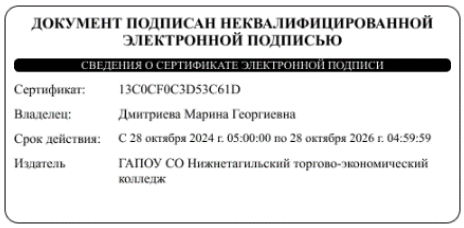
ГАПОУ СО

«Нижнетагильский торгово-экономический колледж»



Утверждаю:
Зам. директора по УР
_____М.Г. Дмитриева
«30» мая 2026г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

УЧ 02-10-26

по специальности **42.02.01 Реклама**

Нижний Тагил
2026

Рабочая программа практики разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности (специальностям) среднего профессионального образования (далее СПО) 42.02.01«Реклама».

Организация-разработчик:
ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

Разработчики:
Краева Е.П., преподаватель первой квалификационной категории ГАПОУ СО «Нижнетагильский торгово-экономический колледж»

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ 4

2. СТРУКТУРА И ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ 8

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ 14

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ПРАКТИКИ 16

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ
(учебной, производственной (преддипломной))

1.1. Учебная и производственная практика является составной частью профессионального модуля по специальности 42.02.01 «Реклама». Требования к содержанию практики регламентированы: федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности; учебным планом специальности; рабочей программой профессиональных модулей.

1.2. Цели и задачи практики

Целями практики являются:

- закрепление теоретических знаний, полученных при изучении дисциплин;
- формирование у обучающихся умений, приобретение первоначального практического опыта в рамках профессиональных модулей

Задачами практики являются - формирование и закрепление навыков профессиональной деятельности специалиста в области разработки и создания рекламной продукции, производстве рекламной продукции, организации и управлении процессом изготовления рекламного продукта и выполнении работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих.

1.3. Требования к результатам освоения практики

В ходе освоения программы производственной (по профилю специальности) практики обучающийся должен развить общие компетенции, включающие в себя способности:

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях.

ОК 4. Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения заданий.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 9. Быть готовым к смене 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.

ОК 12. Проявлять творческую инициативу, внедрять достижения отечественной и зарубежной науки и техники, иметь опыт применения сформированных знаний и умений в условиях внедрения передовых технологий.

ОК 13. Владеть современными информационными и телекоммуникационными технологиями в сфере профессиональной деятельности.

и профессиональных компетенций:

Вид деятельности: Разработка и создание дизайна рекламной продукции

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.

Вид деятельности: Производство рекламной продукции

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.

Вид деятельности: Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта

ПК 3.1. Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.

ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.

Вид деятельности: Организация и управление процессом изготовления 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.

Вид деятельности: Выполнение работ по профессии Агент рекламный

ПК 5.1. Выбирать творческую стратегию реализации комплексных рекламных проектов.

ПК 5.2. Создавать сценарии и рекламные тексты.

ПК 5.3. Осуществлять поиск образного решения рекламного сообщения.

ПК 5.4. Осуществлять поиск оптимальных технологий для реализации рекламного проекта.

ПК 5.5. Применять методы и приемы режиссуры при реализации рекламного проекта.

1.4. Базы практики

Программа производственной (преддипломная) предусматривает выполнение заданий непосредственно в учреждениях по организации и управлению рекламной деятельностью, производству рекламного продукта, оценке качества и обеспечения сохраняемости товаров и услуг.

Руководство практикой осуществляют преподаватели профессиональных модулей, а со стороны предприятия – специалисты учреждений рекламной деятельности. Во время практики студенты накапливают копии документов, должностных инструкций, внутренних локальных актов, касающихся организации деятельности учрежденийпо

организации и управлению рекламной деятельностью, производству рекламного продукта, оценке качества и обеспечения сохраняемости товаров и услуг.

На основании этих данных студенты заполняют дневник, составляют отчет о выполнении программы практики на основании методических рекомендаций по изучению профессиональных модулей.

К отчету прилагается характеристика руководителя практики от учреждения. Преподаватель ПМ на основании наблюдения за прохождением практики студентами и отчета выставляют оценку по практике. Объем отчета должен быть 5-10 страниц печатного текста. К отчету прилагаются документы, с которыми студенты работали самостоятельно.

Форма отчета представлена в Приложении.

