

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ

1.1. Область применения программы

Программа преддипломной практики (далее программа) является частью ППССЗ в соответствии с ФГОС по специальности СПО **42.02.01 Реклама** в части освоения основного видов профессиональной деятельности (ВПД):

1. Разработка и создание дизайна рекламной продукции.
2. Производство рекламной продукции.
3. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта.
4. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта.
5. Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих 20032 «Агент рекламный».

1.2. Цели и задачи преддипломной практики: углубление студентом первоначального профессионального опыта, развитие общих и профессиональных компетенций, проверку его готовности к самостоятельной трудовой деятельности, а также подготовка к выполнению дипломного проекта/дипломной работы в организациях различных организационно-правовых форм.

1.3. Требования к результатам освоения преддипломной практики

В результате прохождения преддипломной практики, реализуемой в рамках профессиональных модулей:

ПМ.01. Разработка и создание дизайна рекламной продукции

ПМ.02. Производство рекламной продукции

ПМ.03. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта

ПМ.04. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта

ПМ.05. Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих 20032 «Агент рекламный».

обучающий должен приобрести **практический опыт работы:**

Вид профессиональной деятельности	Практический опыт
Разработка и создание дизайна рекламной продукции	• выбора художественной формы реализации рекламной идеи; • создания визуального образа с рекламными функциями; • художественного конструирования рекламных продуктов по заданию;
Производство рекламной	• выбора и использования инструмента,

продукции	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
Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта	• выявления требований целевых групп потребителей; • разработки средств продвижения рекламного продукта; • разработки маркетинговой части бизнес-плана;
Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта	• планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта; • контролирования соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя; • взаимодействия с субъектами рекламной деятельности; • подготовки документации для регистрации авторских прав;
Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих (20032 «Агент рекламный»)	• 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;

1.4. Количество часов, отведенное на преддипломную практику – 144 часа.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ

Результатом освоения программы преддипломной практики является освоение обучающимися профессиональных и общих компетенций в рамках модулей образовательной программы среднего профессионального образования ППССЗ

Код	Наименование результата обучения
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
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
ПК 3.1.	Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка
ПК 3.2.	Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта
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
ПК 5.1	Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиентов
ПК 5.2	Работать в рекламных акциях в качестве исполнителя
ПК 5.3	Консультировать клиента, предоставляя информацию о предлагаемом товаре, услуге
ПК 5.4	Использовать офисную оргтехнику, информационные и коммуникационные технологии при работе с клиентом, заказчиком рекламы
ПК 5.5	Использовать современные информационные и коммуникационные средства для размещения и продвижения рекламы
ОК 01	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес
ОК 02	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество
ОК 03	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность
ОК 04	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития
ОК 05	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности
ОК 06	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами,

	руководством, потребителями
ОК 07	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий
ОК 08	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации
ОК 09	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 ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ

3.2 Структура преддипломной практики

Раздел	<i>Число рабочих дней</i>	<i>Количество часов</i>
Раздел 1. Ознакомление с предприятием	2	12
Раздел 2. Организация рекламной деятельности на предприятии	3	18
Раздел 3. Выполнение индивидуального задания. Самостоятельное планирование, реализация, анализ и продвижение рекламной кампании, в том числе в сети интернет	16	96
Раздел 4. Составление бюджета рекламной кампании	2	12
Раздел 5 Систематизация собранных материалов и сдача отчетов	1	6
Итого	24	144

