

ДЕПАРТАМЕНТ ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ
«ТЮМЕНСКИЙ ТЕХНИКУМ ИНДУСТРИИ ПИТАНИЯ, КОММЕРЦИИ И СЕРВИСА»


РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ (ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА)

по специальности 42.02.01 Реклама

Тюмень, 2024

Рабочая программа учебной дисциплины разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденным приказом Министерства образования и науки России от 21.07.2023 N 552 зарегистрированного министерством юстиции РФ № 74908 от 22.08.2023г.

Разработчик: Киракосян И.Н., преподаватель

Рассмотрено и одобрено
на заседании ПЦК ЭУиК
Протокол № 10 от «23» мая 2024 г.
Председатель ПЦК
 Л.А.Перцева
(подпись)

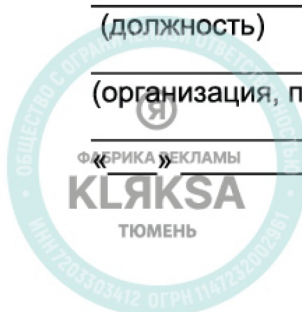
СОГЛАСОВАНО

(должность)

(организация, предприятие)

ФЕДЕРАЦИЯ РЕКЛАМЫ

2024 г



СОДЕРЖАНИЕ

1. Паспорт рабочей программы практической подготовки (производственная практика)	4
2. Результаты освоения программы практической подготовки (производственная практика)	5
3. Структура и содержание практической подготовки (производственная практика)	8
4. Условия реализации программы практической подготовки (производственная практика)	13
5. Контроль и оценка результатов практической подготовки (производственная практика)	16

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ (ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА) ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

1.1 Место практической подготовки (производственная практика) в структуре основной профессиональной образовательной программы

Программа практической подготовки (производственная практика) является частью основной профессиональной образовательной программы по профессии 54.01.20 Графический дизайнер в части освоения видов деятельности:

- ВД 1. Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта;
- ВД 2. Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий;
- ВД 3. Разработка и реализация кампаний бренда в сети Интернет инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях;
- ВД 4. Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений, и творческих материалов на основных рекламных носителях
- ВД 5. Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих агент рекламный

1.2. Цели практической подготовки (производственная практика)

Цель практической подготовки (производственная практика): формирование у обучающегося общих и профессиональных компетенций, приобретение практического опыта.

1.3. Продолжительность практической подготовки (производственная практика)

7 недель, 252 часа.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ (ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА)

Результатом освоения программы практической подготовки (производственная практика) является овладение обучающимися видами деятельности, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Требования к освоению вида деятельности			
ПК (наименование)	Владеть навыками	Уметь	Знать
ПК 1.1. Определение целевой аудитории и целевых групп.	– определение целевой аудитории и целевых групп;	– производить качественные аналитические исследования целевой аудитории и потребителей;	– способы анализа рынка, целевой аудитории и конкурентной среды;
ПК 1.2. Проведение анализа объема рынка.	– проведение анализа объема рынка;	– анализировать каналы коммуникации в соответствии характеристикам аудитории;	– аудиторию различных средств рекламы;
ПК 1.3. Проведение анализа конкурентов.	– проведение анализа конкурентов; определять и оформлять цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий;	– доводить информацию заказчика до целевой аудитории;	– формы и методы работы с аудиторией, мотивации труда;
ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.	– выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;	– использовать приемы привлечения аудитории при проведении исследований;	– технологии воздействия на аудиторию при проведении маркетингового исследования;
	– использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;	– использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при проведении исследований;	– методов и технологии изучения рынка, его потенциала и тенденций развития;
	– планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной	– уметь завоевывать доверие и внимание аудитории при проведении исследований, привлекать и мотивировать ее участие в исследовании;	– отраслевую терминологию;
		– производить качественные аналитические исследования рынка;	– методики и инструменты для проведения маркетингового исследования;
		– производить качественные	– структуру и алгоритм проведения исследований и требования к ним;
			– основ маркетинга;
			– принципов выбора каналов коммуникации;
			– виды и инструменты маркетинговых коммуникаций;