Практика завершается зачетом (при условии положительного аттестационного листа с характеристикой обучающегося и защитой отчёта по практике).

Преддипломная практика завершается дифференцированным зачетом (при условии положительного аттестационного листа с характеристикой обучающегося и защитой отчёта по практике).

Дифференцированный зачет по 4-бальной системе («отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно») по практике приравнивается к оценкам теоретического обучения и учитывается при подведении итогов общей успеваемости обучающихся.

Критерии оценки защиты отчета по практике:

- Оценку «отлично» ставится обучающемуся, который выполнил в срок и на высоком уровне весь намеченный объем работы, требуемый планом практики. Грамотно выполнена содержательная часть отчёта в тесной взаимосвязи с практикой. При этом обучающийся показал умение работать с литературой и нормативными документами, делать теоретические и практические выводы;

- Оценкой «хорошо» оценивается отчет, в котором выполнены все задания, предусмотренные программой практики. Обучающийся обстоятельно владеет материалом, однако не на все вопросы дает глубокие, исчерпывающие и аргументированные ответы;

- Оценкой «удовлетворительно» оценивается отчет, в котором в основном, соблюдены общие требования, но неполно раскрыты поставленные программой практики вопросы. Обучающийся посредственно владеет материалом, представленном в отчете, поверхностно отвечает на вопросы, допускает существенные недочеты;

- Оценку «неудовлетворительно» по результатам прохождения практики может получить обучающийся, которому не удалось собрать достаточного материала для выполнения программы практики, получивший отрицательный отзыв руководителя практики от принимающей организации. Ответы на вопросы, даваемые в результате защиты отчета по практике, неправильны и не отличаются аргументированностью.

Студенты, не выполнившие программу практики, к сдаче экзамена (квалификационного) по результатам освоения ПМ, сдаче Итоговой государственной аттестации не допускаются.

1.5. Количество часов на освоение программы практики

Рабочая программа рассчитана на прохождение обучающимися :
- учебной практики по ПМ 01 – 2 неделя (72 часов)
- учебной практики по ПМ 02 – 2 недели (72 часа)
- учебной практики по ПМ 05 – 2 недели (72 часа),
- производственной практики в соответствии с рабочим учебным планом:
  - 2 недели (72 часа) по ПМ 01
  - 5 недель (180 часов) по ПМ 02

- 3 недели (108 часов) по ПМ 03
- 3 недели (108 часов) по ПМ 04
- 4 недели (144 часа) по ПМ 05
- 4 недели (144 часа) преддипломная практика

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

2.1. Объем практики и виды работ

Вид работы	***Объем часов***
	Очная форма
Выполнение заданий учебной практики ПМ 01	72
Выполнение заданий учебной практики ПМ 02	72
Выполнение заданий учебной практики ПМ 03	72
Выполнение заданий производственной практики	
- ПМ 01	72
- ПМ 02	180
- ПМ 03	108
- ПМ 04	108
- ПМ 05	144
Аттестация в форме	**Зачет**
Преддипломная практика	144
Аттестация в форме	**Дифференцированный зачет**

2.2. Тематический план и содержание практики

Учебная практика

Наименование вида деятельности	Видыработ	Объем часов	Компетенции
1	2	3	4
ПМ01.Разработкаисозданиедизайнарекламнойпродукции		**72**	
МДК.01. 01 Художественное проектирование рекламного продукта	**Виды работ**	36	
	1. Разработка дизайн-проекта фирменного стиля компании. 2. Выполнить анализ ситуации. 3. Изложить свое понимание фирменного стиля и его составляющих: - Логотип (товарный знак). Основные требования к визуальному решению. Визитка. Виды визиток. Бланки. Конверты. Листовка. Фирменная одежда, аксессуары. 3. Определить потребителя. 4. Найти аналоги элементов фирменного стиля. 5.Выполнить их анализ по эстетическими художественно-стилистическим признакам. 6.Определитьосновнуюобразнуюидеюпроекта–дизайн-концепцию, сформулировать ее смысловое содержание как идейно-тематическую основу проектного замысла (образ, текстовое содержание). 7. Подготовитьэскизылоготипа,образ,шрифтовоерешение.Композиционныесхемы.Выбратьоптимальныевыразительныеихудожественно-изобразительныесредствадляисполнениярфирменногостиля. 8. Выполнить графическое решение проекта с помощью графического редактора CorelDraw. 9. Изложить в письменном виде обоснование идеи и средств проектного решения, выводы по проделанной работе. 10.Подготовитьпрезентациюпроекта. 11. Оформить пояснительную записку к проекту. 12. Вложить макеты фирменного стиля в портфолио.		ОК 1, 4, 5 ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей. ПК 1.2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.

МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта	**Виды работ**	36	
	Разработка дизайн-проекта серии открыток и упаковки. 1. Выполнить графическое решение серии открыток в едином стиле(5штук) и упаковки при помощи программы CorelDraw. 2. Изложить в письменном виде обоснование идеи и средств проектного решения, выводы по проделанной работе. 3. ПодготовитьпланшетформатаА1сграфическимматериаломпроекта. 4. Подготовить презентацию проекта. 5. Оформить пояснительную записку к проекту. 6. Вложить макеты открыток и упаковки в портфолио. 7. Подготовитьзащитупроекта:краткоеизложениеэтаповпроектирования;обоснованиевыборахудожественногообраза,визуальной концепции;описаниевариантовиобоснованиевыбораодногоизних; обоснование проекта.		ОК 8 ПК 1.3, 4, ПК 1.4.. ПК 1.5.
ПМ.02 Производство рекламной продукции		72	
МДК 02.01Выполнение рекламных проектов в материале	**Виды работ**	16	
	Виды работ Приготовить тематическое портфолио «Наружная реклама» выбранной организации; Изготовить печатную, рекламную продукцию: визитки, полноцветный плакат, концертную афишу, журнальную продукцию, упаковку; Подготовить макет щитовой рекламы; Подготовить макет рекламы, с использованием объемных букв; Подготовить макет рекламного сувенира.		ОК 2, 5 ПК 2.1. ПК 2.3.
МДК 02.02 Проектная компьютерная графика и мультимедиа	**Виды работ**	14	
	Нарисовать по-своему созданному эскизу мультипликационный образ в графическом редакторе CorelDraw. Создать рекламный анимационный ролик в графическом редакторе AdobeFlash.		ОК 3, 4, 9, 11 ПК 2.2. ПК 2.3.

	Создать интернет–заставку в редакторе AdobeFlash. Создать 2 анимированные открытки на фоне авторских фотографий в графическом редакторе AdobePhotoshop. Создать рекламный ролик в 3D-редакторена 2 минуты. Создать рекламную Web-страницу в редакторе AdobeDreamweaver. Защита проектов		
МДК 02.03 Техника и технологии рекламной фотографии	**Виды работ**	16	
	Провести фотосъемку натюрморта Провести фотосъемку архитектуры Провести фотосъемку интерьера Провести фотосъемку пейзажа Провести фотосъемку рекламного продукта Провести фотосъемку женщин Провести фотосъемку мужчин Провести фотосъемку детей (подростки, маленькие дети, младенцы) Провести фотосъемку животных Провести постановочную фотосъемку Провести репортажную фотосъемку Провести фотосъемку концерта Провести фотосъемку спортивных мероприятий Провести ночную фотосъемку города Обработать фотографии под рекламные плакаты Обработать фотографии под концертную афишу Обработать фотографии под обложку журнала Обработать фотографии под рекламный баннер Обработать фотографии под обложку боксов диска, кассет.		ОК 4, 5, 9, 11 ПК 2.1. ПК 2.2.
МДК 02.04 Техника и технологии рекламного видео	**Виды работ**	16	

	Написать сценарий рекламного ролика на 2-3минуты Написать сценарий видеосъемки рекламного ролика на 2-3 минуты Провести видеосъемку рекламного ролика Написать монтажный план видеоролика Монтирование рекламного ролика в видео- редакторе Создать видеоэффекты в рекламном ролике Озвучить рекламный ролик Корректировать рекламный ролик Зашита рекламного видеоролика		ОК 2, 4, 5, 9, 11 ПК 2.1. ПК 2.2.
МДК 02.05 Создание готового рекламного продукта	**Виды работ**	10	ОК 1, 2, 4 ПК 2.1. ПК 2.2. ПК 2.3.
	Создать рекламный ролик продукта с использованием фото фрагментов и озвучкой		
ПМ. 05. Выполнение работ по профессии Агент рекламный		**72**	
МДК 05.01 Теоретические основы профессии Агент рекламный	**Виды работ**	72	
	Выполнение и защита проекта «Рекламное агентство» 1. Создать рекламное агентство 2. Организовать и провести PR-акцию рекламного агентства 3. Провести переговоры с заказчиком рекламы 4. Принять и оформить заказ на рекламу: а)разработать айдентику на один из международных праздников. б)разработать макет рекламной студенческой газеты, провести верстку в редакторе Adobein Design. с)напечатать газету. 5.Защитить проект, все работы представить в презентации.		ОК 1, 2, 4, 5, 10 ПК 5.1. ПК 5.2. ПК 5.3. ПК 5.4.. ПК 5.5

