

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

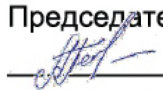
РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ (УЧЕБНАЯ ПРАКТИКА)

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 (учебная практика)	4
2. Результаты освоения программы практической подготовки (учебная практика)	5
3. Структура и содержание практической подготовки (учебная практика)	8
4. Условия реализации программы практической подготовки (учебная практика)	12
5. Контроль и оценка результатов практической подготовки (учебная практика)	15

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ (УЧЕБНАЯ ПРАКТИКА)

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

Программа практической подготовки (учебная практика) является частью основной профессиональной образовательной программы по специальности 42.02.01 Реклама 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 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений, и творческих материалов на основных рекламных носителях;
- 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 (учебная практика)

Цель практической подготовки (учебная практика): подготовительный этап практического обучения обучающихся для последующего освоения ими общих и профессиональных компетенций по избранной специальности/профессии.

1.3. Продолжительность практической подготовки (учебная практика)

6 недель, 216 часов.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ (УЧЕБНАЯ ПРАКТИКА)

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

Требования к освоению вида деятельности			
Вид деятельности: ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений, и творческих материалов на основных рекламных носителях			
ПК (наименование)	Владеть навыками	Уметь	Знать
ПК 4.1. Разрабатывать творческие рекламные решения для достижения целей креативной стратегии рекламной/коммуникационной кампании	<ul style="list-style-type: none"> – подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом Уникального Предложения (УТП); – поиска и подбора оригинального нейма и слогана; – определения оригинальной идеи для рекламной кампании; – подбора и использования визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектов объекта рекламирования с учетом инсайта для РК; – оформления текстовых и графических документов; – оформление рекламных носителей, в том числе текстовых 	<ul style="list-style-type: none"> – использовать поисковые системы интернета – использовать технологии поисково-контекстной рекламы и их системы размещения; – определять эффективные УТП (уникальные торговые предложения) и офферы; – доводить информацию заказчика до ЦА; – использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество; – использовать специальные методы и сервисы повышения обратной связи с ЦА; – проверять рекламные материалы на уникальность / оригинальность ; – использовать специальные 	<ul style="list-style-type: none"> – виды и инструменты маркетинговых коммуникаций; – отраслевую терминологию; – требования к визуальным и текстовым материалам в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; – технологии воздействия на аудиторию при с применением визуальных и текстовых материалов в социальные сети и на сайте объекта рекламирования в соответствии поставленным задачам; – важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании; – программное обеспечение, необходимое для
ПК 4.2. Разрабатывать творческие рекламные решение в целях тактического планирования рекламной коммуникационной компании			
ПК 4.3. Проводить разработку и размещение рекламного контента для продвижения торговой марки/бренда/организации в сети Интернет			

	<p>и графических; – создания визуальных идей фотоизображений, рекламных проектов визуальной информации, идентификации и коммуникации, фото- и видеопроектв объекта рекламирования с учетом, поставленных задач в области рекламы.</p>	<p>профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете;</p> <ul style="list-style-type: none"> – создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий; – конвертировать файлы в нужные форматы; – использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат; – размещать рекламные материалы в социальных медиа; – подбирать визуальные и текстовые материалы в социальных сетях и на сайте объекта рекламирования для интернет-продвижения; – представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов; – обеспечивать качественное функционирование сайта; – писать 	<p>макетирования рекламных носителей;</p> <ul style="list-style-type: none"> – возможности интернет-ресурсов для макетирования рекламных носителей; – виды сайтов, их возможности и варианты применения; – требования к качественному функционированию сайтов; – технические средства создания визуального контента; – возможности и ресурсы для макетирования рекламных носителей; – структуру брифа и требования к нему; – важность учета пожеланий заказчика при разработке фирменного дизайна и элементов фирменного стиля; – важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей; – требования к электронной презентации для обеспечения максимальной коммуникации с аудиторией; <p>технологии воздействия на аудиторию при проведении</p>
--	---	---	--

