планирование и анализ бизнес-процессов на основе построения моделей управления конкурентоспособности продукции : монография / Еремеева Н.В. и др. — Москва : Русайнс, 2016. — 104 с. — ISBN 978-5-4365-0749-1. — URL: <https://book.ru/book/920045>
6. Карпова С.В. Рекламное дело:Учебник и практикум для СПО-М.:Юрайт, 2016.-431
7. Парамонова, Т.Н. Маркетинг. : учебное пособие / Парамонова Т.Н., Красюк И.Н. — Москва : КноРус, 2020. — 189 с. — (СПО). — ISBN 978-5-406-07433-6. — URL: <https://book.ru/book/932563>
8. Пястолов, С.М. Основы экономики, менеджмента и маркетинга. Практикум : учебно-практическое пособие / Пястолов С.М. — Москва : КноРус, 2020. — 193 с. — (СПО). — ISBN 978-5-406-07727-6. — URL: <https://book.ru/book/933583>
9. Сакович, С.М. Маркетинговые технологии : монография / Сакович С.М. — Москва : Русайнс, 2019. — 157 с. — ISBN 978-5-4365-3421-3. — URL: <https://book.ru/book/933788>
10. Селезнева Л.В. Написание рекламных текстов: учебное пособие для среднего профессионального образования / Л.В. Селезнева. - М.: Юрайт, 2022. -159с.
11. Синяева И.М. Основы рекламы: учебник и практикум для среднего профессионального образования / И.М. Синяева, О.Н. Жильцова, Д.А. Жильцов. – М.? Юрайт, 2022.-552с
12. Шарков, Ф.И. Рекламная деятельность. : учебник / Шарков Ф.И. — Москва : КноРус, 2018. — 287 с. — (для бакалавров). — ISBN 978-5-406-06439-9. — URL: <https://book.ru/book/930094>
13. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике [Электронный ресурс] :

Уч.

пос. / Ф. И. Шарков. - М.: Дашков и К, 2012. - 336 с.
<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=414955>

14. Эриашвили Н.Д. Правовое регулирование рекламной деятельности / Эриашвили Н.Д. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 240 с.
<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=882001>

Электронные ресурсы

1. Правовое обеспечение профессиональной деятельности: электронный учебник: учебное пособие для студентов учреждений среднего профессионального образования / ред. А.Я. Капустин. - Эл. текстовые данные - М.: Юрайт, 2018 - эл. опт. диск (CD-ROM)

Интернет-ресурсы:

- информационно-правовой портал «Гарант»

<http://www.consultant.ru/> - компания «КонсультантПлюс», тематический классификатор «Гражданское право»

<http://exsolver.narod.ru/Books/Management/adman/index.html/> - библиотека EXSOLVER <http://www.fas.gov.ru/adcontrol/index.shtml/> - Федеральная антимонопольная служба (ФАС России)

<http://www.e-college.ru/> - проект Московского института экономики, менеджмента и права (МИЭМП), посвященный дистанционному обучению

<http://www.zakonrf.info/zoreklame/19/> - кодексы и законы РФ - правовая навигационная система

<http://www.vsetreningi.m/magazine/grebennikov-advertising-practice/> журнал «Реклама. Теория и практика»

www.ir-magazine.ru Официальный сайт журнала Индустрия рекламы

www.prosmi.ru/magazin/practic Официальный сайт журнала Практика

рекламы www.advi.ru Официальный сайт журнала Рекламные идеи.

Дополнительные источники:

1. Матвеев, Р.Ф. Правовое обеспечение профессиональной деятельности: краткий курс/Р.Ф. Матвеев,-М.: Форум, 2011,- 128 с.
2. Правовое обеспечение профессиональной деятельности: учебное пособие / ред. А.Я. Капустин,- М.: Юрайт, 2011,- 382 с.
3. Тыщенко, А.И. Правовое обеспечение профессиональной деятельности: учебник/ А.И. Тыщенко,-Ростов-н/Д: Феникс, 2007.-254 с.

4.3 Общие требования к организации образовательного процесса

Учебная практика проводится мастерами производственного обучения и/или преподавателями профессионального цикла.

Учебная практика проводится рассредоточено.

Для прохождения учебной практики каждому студенту колледжа выдаются задания (Приложение А). По окончании практики руководитель практики заполняет на каждого студента аттестационный лист (Приложение Б).

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Мастера производственного обучения или преподаватели профессионального цикла, осуществляющие руководство учебной практикой обучающихся, должны иметь высшее или среднее профессиональное образование по профилю специальности, проходить стажировку в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года и иметь квалификационный разряд по профессии.

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Профессиональные компетенции	Оцениваемые знания и умения, действия
ПК 3.1. Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.	<p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей; - анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп; - проводить сегментирование рынка; <p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - структуру рекламного рынка.
ПК 3.2 – Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.	<p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта; - разрабатывать рекламный продукт, составлять слоган; - плакирование рекламной компании; - использование сети интернет для продвижения рекламного продукта. <p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - задачи, цели и общие требования к рекламе; - основные направления рекламной деятельности; - виды рекламной деятельности;

Министерство образования и науки Забайкальского края

ГПОУ «ЧИТИНСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»

ЗАДАНИЕ НА УЧЕБНУЮ ПРАКТИКУ

ПМ.03. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта

Ф.И.О. студента _____

Учебная группа _____ Курс **II**Специальность **38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет**

Сроки практики _____

№	Содержание заданий	Кол-во часов	ОК ПК
1	Изобразить схему комплекса; составление таблицы классификации требований; решение ситуационных задач	8	ОК 1-7, ОК 9-11 ПК 3.1, 3.2
2	Разработка слогана для целевой аудитории; разработка рекламного продукта; решение ситуационных задач.	8	ОК 1-7, ОК 9-11 ПК 3.2, 3.1
3	Рассчитать стоимость рекламы; решение ситуационных задач.	8	ОК 1-7, ОК 9-11 ПК 3.2,
4	Составление плана маркетинга; решение ситуационных задач..	8	ОК 1-7, ОК 9-11 ПК 3.1,3.2
5	Разработка рекламного продукта на перечень товаров; решение ситуационных задач.	8	ОК 1-7, ОК 9-11 ПК 3.2,
6	Составление договора; разработка рекламного продукта на услуги; составление ситуационных задач.	8	ОК 1-7, ОК 9-11 ПК 3.2
7	Заполнить логическую схему запроса в поисковой системе Яндекс разработка и создание сайта предприятия; решение ситуационных задач;	8	ОК 1-7, ОК 9-11 ПК 3.1, 3.2
8	Заполнение договора на передачу права товарных знаков; анализ товарных знаков на рынке; решение ситуационных задач.	8	ОК 1-7, ОК 9-11 ПМ 3.2
9	Заполнение искового заявления; составление решения суда; решение ситуационных задач	8	ОК 1-7, ОК 9-11 ПК 3.1

Руководитель практики: _____ / _____
(подпись) (расшифровка подписи)

Дата « ____ » _____ 202__ г.

Задание принял к исполнению: _____ / _____
(подпись) (расшифровка подписи)