

**Аннотация к рабочей программе  
учебной практики  
42.02.01 Реклама**

**1. Документы**

Рабочая программа составлена на основе следующих нормативных документов:

- Закон Российской Федерации от 29.12.2012 года № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации».

- Приказ Министерства образования и науки РФ от 12.05.2014 года № 510 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама».

- Приказ Министерства образования и науки РФ и Министерства просвещения РФ от 05.08.2020 года № 885/ 390 «О практической подготовке обучающихся»

- **2. Структура программы**

1. Паспорт программы

2. Результаты практики

3. Структура и содержание практики

4. Условия организации и проведения практики

5. Контроль и оценка результатов практики

6. Перечень учебной литературы

В результате освоения программы практики студент должен:

**иметь практический опыт:**

- выбора художественной формы реализации рекламной идеи;
- создания визуального образа с рекламными функциями;
- художественного конструирования рекламных продуктов по заданию;
- выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта;
- подготовки к производству рекламного продукта;
- производства рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков;
- выявление требований целевых групп потребителей;
- разработки средств продвижения рекламного продукта;
- разработки маркетинговой части бизнес-плана;
- разрабатывать стратегию рекламы по каждому продукту и план проведения соответствующей рекламной компании;
- разрабатывать и осваивать новшества в практике разработки и проведения рекламных кампаний, обоснованно выбирать и применять различные способы совершенствования рекламной деятельности.

**уметь:**

- осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги;
- разрабатывать композиционное решение рекламного продукта; использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы;
- использовать компьютерные технологии при создании печатного рекламного продукта;
- составлять рекламные тексты;
- проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей;
- анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп;
- проводить сегментирование рынка;
- принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта;
- исследовать структуру, состав и особенности работы сбытовой сети, обслуживающей потенциальные рынки;
- самостоятельно вести поиск и отбор информации в целях эффективной организации рекламных кампаний.

**знать:**

- выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы;
- приемы и принципы составления рекламного текста;
- композицию, шрифтовую и художественную графику в рекламе;
- методы проектирования рекламного продукта;
- методы психологического воздействия на потребителя;
- технические и программные средства для создания печатного рекламного продукта;
- задачи, цели и общие требования к рекламе;
- основные направления рекламной деятельности;
- виды рекламной деятельности;
- структуру рекламного рынка;
- особенности установления эффективных коммуникаций с деятелями рынка и потребителями;
- проблемы в области современной рекламы и новейшие достижения современной науки в решении рекламных проектов и частных задач, связанных с разработкой и проведением рекламных кампаний.

Количество недель (часов) на освоение программы учебной практики: всего 8 недель, 288 часов.

По итогам программы учебной практики в образовательном учреждении или театре проводятся квалификационные испытания на получение одной из рабочей профессии агент рекламный.