		<p>оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов;</p> <ul style="list-style-type: none"> – создавать графические материалы рекламного характера; – находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА; – разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации, представляя их в виде мудборда или референсов; – составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа; – создавать оригинальные, современные по стилю сайты; – разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику; – использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов; – повышать информацион 	<p>презентаций и защит проектов..</p>
--	--	--	---------------------------------------

		ую наглядность сайтов; – создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях.	
<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 (УЧЕБНАЯ ПРАКТИКА)

3.1. Тематический план практической подготовки (учебная практика)

Коды профессиональных компетенций	Наименование профессионального модуля	Всего часов	Практическая подготовка	
			Учебная, часов	Производственная, часов
ПК 1.1 – ПК 1.4	Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	76	36	36
ПК 2.1 – ПК 2.2	Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	144	72	72
ПК 3.1 – ПК 3.3	Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	72	36	36
ПК 4.1 – ПК 4.3	Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях	72	36	36
ПК 5.1 – ПК 5.3	Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих Агент рекламный	108	36	72
ИТОГО		472	216	252

3.2. Содержание практической подготовки (учебная практика)

Наименование тем	Виды работ		Объем часов
ПМ.01 ПРОВЕДЕНИЕ ИССЛЕДОВАНИЙ ДЛЯ СОЗДАНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА			
Тема 1.2. Проведение первичного анализа рынка.	Виды работ		36
	1	Ознакомление с целями и задачами учебной практики. Инструктаж по технике безопасности	2
	2	Анализ конкурентов. Определение целевой аудитории и целевых групп.	10
	3	Анализ основных показателей рынка и конкурентный анализ	6
	4	Цели и задачи рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	6
Тема 1.1. Разработка брифа.	5	Общая информация о компании. Название компании, контактные данные, ниша бизнеса, ссылки на сайт и соцсети	6
	6	Описание товара и услуги, которую нужно продвигать. География продвижения. Краткое описание целевой аудитории.	6
Промежуточная аттестация – дифференцированный зачет			
ИТОГО			36
Наименование тем	Виды работ		Объем часов
ПМ.02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий			
Тема 1.1 Разработка и осуществление	Виды работ		72
	1	Ознакомление с целями и задачами учебной практики. Инструктаж по технике безопасности	2

стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	2	Анализ случаев и сценариев: изучение реальных бизнес-случаев, разбор успешных и неудачных кампаний, создание собственных сценариев и стратегий	10
	3	Разработка рекламных концепций: планирование и создание прототипов рекламных материалов, выбор каналов распространения, определение целевой аудитории	6
	4	Проведение маркетинговых исследований: планирование и проведение опросов, анализ потребительского поведения, интерпретация полученных данных	6
	5	Работа с медиа: планирование медиа-стратегий, работа с различными типами медиа, включая онлайн и офлайн каналы	6
	6	Практические упражнения по коммуникациям: разработка и презентация речей, участие в дебатах, тренировка навыков общения и убеждения	6
	7	Создание портфолио: компиляция и представление портфолио работ, включая рекламные материалы, проекты и отчеты	6
	8	Этика и законодательство в рекламе: изучение и анализ законов и этических норм, регулирующих рекламную деятельность	6
	9	Технологические навыки: освоение программ и инструментов для дизайна, аналитики и управления проектами	6
	10	Командная работа: участие в групповых проектах, разработка стратегий и тактик в команде, оценка эффективности командной работы	6
	11	Участие в семинарах и воркшопах: активное участие в дополнительных занятиях, мастер-классах от профессионалов отрасли, сетевых мероприятиях	6
	12	Отчетность и отражение: подготовка отчетов о проделанной работе, рефлексия над полученным опытом, планирование дальнейшего развития	6
	Наименование тем	Виды работ	
ПМ.03 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде интернет средствами цифровых коммуникационных технологий			
Тема 1.1 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	Виды работ		36
	1	Ознакомление с конструктором сайтов	6
	2	Анализ конкурентов. Определение целевой аудитории и целевых групп.	6
	3	Разработка графических элементов	6
	4	Создание концепции графического оформления	6
	5	Разработка структуры и схемы сайта	6

