

Министерство общего и профессионального образования Свердловской области
Автономная некоммерческая организация среднего профессионального образования
Уральский экономический колледж


ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ
основной профессиональной образовательной программы
по специальности 42.02.01 Реклама (по отраслям)

Екатеринбург
2018г.

Программа практики рассмотрена и одобрена предметной (цикловой) комиссией по дисциплинам профессионального учебного цикла специальностей 42.00.00 «Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело»

Протокол № 2 от 29 мая 2018 г.

Председатель предметной (цикловой) комиссии


_____ / А.Н. Шмидт

Программа практики разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования 42.02.01 «Реклама», утверждённого приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 мая 2014 г. № 510

УТВЕРЖДЕНА решением педагогического совета АНО СПО Уральский экономический колледж

Протокол № 3 от 21 июня 2018 г.

Заместитель директора по учебно-организационной работе


_____ / А.В. Болотин

СОГЛАСОВАНО

Директор ООО Рекламное агентство «Карась»


_____ О.С. Галичина
_____ 20 18 г.



Российская Федерация, Свердловская обл. г. Екатеринбург
ООО с ограниченной ответственностью
«Карась»
М.П.
ОГРН 1146673011248

СОДЕРЖАНИЕ

- 1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ**
- 2. РЕЗУЛЬТАТЫ ПРАКТИКИ**
- 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ**
- 4. УСЛОВИЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ**
- 5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ПРАКТИКИ**

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

1.1. Место учебной практики в структуре программы подготовки специалистов среднего звена

Программа учебной практики является частью программы подготовки специалистов среднего звена (далее ППССЗ) по специальности СПО 42.02.01 Реклама в части освоения основных видов профессиональной деятельности:

- разработка и создание дизайна рекламной продукции
- производство рекламной продукции
- маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта
- организация и управление процессом изготовления рекламного проекта (продукта)
- выполнение работ по должности агент рекламный

1.2. Цели и задачи учебной практики

Рабочая программа практики разработана на основе требований федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования, Приказа Министерства образования и науки Российской Федерации (Минобрнауки России) от 18 апреля 2013 г. №291 "Об утверждении Положения о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы среднего профессионального образования", Положения об организации практики студентов Уральского экономического колледжа, 2014 года и предназначена для реализации основной образовательной программы по специальности 42.02.01 Реклама.

Учебная практика направлена на обобщение и систематизацию знаний и навыков работы по дисциплинам учебных циклов, а также профессиональных модулей. Учебная практика предусмотрена графиком учебного процесса в течение пяти недель в рамках профессиональных модулей специальности.

Целями учебной практики являются:

- углубление и закрепление теоретических знаний, полученных при изучении учебных циклов и профессиональных модулей;
- комплексное освоение всех видов профессиональной деятельности;
- приобретение первоначальных практических навыков и профессиональных умений по избранной специальности;
- формирование общих и профессиональных компетенций;
- приобретение практических навыков в будущей профессиональной деятельности или в отдельных ее разделах.

Задачи учебной практики:

- подготовка специалистов к осознанному и углубленному изучению дисциплин учебных циклов и профессиональных модулей, привитие им первичных умений и навыков по избранной специальности;
- овладение профессиональной деятельностью по специальности, развитие профессионального мышления;

- закрепление, расширение, углубление и систематизация знаний, полученных при изучении дисциплин, определяющих профиль специальности;
- формирование представлений о культуре труда, культуре и этике межличностных отношений, потребности бережного отношения к рабочему времени, качественного выполнения заданий, соблюдению правил и норм охраны труда, технике безопасности и противопожарной защите.

Поставленные цели достигаются путем знакомства обучающихся с работой различных предприятий, организаций, учреждений, независимо от их организационно - правовых форм.