Производственная (преддипломная) практика

Виды работ	Объем часов	Компетенции
ПМ. 01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции	**72**	
Ознакомление с предприятием, инструктаж по охране труда и технике безопасности на рабочем месте. Электро - и пожаробезопасность. Изучение структуры производства и управления производством. Ознакомление с технологическим циклом и работой цехов, групп и отделов предприятия.	4	ОК 1, 5
Разработка рекламного проекта в соответствии с заданием -Разработка технического задания -Разработка технического предложения -Разработка эскизного проекта -Разработка технического проекта -Разработка технической документации	68	ОК 2, 8 ПК 1.1. ПК 1.2. ПК 1.3. ПК 1.4. ПК 1.5.
ПМ02. Производство рекламной продукции.	**180**	
Ознакомление с предприятием, инструктаж по охране труда и технике безопасности на рабочем месте. Электро - и пожаробезопасность. Изучение структуры производства и управления производством. Ознакомление с технологическим циклом и работой цехов, групп и отделов предприятия.	12	ОК 1, 5 ПК 2.1 ПК 2.2. ПК 2.3.
Знакомство с должностными обязанностями специалиста по рекламе. Работа в качестве консультанта специалиста по рекламе	36	ОК 1, 5 ПК 2.1.
Выполнение рекламных проектов в материале, работа в графических редакторах, создавать модели объектов, проводить видео и фотосъемку рекламного характера, проводить ретушь фото и монтаж видео, озвучка		ОК 4, 9 ПК 2.1 ПК 2.2.
ПМ03. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта	**108**	

Знакомство с должностными обязанностями исполнителя рекламной продукции. Работа в качестве исполнителя рекламной продукции.		ОК 1, 6 ПК 3.1. ПК 3.2.
ПМ.04Организацияиуправлениепроцессомизготовлениярекламногопродукта	**108**	
Контроль за изготовлением изделий в производстве: - Осуществление контроля качества промышленной продукции - Осуществление надзора за художественно-конструкторскими решениями образцов промышленной продукции. - Осуществление надзора за воплощением дизайна проекта.	36	ОК 1, 2, 3, 5, 5, 7, 10 ПК 4.1. ПК 4.2.
Организация работы коллектива исполнителей: - Составлять конкретные задания для реализации рекламных проектов на основе технологических карт. Планировать собственную деятельность. Контролировать сроки и качество выполненных заданий. -Организовывать процесс изготовления рекламного продукта	72	ОК 2, 3, 5, 7, 10 ПК 4.3.
ПМ.05 Выполнение работ по профессии Агент рекламный	**144**	
Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих (агент рекламный). Знакомство с должностными обязанностями рекламного агента. Работа в качестве рекламного агента.		ОК 1, 2, 5, 6, 10, 11 ПК 5.1. ПК 5.2. ПК 5.3. ПК 5.4. ПК 5.5.
Итого	**828**	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРАКТИКИ

3.1.Информационное обеспечение обучения
Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Соловьева, Н.М. Фотоаппаратура и ее эксплуатация: учебное пособие/ Н.М. Соловьева.- М.: Дрофа, 2019.-286с.;
2. Полукаров, В.Л., Разработка и технология производства рекламного продукта: учебное пособие /В.Л. Полукаров, С.Н. Рощупкин, К.А. Кобулашвили. – М.: КНОРУС, 2018.-352с.
3. Шарков Ф.И., Технология рекламы / под общей редакцией Ф.И. Шаркова, В.И Гостенина. – М.: РИП-холдинг, 2017. – 216 с.
4. Хапенков, В.Н. Организация рекламной деятельности: учебное пособие для начального профессионального образования/ В.Н. Хапенков, О.В.Сагинова, Д.В.Федюнин.- М.:ИЦ Академия, 2017.- 240с.
5. Головко, Б.Н, Теория и практика фоторекламы: учебное пособие/ Б.Н. Головко – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2018.-316с.