	<p>сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;</p> <ul style="list-style-type: none"> – эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде; – осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста; – содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях; пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках. 	<p>аналитические исследования конкурентной среды;</p> <ul style="list-style-type: none"> – уметь организовывать и уверенно проводить маркетинговые исследования, определять их задачи; – преобразовывать требования заказчика в бриф; – распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; – анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; определять этапы решения задачи; – выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; – составлять план действия; определять необходимые ресурсы; – владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; реализовывать составленный план; – оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника); 	<ul style="list-style-type: none"> – важность учета пожеланий заказчика при разработке при планировании коммуникационных каналов и разработке творческих стратегий; – важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей; – актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; – основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте; – алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; – методы работы в профессиональной и смежных сферах; – структуру плана для решения задач; – порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности; – номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности; – приемы структурирования информации; – формат оформления
--	---	---	--

		<ul style="list-style-type: none"> – определять задачи для поиска информации; – определять необходимые источники информации; – планировать процесс поиска; – структурировать получаемую информацию; – выделять наиболее значимое в перечне информации; – оценивать практическую значимость результатов поиска; – оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; – использовать современное программное обеспечение; – использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач; – определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; – применять современную научную профессиональную терминологию; – определять и выстраивать траектории 	<p>результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации;</p> <ul style="list-style-type: none"> – порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств; – содержание актуальной нормативно-правовой документации; – современная научная и профессиональная терминология; – возможные траектории профессионального развития и самообразования; – основы предпринимательской деятельности; – основы финансовой грамотности; – правила разработки бизнес-планов; – порядок выстраивания презентации; – психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности; – основы проектной деятельности;
--	--	--	--

		<p>профессионального развития и самообразования;</p> <ul style="list-style-type: none"> – выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи; – презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; – оформлять бизнес-план; – определять источники финансирования; – организовывать работу коллектива и команды; – взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности; – грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе; – соблюдать нормы экологической безопасности; – определять направления ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности по специальности <p>осуществлять работу с соблюдением принципов бережливого</p>	<ul style="list-style-type: none"> – особенности социального и культурного контекста; – правила оформления документов и построения устных сообщений; – правила экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности; – основные ресурсы, задействованные в профессиональной деятельности; – пути обеспечения ресурсосбережения; – принципы бережливого производства; – основные направления изменения климатических условий региона; – правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы; – основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика); лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности; – особенности произношения; – правила чтения текстов
--	--	--	--

		<p>производства;</p> <ul style="list-style-type: none"> – организовывать профессиональную деятельность с учетом знаний об изменении климатических условий региона; – понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы; – участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; – строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; – кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые); <p>писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы.</p>	<p>профессиональной направленности.</p>
<p>Практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> - осуществления деятельности по поиску и привлечению клиентов; - работы в рекламных акциях в качестве исполнителя; - ведения переговоров с клиентом; - консультирования клиента, предоставляя информацию о предлагаемом товаре, услуге; - использования офисной оргтехники, информационных и коммуникационных технологий при работе с клиентом, заказчиком рекламы; - использования современных информационных и коммуникационных средств для размещения и продвижения рекламы; - установления контакта со средствами массовой информации по вопросам размещения рекламы. 			

ОК 1. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
ОК 2. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
ОК 3. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях
ОК 4. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде
ОК 5. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста
ОК 7. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях
ОК 9. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ (ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА)

3.1. Тематический план практической подготовки (производственная практика)

Коды профессиональных компетенций	Наименование профессионального модуля	Всего часов	Практическая подготовка	
			Учебная, часов	Производственная, часов
1	2	3	4	5
ПК 1.1-ПК.1.4	ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	72	36	36
ПК.2.1-ПК.2.5	ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	144	72	72
ПК.3.1-ПК.3.3	ПМ. 03. Разработка и реализация кампаний бренда в сети Интернет инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях	72	36	36
ПК.4.1-ПК.4.3	ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений, и творческих материалов на основных рекламных носителях	72	36	36
ПК. 5.1-ПК. 5.7	ПМ. 05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих агент рекламный	108	36	72
ИТОГО		576	216	252

3.2. Содержание обучения практической подготовки (производственная практика)

Наименование тем	Виды работ		Объем часов
1	2		3
ПМ.01 Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта			
Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта			
	1	Вводный инструктаж по охране труда. Организация рабочего места. Анализ состава рынка. проведение сегментирования на рынке	6
	2	Разработка плана проведения исследований потребителей. Разработка средств продвижения рекламы в средствах массовой информации и обоснование этих решений. Подготовка плана проведения рекламной кампании.	6
	3	Определить потребителя. Найти аналоги элементов фирменного стиля. Изложить свое	6