В ходе учебной практики обучающийся должен овладеть следующими видами деятельности:

1. Вид профессиональной деятельности: Разработка и создание дизайна рекламной продукции

Иметь практический опыт:

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

Уметь:

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

Знать:

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

2. Вид профессиональной деятельности: Производство рекламной продукции

иметь практический опыт:

- выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта;
- построения модели (макета, сценария) объекта с учетом выбранной технологии;
- подготовки к производству рекламного продукта;
- производства рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков.

уметь:

- осуществлять фотосъемку для производства рекламного продукта;
- осуществлять видеосъемку для производства рекламного продукта;
- использовать компьютерные технологии при создании печатного рекламного продукта;
- разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы;
- использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео-, анимации;
- использовать мультимедийные и web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта.

Знать:

- технику, технологии и технические средства фотосъемки в рекламе;
- технику, технологии и технические средства видеосъемки в рекламе;
- технические и программные средства для создания печатного рекламного продукта; - технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации;
- технологию создания Интернет-рекламы;
- аппаратное и программное обеспечение.

3. Вид профессиональной деятельности: Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта

иметь практический опыт:

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

уметь:

- проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей;
- анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп;
- проводить сегментирование рынка;
- принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта.

знать:

- задачи, цели и общие требования к рекламе;
- основные направления рекламной деятельности; - виды рекламной деятельности;
- структуру рекламного рынка.

4. Вид профессиональной деятельности: Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта

иметь практический опыт:

- планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта;
- контролирования соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя; - взаимодействия с субъектами рекламной деятельности;

- подготовки документации для регистрации авторских прав.

уметь:

- составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта;
- работать с рекламой в средствах массовой информации;
- проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком;
- проводить презентацию рекламного продукта;
- подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав.

знать:

- экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации;
- основные принципы работы организаций в условиях рыночной экономики;
- пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов;
- основные федеральные законы и иные нормативные правовые акты, регламентирующие - рекламную деятельность в Российской Федерации;
- аспекты планирования рекламы;
- этапы принятия и реализации управленческих решений;
- классификацию целей менеджмента.

5. Вид профессиональной деятельности: Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих

иметь практический опыт: выполнения работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих.

уметь: выполнять должностные обязанности рекламного агента. **знать:** должностные обязанности рекламного агента.

1.3. Количество часов практики

Практика является обязательным разделом ППССЗ. Она представляет собой вид учебных занятий, обеспечивающих практико-ориентированную подготовку обучающихся. При реализации программы подготовки специалистов среднего звена предусматривается два вида практики: учебная и производственная.

Общий объем времени на проведение учебной практики определяется ФГОС СПО и учебным планом образовательной организации.

Учебная практика проходит непрерывно, так и путем чередования с теоретическими занятиями по дням (неделям) при условии обеспечения связи между содержанием учебной практики и результатами обучения в рамках модулей по видам профессиональной деятельности.

Учебная практика проводится в рамках профессиональных модулей рассредоточено по семестрам.

Учебная практика, проводится при освоении обучающимися профессиональных компетенций в рамках профессиональных модулей и реализуются концентрированно.

Учебная практика может проводиться в образовательном учреждении или на предприятии, согласно заключенному договору.

Учебная практика в объеме 14 недель (504 часа) реализуется по каждому из видов профессиональной деятельности, предусмотренных ФГОС СПО:

ПМ.01. Разработка и создание дизайна рекламной продукции (54 часа)

ПМ.02. Производство рекламной продукции (90 часов)

ПМ.03. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта (108 часов)

ПМ.04. Организация и управление процессом изготовления рекламного проекта (продукта) (108 часов)

ПМ 05. Выполнение работ по должности агент рекламный (144 часа)

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ПРАКТИКИ

Результатом учебной практики является **освоение общих (ОК) компетенций**:

Код	Наименование результатов практики
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.