Дополнительные источники:

– Овчинникова, Р.Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования [Текст]: учебное пособие для вузов / Р.Ю. Овчинникова, под ред. Л.М. Дмитриевой.- М.: ЮНИТИ, 2009.-239с.

– Шарков, Ф.И. Разработка и технологии производства рекламной продукции: учебное пособие/ Ф.И. Шарков, В.И.Гостенина. – М.: ИД Дашков и Ко, 2010.- 406с.

– Огурчиков, П.К. Мастерство продюсера в кино и телевидении: учебник для вузов/ П.К. Огурчиков, В.И. Сидоренко, В.В. Падейский. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008.-863с.

– Романов, А.А. Разработка рекламного продукта: учебное пособие/ А.А. Романов, В.А., Поляков Г.А. Васильев– М.: ИНФРА - М, 2010.-256с.;

– Капран, В.И. Психология и разработка рекламной продукции: учебное пособие/ В.И.Капран – М.: Academia, 2003.-240с.;

– Шамхалова, С.Ш. Теле - и радиореклама. Секреты завоевания потребителей / С.Ш. Шамхалова. – М.: Дашков и Ко, 2009.-144с.;

– Яцюк, О.Г. Компьютерные технологии в дизайне. Логотипы, упаковка, буклеты/ О.Г. Яцюк– СПб.: БХВ-Петербург, 2001-464с.;

– Бернадская, Ю.С. Текст в рекламе: учебное пособие для вузов/ Ю.С. Бернадская. – М.: ЮНИТИ, 2009.-288с.;

– Дмитриева, Л.М. Социальная реклама: учебник для вузов/ Л.М.Дмитриеваю- М.: ЮНИТИ, 2009.-271с.;

– Фрост, Л. Цифровая фотография. Обработка на домашнем компьютере./ Ли Фрост –М.: Арт-родник, 2006.-163с.

– Фримэн, Д. Фотография. Новое полное руководство по фотосъемке. / Джон Фримэн -М.:АСТ: Астрель, 2006-206с.

– Данилов, А.А. Идея, сценарий, дизайн в рекламе/ А.А. Данилов– М.: ДАН, 2009.-252с.

– Шубина, И.Б. Основы драматургии и режиссуры рекламного видео: Творческая мастерская рекламиста / И.Б. Шубина. – М.: Март, 2004.-320с

– Брингхерст, Р. Основы стиля в типографике/Роберт Брингхерст – М.: Д. Аронов, 2006.-430с.

– Буковецкая О.А. Дизайн текста: шрифт, эффекты, цвет: 2-е издание/ О.А.

Буковецкая – М.:ДМК, 2000.-304с.

– Эвами М. LOGO. Создание логотипов: Самые современные разработки/ Майкл Эвами– СПб.: Питер, 2009.-352с.

– Туэмлоу Э. Графический дизайн: Фирменный стиль/ Элис Туэмлоу – М.: Астрель, Аст. 2006.-256с.

– В.Б. Устин Искусство наружной рекламы: практическое руководство/ Устин – М.: Аст. 2009.- 304с.

– Феличи Дж. Типографика: шрифт, вёрстка, дизайн/Джеймс Феличи – СПб.: БХВ-Петербург, 2004.-470с.

– HTTP://WWW.INTUIT.RU/ - Интернет университет информационных технологий.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРАКТИКИ

Вид деятельности: Разработка и создание дизайна рекламной продукции.

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.

Вид деятельности:Производство рекламной продукции.

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.

Вид деятельности:Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта.

ПК 3.1. Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.

ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.

Вид деятельности:Организация и управление процессом изготовления 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.

Вид деятельности: Выполнение работ по профессии Агент рекламный.

ПК 5.1. Выбирать творческую стратегию реализации комплексных рекламных проектов.

ПК 5.2. Создавать сценарии и рекламные тексты.

ПК 5.3. Осуществлять поиск образного решения рекламного сообщения.

ПК 5.4. Осуществлять поиск оптимальных технологий для реализации рекламного проекта.

ПК 5.5. Применять методы и приемы режиссуры при реализации рекламного проекта.