3.1. Содержание программы преддипломной практики и перечень видов работ

Наименование разделов преддипломной практики	Содержание работ преддипломной практики		Объем часов	Результаты освоения
Раздел 1. Ознакомление с предприятием	Виды работ		12	
	1.	Ознакомление с базой практики. Ознакомление с правилами внутреннего распорядка предприятия, техникой безопасности и противопожарной защитой на предприятии. Вводный инструктаж по охране труда при прохождении преддипломной практики.	6	ОК 1-11, ПК 4.1
	2.	Изучение структуры предприятия. Организация и схема управления предприятием. Отделы, их задачи и основные функции. Режим работы предприятия.	6	ОК 1-11, ПК 4.1
Раздел 2. Организация рекламной деятельности на предприятии	Виды работ		18	
	1.	Ознакомление с организацией управления: - на предприятии рекламных агентств/ рекламодателей/ рекламопроизводителей/ рекламораспространителей (если базой практики является рекламное предприятие); - отдела рекламы и маркетинга на предприятии, структура и должностные обязанности сотрудников (если базой практики является предприятие, основным видом деятельности не является реклама).	6	ОК 1-11, ПК 1.1.-1.5. ПК 2.1.-2.3. ПК 3.1, 3.2. ПК 4.1.-4.3.
	2.	Изучение организации взаимоотношений участников рекламного процесса. Анализ или выявление целевой аудитории предприятия.	6	ОК 1-11, ПК 1.1.-1.5. ПК 2.1.-2.3. ПК 3.1, 3.2. ПК 4.1.-4.3
	3.	Анализ конкурентной среды предприятия. Анализа применяемых маркетинговых или рекламных стратегий, программ и кампаний, их эффективность. Анализ существующего фирменного стиля и рекламных носителей, их актуальность, целесообразность, соответствие требованиям.	6	ОК 1-11, ПК 1.1.-1.5. ПК 2.1.-2.3. ПК 3.1, 3.2. ПК 4.1.-4.3
Раздел 3. Выполнение индивидуального	Содержание работ		96	
	1.	Самостоятельное планирование, реализация, анализ и продвижение	96	ОК 1-11,

задания. Самостоятельное планирование, реализация, анализ и продвижение рекламной кампании, в том числе в сети интернет		рекламной кампании, в том числе в сети интернет: - работа с базами данных и сетевыми коммуникациями; - анализ требования целевых групп потребителей с использованием средств исследования рынка; - определять и разрабатывать стратегию и средства продвижения рекламного продукта; - разрабатывать и создавать дизайн-макеты для эффективной визуальной коммуникации; - разработка технического задания на создание продукта в сфере креативных индустрий; - создание графических дизайн – макетов продукта; - планирование профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий; - обеспечивать правовое и юридическое сопровождение рекламного проекта; - осуществлять контроль исполнения на соответствие рекламной идее и заказу рекламодателя; - взаимодействовать с заказчиком в ходе выполнения и сдачи рекламного проекта; - реализовывать технологии продвижения рекламного продукта; - создавать сценарии и рекламные тексты; - проработка новых игровых механик и обновление старых с учетом интересов целевой аудитории и психологии игроков; - умение пользоваться системами контроля версий(git)		<i>ПК 1.1.-1.5. ПК 2.1.-2.3. ПК 3.1, 3.2. ПК 4.1.-4.3. ПК 5.1-5.5</i>
Раздел 4. Составление бюджета рекламной кампании	Виды работ		12	
	1.	Представление бюджета рекламной кампании (смету расходов на реализацию, анализ и продвижение рекламной кампании, изготовление и размещение рекламной продукции).	12	<i>ОК 1-11, ПК 2.1. ПК 3.1.,3.2. ПК 4.1.-4.3. ПК 5.1.-5.5.</i>
Раздел 5 Систематизация собранных материалов и сдача отчетов.	Виды работ		6	
	1.	Сдача дифференцированного зачета. Систематизация собранных материалов и оформление отчетов.	6	<i>ОК 1-11, ПК 1.4., 2.1.,</i>

				<i>4.1.</i> <i>ПК 3.1., 3.2.</i> <i>ПК 4.1.-4.3.</i> <i>ПК 6.4., 6.6.,</i> <i>6.9.</i>
--	--	--	--	--

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому оснащению.

Реализация программы предполагает проведение преддипломной практики в организациях, осуществляющей деятельность по профилю соответствующей образовательной программы 42.02.01 Реклама, в том числе в структурном подразделении профильной организации, предназначенном для проведения практической подготовки, на основании договора, заключаемого между ГБПОУ «ТКСиТ» и профильной организацией.