Освоение профессиональных (ПК) компетенций:

Вид профессиональной деятельности	Код	Наименование результатов практики
ПМ.01. Разработка и создание дизайна рекламной продукции.	ПК 1.1 – 1.5.	ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей. ПК 1.2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы. ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты. ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений. ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.
ПМ.02. Производство рекламной продукции	ПК 2.1.– 2.3.	ПК 2.1. Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы. ПК 2.2. Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии. ПК 2.3. Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.
ПМ.03. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта.	ПК 3.1.- 3.2.	ПК 3.1. Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка. ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.
ПМ 04. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта.	ПК 4.1.- 4.3.	ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей. ПК 4.2. Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее. ПК 4.3. Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.
ПМ.05. Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих.	ПК 1.1- 1.5. ПК 2.1.–2.3. ПК 3.1.-3.2. ПК 4.1.- 4.3.	Выполнение должностных обязанностей рекламного агента.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

3.1. Тематический план учебной практики

Коды формируемых компетенций	Наименование профессионального модуля	Объем времени, отводимый на практику

		(часов, недель)
ОК 1-11, ПК 1.1–1.5.	ПМ. 01. Разработка и создание дизайна рекламной продукции.	54
ОК 1-11, ПК 2.1.–2.3.	ПМ.02. Производство рекламной продукции.	90
ОК 1-11, ПК 3.1.- 3.2.	ПМ.03. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта.	108
ОК 1-11, ПК 4.1.- 4.3.	ПМ.04. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта.	108
ОК 1-11, ПК 1.1- 1.5. ПК 2.1.–2.3. ПК 3.1.-3.2. ПК 4.1.- 4.3.	ПМ 05. Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих.	144
	Всего	504 часа / 14 недель

4. УСЛОВИЯ ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

1.1. Требования к документации, необходимой для проведения практики:

Для проведения учебной практики в образовательной организации предусматривается следующая документация:

- учебный план проведения учебной и производственной практики;
- сроки учебной и производственной практики;
- рабочие программы учебной и производственной практики;
- договоры (соглашения) образовательной организации с базовыми организациями и предприятиями;
- приказ о закреплении обучающихся по базам практики и назначении руководителей практикой от образовательной организации и организаций;
- направление на практику;
- аттестационный лист, содержащий сведения об уровне освоения обучающимися общих и профессиональных компетенций;
- дневник практики;
- характеристика обучающегося по освоению профессиональных компетенций в период прохождения практики.

По итогам учебной практики проводится защита в форме зачета на основе отчета и дневника практики обучающегося.

Отчет отражает выполнение индивидуального задания программы практики, заданий и поручений, полученных от руководителя практики организации (предприятия). Отчет должен

содержать анализ деятельности организации (предприятия), выводы о приобретенных навыках, освоении профессиональных компетенций и возможности применения теоретических знаний, полученных при обучении.

Отчет состоит из:

- титульного листа;
- характеристики – отзыва руководителя практики от организации (предприятия);
- текста отчета (15 - 20 страниц машинописного текста);
- приложений документов, с которыми работал обучающийся;
- дневника прохождения практики.

4.2. Требования к материально-техническому обеспечению практики

Реализация программы требует наличия учебных кабинетов.

Перечень кабинетов, лабораторий, мастерских и других помещений:

Кабинеты:

истории изобразительных искусств; рисунка и живописи;
экономики и менеджмента; шрифтовой и художественной графики; цветоведения;
проектирования рекламного продукта; методический.

Лаборатории:

информатики и вычислительной техники; компьютерного дизайна;
информационных и коммуникационных технологий; компьютерной графики и
видеомонтажа; фотолаборатория.

Мастерские: багетная.

Полигоны:

мини-типография.

Студии:

видеостудия; фотостудия.

Залы:

библиотека, читальный зал с выходом в сеть Интернет; актовый зал.

Методическое обеспечение:

- посадочные места по количеству обучающихся с возможностью выполнения лабораторных и практических занятий, включая как обязательный компонент практические задания с использованием персональных компьютеров;
- рабочее место в компьютерном классе для каждого обучающегося;
- необходимый комплект лицензионного программного обеспечения;
- рабочее место преподавателя.