6	Сборка сайта. Подготовка. Защита проекта	6
---	--	---

Наименование тем	Виды работ		Объем часов
ПМ.04 Создание ключевых вербальных и визуальных сообщений и основных креативных решений и творческих материалов на основных рекламных носителях			
Тема 1.2. Проведение ситуационного анализа	Виды работ		36
	1	Разработка рекламной продукции. Проведение ситуационного анализа.	6
	2	Поиск инсайта и ключевых рекламных решений	6
Тема 1.1 Поиск инсайта и ключевых рекламных решений	1	Создание информационного плаката в техниках масло, карандаш, акварель в компьютерной графике.	6
	2	Организация и проведение фотосъемки.	6
Тема. 1.3. Разработка рекламной продукции	1	Обработка фотографий в графическом редакторе с использованием простых приемов создания и обработки изображения.	6
	2	Создание рекламных продуктов с использованием рекламной фотографии. Презентация и защита проекта	6
Наименование тем	Виды работ		Объем часов
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	Виды работ		36
	1	Вводный инструктаж. Техника безопасности.	6
	2	Ознакомление с заявкой заказчика.	6

	3	Анализ информационного поля проекта.	6
	4	Провести анализ аналогичных проектов.	6
	5	Разработать стратегию продвижения в социальных сетях.	6
	6	Разработать план реализации стратегии.	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, фотолаборатории, 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 накамерна YongNuo Speedlite YN 968 для Nikon, вспышка накамерна 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

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

Основные источники:

1. Бернадская, Ю.С. Текст в рекламе: учебное пособие для вузов / Ю. С. Бернадская. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. - 288 с.
2. Макарова Т.В. Основы информационных технологий в рекламе: учебное пособие. – М.: Юнити-Дана, 2009. – 271 с.
3. Васильев Г.А., Романов А.А., Поляков В.А Технологии производства рекламной продукции.- М.: Вузовский учебник, 2011. - 272 с.
4. Разработка и технологии производства рекламного продукта: учебник / под ред. Л.М. Дмитриевой. – М.: Экономистъ, 2008. – 639 с.: ил.
5. Павлов И.В. Техника и технология рекламного видео: учебник. - М.: Академия, 2014. - 288 с.
6. 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
7. 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.biblio-online.ru
8. 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:

1. Мандель Б.Р. Социальная реклама: учебное пособие. - М.: Инфра-М, 2014. - 302 с.
2. Реклама в местах продаж: учебное пособие /сост. Т.Б. Колмышкина. - М.: Форум, 2014. - 232 с.
3. 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.
4. Дмитриева, Л.М. Разработка и технологии производства рекламного продукта: учебник / Л.М. Дмитриева.- М.: Экономистъ, 2008.- 639 с.
5. Курдюкова, Л.А. Литературное редактирование для PR- специалистов учебное пособие / Л.А. Курдюкова.- Балашиха: Де-По, 2011.- 216 с.
6. Овчинникова Р.Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования: учеб. пособие. – М.: Юнити-Дана, 2010. – 271 с.
7. Середа К.Н. Справочник по рекламе. – Ростов н/Д.: Феникс, 2010. – 301 с.
8. Мазилкина Е.И. Основы рекламы: учебное пособие. - М.: Альфа-М, 2015. - 240 с.
9. Васильев Г.А., Романов А.А., Поляков В.А Технологии производства рекламной продукции.- М.: Вузовский учебник, 2011. - 272 с.
10. Разработка и технологии производства рекламного продукта: учебник / под ред. Л.М. Дмитриевой. – М.: Экономистъ, 2008. – 639 с.: ил.
11. Герасимов Б.И., Молоткова Н.В., Блюм М.А. Виды и средства распространения рекламы: Учебное пособие.- М.: Форум, 2011.- 128 с.