Оборудование предприятий и технологическое оснащение рабочих мест преддипломной практики должно соответствовать содержанию деятельности и давать возможность обучающемуся овладеть профессиональными компетенциями по всем осваиваемым видам деятельности, предусмотренным программой с использованием современных технологий, материалов и оборудования.

При выборе базы практики учитываются следующие факторы:

- оснащенность современными аппаратно-программными средствами;
- оснащенность необходимым оборудованием;
- наличие квалифицированного персонала.

4.2 Информационное обеспечение обучения: Основные источники:

Нормативные документы

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020).
2. Гражданский кодекс Российской Федерации: часть 1; часть 2; часть 4: Раздел VII. Права на результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации.
3. Налоговый кодекс Российской Федерации (НК РФ).
4. Федеральный закон «О защите конкуренции» от 26.07.2006 N 135-ФЗ.
5. Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 27.07.2006 N 149-ФЗ.
6. Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 N 38-ФЗ.
7. Закон РФ «О потребительской кооперации (потребительских обществах, их союзах) в Российской Федерации» от 19.06.1992 N 3085-1.
8. Федеральный закон «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей» от 08.08.2001 N 129-ФЗ.
9. Федеральный закон «О несостоятельности (банкротстве)» от 26.10.2002 N 127-ФЗ.

10. Федеральный закон «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» от 28.12.2009 N 381-ФЗ.

11. Федеральный закон «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля» от 26.12.2008 N 294-ФЗ

Учебники и учебные пособия:

1. Казначевская, Г. Б., Менеджмент : учебник / Г. Б. Казначевская. — Москва : КноРус, 2023. — 240 с. — ISBN 978-5-406-11318-9. — URL: <https://book.ru/book/948590>. — Текст: электронный.

2. Оськина, Т. В., Основы композиции и дизайна : учебное пособие / Т. В. Оськина. — Москва : КноРус, 2022. — 146 с. — ISBN 978-5-406-08364-2. — URL: <https://book.ru/book/944085>). — Текст : электронный.

3. Попкова, Е. Г., Основы рекламы : учебник / Е. Г. Попкова. — Москва : КноРус, 2023. — 267 с. — ISBN 978-5-406-11282-3. — URL: <https://book.ru/book/949714>. — Текст : электронный.

4. Рыжиков, С. Н., Маркетинг в рекламе + eПриложение : учебник / С. Н. Рыжиков. — Москва : КноРус, 2023. — 228 с. — ISBN 978-5-406-11146-8. — URL: <https://book.ru/book/948602>. — Текст : электронный.

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса.

Преддипломная практика проводится концентрированно после освоения учебной и производственной практики по профессиональным модулям в организациях на основе договоров, заключаемых между колледжем и организациями и договоров о сетевой форме реализации образовательных программ.

Аттестация по итогам практики проводится с учетом (или на основании) результатов, подтвержденных документами соответствующих организаций.

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса.

Организацию и руководство преддипломной практикой осуществляют руководители практики от колледжа (преподаватели междисциплинарных курсов профессиональных модулей), а также работники от организации (специалисты отрасли, закреплённые за обучающимися).

Преподаватели должны иметь профессиональное образование по профилю специальности или дополнительное профессиональное образование, проходить обязательную стажировку в профильных организациях не реже 1-го раза в 3 года.

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

В период прохождения преддипломной практики студентом ведется дневник практики. По результатам практики студентам составляется отчет.

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

- положительного аттестационного листа по преддипломной практики руководителей практики от организации и колледжа об уровне освоения профессиональных компетенций;
- наличие положительной характеристики организации на студента по освоению профессиональных и общих компетенций в период прохождения преддипломной практики;
- полноты и своевременности предоставления дневника практики и отчета о практике в соответствии с заданием на преддипломную практику.