		понимание фирменного стиля и его составляющих: - Логотип (товарный знак). Основные требования к визуальному решению. - Визитка. Виды визиток. - Бланки. - Конверты. - Листовка. - Фирменная одежда, аксессуары.	
	4	Выполнить их анализ по эстетическим и художественно-стилистическим признакам. Определить основную образную идею проекта – дизайнконцепцию, сформулировать ее смысловое содержание как идейно-тематическую основу проектного замысла (образ, текстовое содержание).	6
	5	Подготовить эскизы логотипа, образ, шрифтовое решение. Композиционные схемы. Выбрать оптимальные выразительные и художественно-изобразительные средства для исполнения фирменного стиля. Выполнить графическое решение проекта с помощью графического редактора CorelDraw.	6
	6	Подготовка отчета. Оформление раздела отчета по практике.	6
Промежуточная аттестация – дифференцированный зачет			
ИТОГО			36
ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий			
Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	1	Вводный инструктаж по охране труда. Организация рабочего места. Анализ потребительских свойств рекламируемого товара. Анализ состояния рынка	6
	2	Изучить и провести анализ целевой аудитории для вывода на рынок нового товара (по заказу рекламодателя).	6
	3	Разработка стратегии и тактики проведения рекламной компании.	6
	4	Определить цели и концепцию рекламной компании, виды рекламы.	6
	5	Выбор средств рекламы в соответствии с рекламной идеей.	6
	6	Составить план творческих работ.	6
	7	Составить план использования видов, средств, методов, носителей рекламы.	6
	8	Сформировать предварительную смету затрат на изготовление рекламного продукта.	6
	9	Составить план-график проведения рекламной компании.	6
	10	Разработка и изготовление рекламного продукта (макет).	6
	11	Определить эффективность рекламной компании. Рассчитать рекламный бюджет данного проекта.	6
	12	Подготовка отчета. Оформление раздела отчета по практике.	6
Промежуточная аттестация – дифференцированный зачет			
ИТОГО			72
ПМ. 03 Разработка и реализация кампаний бренда в сети Интернет инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях			
Разработка и реализация	1	Вводный инструктаж по охране труда. Организация рабочего места	6

кампаний бренда в сети Интернет инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях	2	Создание клиентской базы для рекламного предприятия	6
	3	Изучить характер работы рекламных и PR специалистов, работающих на предприятии.	6
	4	Изготовить рекламный и/или PR материал.	6
	5	Подготовить презентационный отчет о ходе практики. Подготовить презентационный отчет о ходе практики. Изготовленная рекламная продукция. Защита проекта	6
	6	Подготовить презентационный отчет о ходе практики. Изготовленная рекламная продукция. Защита проекта	6
ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений, и творческих материалов на основных рекламных носителях			
Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений, и творческих материалов на основных рекламных носителях	1	Вводный инструктаж по охране труда. Организация рабочего места.	1
	2	Изучить и провести анализ целевой аудитории	2
	3	Получение задания, составление брифа, утверждение у заказчика	3
	4	Поиск инсайта и ключевых рекламных решений	4
	5	Разработка рекламной продукции. Сдача проекта заказчику	5
	6	Подготовить презентационный отчет о ходе практики. Изготовленная рекламная продукция. Защита проекта	6
Промежуточная аттестация – дифференцированный зачет			
ИТОГО			36
ПМ. 05 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих агент рекламный			
Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих агент рекламный	1	Вводный инструктаж по охране труда. Организация рабочего места.	6
	2	Изучить и провести анализ целевой аудитории. Получение задания, составление брифа, утверждение у заказчика.	6
	3	Создать рекламное агентство. Организовать и провести PR-акцию рекламного агентства.	6
	4	Провести переговоры с заказчиком рекламы.	6
	5	Принять и оформить заказ на рекламу: разработать айдентику на один из международных праздников, разработать макет рекламной студенческой газеты, провести верстку в редакторе Adobe in Design, напечатать газеты	6
	6	Подготовка отчета. Оформление раздела отчета по практике. Защита проекта	6
Промежуточная аттестация – дифференцированный зачет			
ИТОГО			36

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ (УЧЕБНАЯ ПРАКТИКА)

4.1. Место проведения практической подготовки (Учебная практика)

Учебная практика проводится на базе учебного заведения с использованием специальных программных продуктов.

4.2. Требования к документации

- аттестационный лист (заполняет руководитель практической подготовки об уровне освоения профессиональных компетенций);
- характеристика организации на обучающегося по освоению общих компетенций в период прохождения практической подготовки;
- дневник практической подготовки (с приложениями); □ отчет по практической подготовке.