12. Хапенков В. Н. Организация рекламной деятельности: учебное пособие для НПО. – 4-е изд., стер. – М. Академия» 2008. – 240 с.
13. 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:

1. Конституция Российской Федерации. Принята всенародным голосованием 12.12.1993 г [электронный ресурс]: // режим доступа: справочно-правовая система КонсультантПлюс
2. 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.
3. 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
4. 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
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. 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
7. 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
8. О рекламе [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 13 марта 2006 г N 38ФЗ (действующая редакция) // режим доступа: справочно-правовая система КонсультантПлюс
9. О саморегулируемых организациях [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 01 декабря 2007 (действующая редакция) // режим доступа: справочно-правовая система КонсультантПлюс
10. О защите прав потребителей [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 07 февраля 1992 г N 2300-1 (действующая редакция) // режим доступа: справочно-правовая система КонсультантПлюс
11. О лицензировании отдельных видов деятельности [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 13 июля 2001 г. // режим доступа: справочно-правовая система КонсультантПлюс
12. <http://www.twirpx.com/file/15689> - Русский язык и культура речи.
13. <http://www.mastertext.spb.ru/> - Рекламный текст.
14. [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

1. Проверить наличие, исправность оградительных и предохранительных устройств, средств индивидуальной защиты, провести их в порядок.
2. Надеть спецодежду, застегнуть ее на все пуговицы, волосы убрать под головной убор. Спецодежда и спецобувь должны быть соответствующих размеров, чистыми и не стеснять движений.
3. Проверить состояние рабочего места - если оно не убрано или загромождено, принять меры к его очистке. Убедиться в наличии свободных проходов и проездов.
4. Осмотреть оборудование, на котором предстоит работать, и убедиться в его исправности, в наличии видимого заземления.
5. Убедиться в достаточности освещения рабочего места путем включения светильников (освещение должно быть равномерным, исключающим образование резких теней).
6. О замеченных нарушениях сообщить непосредственному руководителю работы. Приступать к работе только после устранения нарушений.

ТРЕБОВАНИЯ БЕЗОПАСНОСТИ ВО ВРЕМЯ РАБОТЫ

1. Во время работы необходимо соблюдать требования инструкций по охране труда, инструкции о мерах пожарной безопасности, требования технологических регламентов.
2. Оборудование необходимо отключить от электросети при:
 - регулировке, настройке, чистке и уборке оборудования;
 - уходе от оборудования или временном прекращении работы;
 - обнаружение неисправности.
3. В процессе работы следить за показаниями контрольно-измерительных приборов и техническим состоянием оборудования. Не прикасаться к находящимся в движении механизмам и вращающимся частям оборудования.
4. Содержать в порядке и чистоте рабочее место, не допускать загромождения его материалами, заготовками, отходами производства.

- Не допускать работу при недостаточной освещенности рабочего места.
5. Не передавать свою работу и управление оборудования лицами, не имеющим права работы на этом оборудовании.

ТРЕБОВАНИЯ БЕЗОПАСНОСТИ В АВАРИЙНЫХ СИТУАЦИЯХ

1. 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.
2. 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.
3. Обо всех замеченных недостатках в работе оборудования сообщить непосредственному руководителю работ.
4. 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, трубопровода 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.

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ (УЧЕБНАЯ ПРАКТИКА)

По результатам практической подготовки (учебная практика) предусмотрен дифференцированный зачет при условии:

- положительного аттестационного листа от руководителя практической подготовки об уровне освоения профессиональных компетенций;
- наличия положительной характеристики организации на обучающегося по освоению общих компетенций в период прохождения практической подготовки (учебная практика);
- полноты и своевременности представления дневника практической подготовки (учебная практика) (с приложениями);
- полноты и своевременности представления отчета по практической подготовке (учебная практика).