Результаты обучения (освоенные профессиональные компетенции)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей	Посещение баз практики, беседы с руководителями от предприятий. Проверка и оценка отчета по практике с учетом характеристики с места проведения практики, своевременности сдачи отчета, полноты и грамотности отражения в нем вопросов практики. Составление аттестационного листа.
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	
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	
ПК 3.1. Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка	
ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта	
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	
ПК 5.1 Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиентов	
ПК 5.2 Работать в рекламных акциях в качестве исполнителя	
ПК 5.3 Консультировать клиента, предоставляя информацию о предлагаемом товаре, услуге	

ПК 5.4 Использовать офисную оргтехнику, информационные и коммуникационные технологии при работе с клиентом, заказчиком рекламы	
ПК 5.5 Использовать современные информационные и коммуникационные средства для размещения и продвижения рекламы	

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общих компетенций и обеспечивающих их умений.

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК 1. Понимать и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	- демонстрация устойчивого интереса к будущей профессии; - проявление инициативы в аудиторной и самостоятельной работе, во время прохождения практики;	Оценка на защите отчета по практике
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	- систематическое планирование собственной учебной деятельности и действие в соответствии с планом; - структурирование объема работы и выделение приоритетов; - грамотное определение методов и способов выполнения учебных задач; - осуществление самоконтроля в процессе выполнения работы и ее результатов; - анализ результативности использованных методов и способов выполнения учебных задач; - адекватная реакция на внешнюю оценку выполненной работы;	Наблюдение за ролью студента на практике. Характеристика с места прохождения практики, своевременность сдачи отчета.
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	- признание наличия проблемы и адекватная реакция на нее; - выстраивание вариантов альтернативных действий в случае возникновения нестандартных ситуаций; - грамотная оценка ресурсов, необходимых для выполнения заданий; - расчет возможных рисков и определение методов и способов их снижения при выполнении профессиональных задач;	Наблюдение за ролью студента на практике. Характеристика с места прохождения практики, своевременность сдачи отчета.
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации,	- нахождение и использование разнообразных источников информации; - грамотное определение типа и формы	Наблюдение за навыками работы студента.

необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	необходимой информации; - получение нужной информации и сохранение ее в удобном для работы формате; - определение степени достоверности и актуальности информации; - извлечение ключевых фрагментов и основного содержания из всего массива информации; - упрощение подачи информации для ясности понимания и представления;	Характеристика с места прохождения практики, своевременность сдачи отчета.
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	- грамотное применение специализированного программного обеспечения для сбора, хранения и обработки информации; - правильная интерпретация интерфейса специализированного программного обеспечения и нахождение контекстной помощи; - правильное использование автоматизированных систем делопроизводства; - эффективное применение методов и средств защиты рекламной информации;	Наблюдение за ролью студента на практике. Характеристика с места прохождения практики, своевременность сдачи отчета.
ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	- положительная оценка вклада членов команды в общекомандную работу; - передача информации, идей и опыта членам команды; - использование знания сильных сторон, интересов и качеств, которые необходимо развивать у членов команды, для определения персональных задач в общекомандной работе; - формирование понимания членами команды личной и коллективной ответственности; - регулярное представление обратной связи членам команды; - демонстрация навыков эффективного общения;	Мониторинг развития личностно-профессиональных качеств студента. Характеристика с места прохождения практики.
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий	- грамотная постановка целей; - точное установление критериев успеха и оценки деятельности; - гибкая адаптация целей к изменяющимся условиям; - обеспечение выполнения поставленных задач; - демонстрация способности контролировать и корректировать работу коллектива; - демонстрация самостоятельности в принятии ответственных решений;	Отзыв руководителя по практике о деятельности студента на практике.