Нормативные акты

1. Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 N 38-ФЗ (ред. от 08.03.2015) "О рекламе" (с изм. и доп., вступ. в силу с 25.05.2015) [Электронный ресурс]: режим доступа: справочно-правовая система Консультант Плюс 20

2. Федеральный закон от 18 июля 1995 г. № 108-ФЗ «О рекламе» (с изм.и доп. от 18 июня, 14, 30 декабря 2001 г., 20, 22 августа, 2 ноября 2004 г.).

Основные источники:

1. Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства : учебник и практикум для СПО / В. А. Поляков, А. А. Романов. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 502 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10539-1. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/reklama-razrabotka-i-tehnologii-proizvodstva-430788

Дополнительные источники

1. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для СПО / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 431 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11216-0. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/reklamnoe-delo-444765

2. Шокорова, Л. В. Дизайн-проектирование: стилизация : учеб. пособие для СПО / Л. В. Шокорова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 74 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10584-1. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/dizaun-proektirovanie-stilizaciya-430881

3. Основы дизайна и композиции: современные концепции : учеб. пособие для СПО / Е. Э. Павловская [и др.] ; отв. ред. Е. Э. Павловская. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 183 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-09373-5. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/osnovy-dizauna-i-kompozicii-sovremennye-konceptcii-442383

Периодические издания

1. Книговед" №10 (57): гриф, традиционный и современный — 57-е изд. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 1 с. — (Серия : Рекламные материалы). — ISBN 978-5-9916-5259-9. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/knigoved-10-57-grif-tradicionnyy-i-sovremennyy-392974

Интерне ресурсы:

1. Реклама Маркетинг PR www.sostav.ru б.
2. Тематический портал, посвященный рекламе, маркетингу, PR www.advertology.ru
3. Творчество. Свобода. Жизнь. www.adme.ru

4.4. Требования к руководителям практики

Требования к руководителям практики от образовательного учреждения:

Реализация ППСЗ обеспечивается педагогическими кадрами, имеющими высшее образование, соответствующее профилю преподаваемого модуля. Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы является обязательным для преподавателей, отвечающих за освоение обучающимся профессионального учебного цикла. Преподаватели получают дополнительное профессиональное образование по программам

повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

Требования к руководителям практики от организации:

Реализация ППССЗ обеспечивается педагогическими кадрами, имеющими высшее образование, соответствующее профилю преподаваемого модуля и опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы, по месту прохождения обучающимися учебной и производственной практики.

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

По результатам учебной практики обучающийся обязан представить отчет и дневник практики, отзыв-характеристику руководителя практики от предприятия (организации).

Содержание отчета должно соответствовать программе практики, отчет представляется в печатном варианте объемом 15-20 страниц машинописного текста.

Отчет включает введение, основную часть, заключение, приложения.

В вводной части, отражается значимость рекламы для продвижения товаров (услуг) в организации (подразделении).

Основная часть отчета должна содержать оценку и анализ визуальных образов и дизайна рекламной продукции организации, оценку и анализ эффективности рекламной деятельности и средств продвижения рекламного продукта в организации.

1. Общая характеристика предприятия:

- Район размещения организации, организационно-правовая форма предприятия.
- Характеристика основных внешних и внутренних связей предприятия. Рекламная деятельность организации по продвижению продукта (товара). Виды отчетных документов для регистрации авторского права на рекламный продукт.

- Характеристика и дизайн логотипа организации.
- Предложения по разработке и созданию дизайна рекламной продукции организации.

- Составление и оформление текста рекламных объявлений.

2. Управление производством

- Организационная структура предприятия
- Организационная структура управления. Схема взаимосвязи подразделений, служб, отделов, звеньев управления. Функции управления.

Наличие должностных инструкций и положений, определяющих функции подразделений и управленческого персонала. Ознакомление с инструкцией на примере одного подразделения и должности, состав и назначение подразделений, участков, служб; правилами внутреннего трудового распорядка и инструкциями по технике безопасности.

- Персонал предприятия

- Численность персонала по отделам и службам. Их удельный вес в общей численности трудящихся.