4.3. Требования к материально-техническому обеспечению

Реализация программы предполагает наличие лаборатории компьютерной графики и видеомонтажа, фотостудии, видеостудии, мини- типографии, багетной мастерской, фотолaborатории, лаборатории информационных и коммуникационных технологий, кабинет экономики и менеджмента.

Штатив Manfrotto Compact, цифровой фотоаппарат NikonD5600, цифровой фотоаппарат Canon 800D, флэшметр sekonic L308, стойка для освещения, стрибок SBG 30160, октобокс Godox SB-FW140, софтбокс Godox 90-90, пульт-радиосинхронизатор Godox X 1T , портретная тарелка 41см., осветитель ручной Falcon 60 led , насадка фоновая FEA, насадка коническая, кран, комплект пластиновых фонов BGK-0613, комплект АК- R1 для вспышки с круглой головкой, вспышка студийная Godox QT600II-M, вспышка накамерная Godox Ving V 1 N TTL, вспышка накамерная YongNuo Speedlite YN 968 для Nikon, вспышка накамерная YongNuo Speedlite YN 600EX-RTII для Canon, доска магнитно- меловая, стол письменный, кресло крутящееся, стулья, шкаф закрытый для документов, шкаф со стеклом., телевизор , интерактивная доска, проектор, стол для обслуживания оборудования, компьютер моноблок Apple iMac27, блок бесперебойного питания, система хранения Promise, наушники Audiotechnica, телевизор Samsung, напольная стойка для телевизора на роликах, видеокамера Canon C 300Mark II комплект оборудования к ней, штативная система Manfrotto545GB/509HD, накамерный свет Dedolight DLOBMI 2 Ledzilla 2, комплект осветительных приборов Dedolight S1B, стойка для акустики Metal Design MD, сетевой фильтр Pilot L, мини-типография: цветное лазерное МФУ формата A3, рулонный ламинатор, биговщик, переплетчик на металлическую пружину, степлер, резак для бумаги, обрезчик углов. Учебная аудитория для проведения занятий всех видов, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации оснащённая: системой хранения, информационно-тематическими стендами, акустической системой, которая включает в себя мультимедийное оборудование и беспроводную сеть Wi-fi; электронными средствами обучения, учебными видеофильмами; -компьютером с базовым лицензионным программным обеспечением: Microsoft Windows 10; Microsoft Office 2016 Professional; Kaspersky endpoint security; 7zip (Свободно распространяемое ПО); Adobe Creative Cloud для образовательных организаций Microsoft Office 2016 Professional; CorelDraw 2018; расходные материалы (багетный профиль, картон, пленка для наката, пенокартон и дибонт, фурнитура для крепления).

Доска магнитно- меловая, проектор, доска интерактивная, моноблок, флипчарт, стол компьютерный, стол преподавательский, парты, стулья компьютерные, стулья, шкаф архивный, шкаф открытый, Microsoft Windows 10; Microsoft Office 2016 Professional;

Kaspersky endpoint security; 7zip (Свободно распространяемое ПО); Adobe Creative Cloud для образовательных организаций Microsoft Office 2016 Professional; CorelDraw 2018

4.4. Перечень учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

9. Бернадская, Ю.С. Текст в рекламе: учебное пособие для вузов / Ю. С. Бернадская. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. - 288 с.
10. Макарова Т.В. Основы информационных технологий в рекламе: учебное пособие. – М.: Юнити-Дана, 2009. – 271 с.
11. Васильев Г.А., Романов А.А., Поляков В.А Технологии производства рекламной продукции.- М.: Вузовский учебник, 2011. - 272 с.
12. Разработка и технологии производства рекламного продукта: учебник / под ред. Л.М. Дмитриевой. – М.: Экономистъ, 2008. – 639 с.: ил.
13. Павлов И.В. Техника и технология рекламного видео: учебник. - М.: Академия, 2014. - 288 с.
14. 1.Синяева, И. М. Основы рекламы [Электронный ресурс]: учебник и практикум для СПО / И. М. Синяева - Москва : Юрайт, 2022 - 552 с. - (Профессиональное образование). – URL: www.biblio-online.ru
15. 2. Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства [Электронный ресурс]: учебник и практикум для СПО / В. А. Поляков. - Москва : Юрайт, 2022. - 514 с.: [12] с. цв.вкл. - (Профессиональное образование). – URL: www.biblioonline.ru
16. 3.Правовое обеспечение профессиональной деятельности [Электронный ресурс]: учебник и практикум для СПО / под общ. Ред. А. А. Капустина. – 2-е изд., перераб. И доп. – Москва : Юрайт, 2021 – 382 с. – (Профессиональное образование). – URL: www.biblio-online.ru

9.