	- демонстрация ответственности за принятие решений на себя, если необходимо продвинуть дело вперед;	
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	- способность к организации и планированию самостоятельных занятий и домашней работы при изучении профессионального модуля; - эффективный поиск возможностей развития профессиональных навыков при освоении модуля; - разработка, регулярный анализ и совершенствование плана личностного развития и повышения квалификации;	Отзыв руководителя по практике о деятельности студента на практике.
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	- демонстрация легкости освоения новых программных средств, обеспечивающих рекламную деятельность; - отслеживание и использование изменений законодательной и нормативно-справочной базы, регламентирующей рекламу; - проявление готовности к освоению новых технологий в профессиональной деятельности;	Отзыв руководителя по практике о деятельности студента на практике.
ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности	- работает с бизнес-планом; - ориентируется в правовой базе по предпринимательской деятельности;	Характеристика с места прохождения практики.
ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке	- имеет представление об экологической, информационной и коммуникативной культуры в рекламной деятельности; - владеет межкультурной коммуникацией	

6. КРИТЕРИИ ОЦЕНОК

По итогам преддипломной практики студенты представляют отчет по практике согласно календарно-тематическому плану и характеристику от руководителя практики от организации.

Критериями оценки преддипломной практики является степень освоения:

- профессиональных и общих компетенций, соответствующих виду деятельности;
- практического опыта и умений.

Оценка преддипломной практики выставляется с учётом

характеристики профессиональной деятельности обучающегося на практике с указанием видов работ, выполненных обучающимся во время практики, их объема, качества выполнения в соответствии с технологией и (или) требованиями организации, в которой проходила практика.

Итогом преддипломной практики является дифференцированный зачет, который выставляется руководителем практики от учебного заведения.

6.1 Оформление отчета по практике

Оптимальный объем отчета по преддипломной практике – 15-20 страниц машинописного текста. Текст отчета по практике печатается на стандартных листах формата А4 с одной стороны. Шрифт Times New Roman размером 14 кеглей (через 1,5 интервала) с оставлением полей: слева – 30 мм, сверху – 25 мм, справа – 10 мм, снизу – 25 мм. Расстановка переносов – автоматически, абзац – 1,25.

В работе используется сквозная нумерация страниц. На первой странице (титульном листе) номер не ставится. Номер страницы проставляется арабскими цифрами в центре внизу страницы. Каждая глава, а также введение, заключение, приложения начинаются с новой страницы.

Отчет о практике должен содержать ответы на все вопросы программы практики и быть составленным в строгом соответствии с ней. В отчете излагаются конкретные вопросы организации учета на конкретном предприятии (организации) с отражением особенностей организации учета именно на этом предприятии (организации), а не в целом по отрасли.

Приложением к отчету являются документы, составленные обучающимся, на которые даются ссылки в текстовой части отчета и которые должны отражать особенности организации учета на предприятии (организации), текстовая часть не должна содержать выписки из учебников и нормативно-законодательных актов.

Структура отчета:

- титульный лист (Приложение 1)
- содержание с нумерацией страниц
- основная часть
- приложения (документы организации, таблицы, схемы, расчеты и т.п.)

К отчету должны быть приложены подписанные и заверенные печатью организации следующие шаблоны:

- дневник практики
- характеристика (Приложение 2)
- аттестационный лист по преддипломной практике (Приложение 3).

Отчет вместе с договором, заданием, заполненными шаблонами (с подписью и печатью организации-базы практики) должен быть сдан в последний день прохождения практики.

Результат защиты оценивается дифференцированным зачетом.

Приложение 1

ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ «ТВЕРСКОЙ КОЛЛЕДЖ СЕРВИСА И ТУРИЗМА»

О Т Ч Е Т **О ПРОХОЖДЕНИИ ПРЕДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ** по программе подготовки специалистов среднего звена **42.02.02 «Реклама»**

Исполнитель:
студент учебной группы №

И.О. Фамилия

Руководитель:

И.О. Фамилия

Тверь
2024

Приложение 2
ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА

**обучающегося государственного бюджетного профессионального образовательного
учреждения «Тверской колледж сервиса и туризма»**

Студент _____
(ФИО)

курс № _____ учебная группа № _____

специальность: **42.02.01 «Реклама»**

проходил практику на базе: _____
(название предприятия)

в подразделении _____ (название подразделения)

в период: с _____ по _____ 20__ г.