- Системы мотиваций и продвижения по службе. Участие трудящихся в капитале и распределении прибыли.

3. Экономические показатели работы рекламной деятельности предприятия. Рекламные расходы организации.

Заключение должно содержать выводы по всем анализируемым вопросам и рекомендации предприятию (подразделению) по совершенствованию рекламной деятельности предприятия.

В приложения включается в заполненном виде образцы сопроводительных и отчетных документов, актов, договоров (контрактов), сертификатов, деклараций, прайс-листов, рисунков, фотографий, эскизов и других дополнительных материалов, с которыми работал обучающийся на практике.

Во время проведения итогового контроля проверяются объем изученного материала, результаты самостоятельной работы, отраженные в отчете и дневнике.

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.	Разработка и создание дизайна рекламной продукции и использование в наибольшем количестве выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы композицию, шрифтовую и художественную графики в рекламе	Зачет по учебной практике.
ПК 1.2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.	Осуществление поиска различных решений при создании рекламного продукта, разрабатывать композиционное решение рекламного продукта; использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы	Зачет по учебной практике.
ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.	Использование своих знаний в профессиональной деятельности, четко и ясно определять характерные черты художественных стилей различных исторических эпох и учитывать творчество наиболее значительных художников, скульпторов, архитекторов	Зачет по учебной практике.
ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.	Четко и грамотно составлять рекламные тексты по всем направлениям, учитывая все возрастные категории, применяя все приемы и принципы составления рекламного текста	Зачет по учебной практике.
ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.	Правильно провести выбор художественной формы реализации рекламной идеи и создать визуальный образ с рекламными функциями; четко отображать художественный контекст рекламных продуктов (по определенному направлению).	Зачет по учебной практике.
ПК 2.1. Выбирать и использовать инструмент,	Обратить особое внимание на выбор и использования инструмента, оборудования и	Зачет по учебной практике.

оборудование, основные изобразительные средства и материалы.	основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта для точного выражения его необходимости	
ПК 2.2. Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.	Уметь правильно и ясно построить модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии при подготовке к производству рекламного продукта, с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков	Зачет по учебной практике.
ПК 2.3. Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.	Преобразующие методы формообразования (стилизацию и трансформацию); способы композиционного построения экспозиционной графики; тенденции развития современного искусства; технику проведения эксперимента и обработку его результатов;	Зачет по учебной практике.
ПК 3.1. Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.	Иметь практический опыт выявления требований целевых групп потребителей; разработки средств продвижения рекламного продукта; разработки маркетинговой части бизнес-плана; проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей; анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп; проводить сегментирование рынка; принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта;	Зачет по учебной практике.
ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.	Составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта, работать с рекламой в средствах массовой информации; проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком; проводить презентацию рекламного продукта; подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав;	Зачет по учебной практике.
ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.	Пользоваться творческими источниками для проектной деятельности; пользоваться различными способами формообразования; анализировать современные тенденции и динамику развития дизайна; использовать методы конструктивного моделирования с помощью компьютерной графики; использовать компьютерные и телекоммуникационные средства; использовать программное обеспечение в профессиональной деятельности; анализировать и обрабатывать результаты исследований и экспериментов;	Зачет по учебной практике.

	использовать технику проведения эксперимента и обработку его результатов.	
ПК 4.2. Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.	Осуществление связи со средствами распространения рекламы, в частности со СМИ, контроль за прохождением и качеством исполнения заказов; исследование товаров, рынков, потребителей для разработки, рекламных идей; проведение выставок, ярмарок и сопутствующих им рекламных мероприятий; семинаров и пресс-конференций, разработка интерьеров торговых залов и витрин	Зачет по учебной практике.
ПК 4.3. Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.	Знать основные федеральные законы и иные нормативные правовые акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации; аспекты планирования рекламы; этапы принятия и реализации управленческих решений; классификацию целей менеджмента.	Зачет по учебной практике.