Дополнительные источники:

14. Мандель Б.Р. Социальная реклама: учебное пособие. - М.: Инфра-М, 2014. - 302 с.
15. Реклама в местах продаж: учебное пособие /сост. Т.Б. Колмышкина. - М.: Форум, 2014. - 232 с.
16. Введенская, Л.А., Черкасова, М.Н. Русский язык и культура речи: учеб. пособие / Л.А. Введенская, М.Н. Черкасова. – Ростов н/Д: Феникс, 2008. – 384 с.
17. Дмитриева, Л.М. Разработка и технологии производства рекламного продукта: учебник / Л.М. Дмитриева.- М.: Экономистъ, 2008.- 639 с.
18. Курдюкова, Л.А. Литературное редактирование для PR- специалистов учебное пособие / Л.А. Курдюкова.- Балашиха: Де-По, 2011.- 216 с.
19. Овчинникова Р.Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования: учеб. пособие. – М.: Юнити-Дана, 2010. – 271 с.
20. Середа К.Н. Справочник по рекламе. – Ростов н/Д.: Феникс, 2010. – 301 с.
21. Мазилкина Е.И. Основы рекламы: учебное пособие. - М.: Альфа-М, 2015. - 240 с.
22. Васильев Г.А., Романов А.А., Поляков В.А Технологии производства рекламной продукции.- М.: Вузовский учебник, 2011. - 272 с.
23. Разработка и технологии производства рекламного продукта: учебник / под ред. Л.М. Дмитриевой. – М.: Экономистъ, 2008. – 639 с.: ил.
24. Герасимов Б.И., Молоткова Н.В., Блюм М.А. Виды и средства распространения рекламы: Учебное пособие.- М.: Форум, 2011.- 128 с.

25. Хапенков В. Н. Организация рекламной деятельности: учебное пособие для НПО. – 4-е изд., стер. – М. Академия» 2008. – 240 с.
26. Карпова, С. В. Рекламное дело [Электронный ресурс]: учебник и практикум для СПО / С. В.Карпова. – 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юрайт, 2022 - 431 с.- (Профессиональное образование). – URL: www.biblio-online.ru

Интернет-ресурсы:

15. Конституция Российской Федерации. Принята всенародным голосованием 12.12.1993 г [электронный ресурс]: // режим доступа: справочно-правовая система КонсультантПлюс
16. Гражданский кодекс Российской Федерации часть 1 (ГК РФ) [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 22.11.2013 г N 1293-р (действующая редакция) // режим доступа: справочно-правовая система КонсультантПлюс.
17. 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
18. Гражданский кодекс Российской Федерации часть 4 (ГК РФ) [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 18.12.2006 г N 230-ФЗ (действующая редакция) // режим доступа: справочно-правовая система КонсультантПлюс
19. 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
20. 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
21. 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
22. О рекламе [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 13 марта 2006 г N 38ФЗ (действующая редакция) // режим доступа: справочно-правовая система КонсультантПлюс
23. О саморегулируемых организациях [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 01 декабря 2007 (действующая редакция) // режим доступа: справочно-правовая система КонсультантПлюс
24. О защите прав потребителей [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 07 февраля 1992 г N 2300-1 (действующая редакция) // режим доступа: справочно-правовая система КонсультантПлюс
25. О лицензировании отдельных видов деятельности [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 13 июля 2001 г. // режим доступа: справочно-правовая система КонсультантПлюс
26. <http://www.twirpx.com/file/15689> - Русский язык и культура речи.
27. <http://www.master-text.spb.ru/> - Рекламный текст.
28. [HTTP://WWW.INTUIT.RU/](http://WWW.INTUIT.RU/) - Интернет университет информационных технологий.

4.5. Требования к руководителям практической подготовки

Требования к квалификации педагогических (инженерно-педагогических) кадров, обеспечивающих обучение по профессиональному модулю «Производство рекламной продукции»: наличие высшего профессионального образования, соответствующего профилю преподаваемого модуля.

Требования к руководителям практической подготовки от образовательного учреждения:

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой: наличие высшего профессионального образования, соответствующего профилю преподаваемого модуля с обязательной стажировкой в профильных организациях не реже 1-го раза в 3 года.