Обучающийся за время прохождения преддипломной практики на предприятии
работал _____ дней; пропуски без уважительной причины _____
(отсутствуют или кол-во)

За время прохождения практики обучающийся _____
(ФИО)

Проявил общие компетенции: умеет/не умеет (нужное подчеркнуть) планировать и
организовывать собственную деятельность, способен/ не способен налаживать
взаимоотношения с другими сотрудниками, имеет/не имеет хороший уровень культуры
поведения, умеет/ не умеет работать в команде.

В ходе выполнения трудовых заданий проявил себя _____

(ответственным, настойчивым, инициативным работником и др.)

За период прохождения преддипломной практики обучающийся освоил следующие
виды профессиональной деятельности:

- 1. Разработка и создание дизайна рекламной продукции.**
- 2. Производство рекламной продукции.**
- 3. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта.**
- 4. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта.**
- 5. Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям
служащих 20032 «Агент рекламный».**

Нарушения трудовой дисциплины и правил техники
безопасности: _____

(«отсутствуют» или дается перечисление нарушений)

Оценка за практику _____

Руководитель практики от предприятия: _____ (_____)
Подпись (Ф.И.О.)

М.П.

Наставник _____ (_____)
Подпись (Ф.И.О.)

«___» _____ 2024 г.

Приложение 3

ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ «ТВЕРСКОЙ КОЛЛЕДЖ СЕРВИСА И ТУРИЗМА»

АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ

Фамилия Имя Отчество
студент

Курс	4
Учебная группа №	
Программа подготовки специалистов среднего звена	42.02.01 Реклама
Сроки прохождения практики	
Количество часов	144 ч.
Наименование организации	
Подразделение	

ТРУДОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Показатель	Описание	Оценка ¹
Качество работы, работоспособность, ответственность	Точное и тщательное выполнение заданий в соответствии с требованиями	
Отношение к работе	Стремление к самосовершенствованию, направленность на удовлетворение клиента, понимание особенностей работы	
Инициативность, энергичность	Активность в принятии решений, склонность к самостоятельности, умение формировать запросы клиента	
Поведение в сложных ситуациях, решительность, стрессоустойчивость	Умение довести работу до желательного результата, удовлетворяющего клиента, эффективность действий	
Умение работать в команде	Вклад в общие итоги работы группы в целом	

ЛИЧНЫЕ КАЧЕСТВА

Показатель	Описание	Оценка
Знания, аналитичность мышления	Уровень специальных, экономических, управленческих знаний	
Практические навыки	По рабочим местам прохождения практики	

¹ Оценка производится по 10 балльной шкале (расширенная 5 балльная система оценивания)

Организационные навыки, Авторитарность/демократичность	Умение планировать, контролировать и согласовывать свои действия	
Характер, отзывчивость, самокритичность	Общительность. Стремление обеспечить здоровый морально-психологический климат	
Аккуратность, внешний вид, самоконтроль	Одежда, здоровый образ жизни, личная гигиена	
Лояльность к ОУ и предприятию прохождения практики	Приверженность целям и политике организации	
Коммуникативные качества, умение разбираться в людях	Способность ясно и точно выражать свои мысли в общении с коллегами и клиентами	

АДАПТАЦИЯ

Показатель	Описание	Оценка
Профессиональная адаптация	Освоение профессии, её тонкостей и специфики, действий в стандартных ситуациях	
Психофизическая адаптация	Приспособление к условиям труда, режиму работы и отдыха	
Социально-психологическая адаптация	Адаптация к коллективу и его нормам, к руководству и коллегам, к экономическим реалиям	

Итоговая оценка² по преддипломной практике: _____

Дата « » _____ 20__ г.

Руководитель практики от предприятия _____ (ФИО)

МП

Наставник _____ (ФИО)

² Шкала итоговой оценки: 150 – 130 б – «5»; 129–110 б – «4»; 109–90 б – «3»; менее 90 б – «2»