4.6. Требования к соблюдению техники безопасности и пожарной безопасности

ТРЕБОВАНИЯ БЕЗОПАСНОСТИ ПЕРЕД НАЧАЛОМ РАБОТЫ

7. Проверить наличие, исправность оградительных и предохранительных устройств, средств индивидуальной защиты, провести их в порядок.

8. Надеть спецодежду, застегнуть ее на все пуговицы, волосы убрать под головной убор. Спецодежда и спецобувь должны быть соответствующих размеров, чистыми и не стеснять движений.

9. Проверить состояние рабочего места - если оно не убрано или загромождено, принять меры к его очистке. Убедиться в наличии свободных проходов и проездов.

10. Осмотреть оборудование, на котором предстоит работать, и убедиться в его исправности, в наличии видимого заземления.

11. Убедиться в достаточности освещения рабочего места путем включения светильников (освещение должно быть равномерным, исключающим образование резких теней).

12. О замеченных нарушениях сообщить непосредственному руководителю работы. Приступать к работе только после устранения нарушений.

ТРЕБОВАНИЯ БЕЗОПАСНОСТИ ВО ВРЕМЯ РАБОТЫ

6. Во время работы необходимо соблюдать требования инструкций по охране труда, инструкции о мерах пожарной безопасности, требования технологических регламентов.

7. Оборудование необходимо отключить от электросети при:

- регулировке, настройке, чистке и уборке оборудования; - уходе от оборудования или временном прекращении работы; - обнаружении неисправности.

8. В процессе работы следить за показаниями контрольно-измерительных приборов и техническим состоянием оборудования. Не прикасаться к находящимся в движении механизмам и вращающимся частям оборудования.

9. Содержать в порядке и чистоте рабочее место, не допускать загромождения его материалами, заготовками, отходами производства.

Не допускать работу при недостаточной освещенности рабочего места.

10. Не передавать свою работу и управление оборудования лицами, не имеющим права работы на этом оборудовании.

ТРЕБОВАНИЯ БЕЗОПАСНОСТИ В АВАРИЙНЫХ СИТУАЦИЯХ

3. При замеченных неисправностях применяемого оборудования или создании аварийной обстановки при выполнении работ необходимо выключить оборудование; по возможности принять меры к устранению источника опасности. О создавшейся ситуации следует сообщить непосредственному руководителю работ и способствовать устранению аварийной ситуации.

4. При получении работником травмы, отравления или внезапном заболевании нужно по возможности сообщить об этом руководителю работ, который обязан

организовать пострадавшему первую помощь и, при необходимости, доставить пострадавшего в медицинское учреждение.

ТРЕБОВАНИЯ БЕЗОПАСНОСТИ ПО ОКОНЧАНИИ РАБОТЫ

1. Выключить оборудование, на котором производилась работа. Привести в порядок рабочее место (очистить от отходов производства). Выключить местное освещение.
2. Снять спецодежду и спецобувь, очистить от загрязнений и положить на хранение в отведенное место.
5. Обо всех замеченных недостатках в работе оборудования сообщить непосредственному руководителю работ.
6. Вымыть руки и лицо теплой водой с мылом.

В ПОМЕЩЕНИЯХ УЧЕБНОГО ЗАВЕДЕНИЯ ЗАПРЕЩАЕТСЯ:

- загромождать лестничные клетки, коридоры и проходы мебелью, различными материалами, закрывать наглухо двери запасных выходов;
- применять открытый огонь, допускать курение (кроме специально отведенных мест);
- применять в помещениях электроплитки, электронагревательные приборы с открытыми спиралями, кипятильники, электрочайники;
- устраивать в лестничных клетках рабочие, складские и иного назначения помещения, прокладывать газопроводы, трубопроводы с легковоспламеняющимися и горючими жидкостями, а также устанавливать оборудование, препятствующее передвижению людей;
- применять для целей отопления помещений нестандартные (самодельные) нагревательные печи;
- пользоваться поврежденными розетками, осветительными и соединительными коробками и другими электроустановочными изделиями;
- устраивать электросети временки, скручивать и оттягивать электропровода, применять для светильников самодельные абажуры из бумаги и других горючих материалов.

ПРИ ВОЗНИКНОВЕНИИ ЗАГОРАНИЯ ПРЕПОДАВАТЕЛИ ОБЯЗАНЫ:

- поднять тревогу, немедленно сообщить в пожарную охрану по телефону – 01;
- принять меры к эвакуации людей из здания и материальных ценностей;
- одновременно приступить к тушению пожара (загорания) имеющимися средствами пожаротушения.